

Feira Orgânica Carioca: Imaginário e Redes de Afetos na Feira da Glória¹

Rachel Borges Ferreira²

Resumo

No cenário urbano contemporâneo, as feiras orgânicas emergem como fenômenos socioculturais relevantes, reconfigurando práticas alimentares, laços sociais e manifestando novos valores. Este artigo investiga as dimensões simbólicas e relacionais que sustentam a Feira Orgânica da Glória, na capital do Rio de Janeiro, com foco no imaginário social e nas redes de afetos que nela se entrelaçam. A análise interpretativa dos dados, inspirada nas "narrativas do vivido", revelou que o imaginário social (ancorado em narrativas de saúde, reconexão com a natureza, arte e consumo consciente) e as redes de afetos (manifestas em confiança, sociabilidade e pertencimento) não apenas coexistem, mas se interpenetram e se reforçam mutuamente.

Palavra-chave: Feira orgânica. Redes de afetos. Imaginário social. Tecnologias do imaginário. Consumo consciente.

Introdução

No cenário urbano contemporâneo, crescentemente marcado pela padronização e impessoalidade das relações de consumo, as feiras orgânicas emergem como fenômenos socioculturais de notável relevância. Mais do que simples pontos de intercâmbio de mercadorias, configuram-se como espaços de ressignificação de práticas alimentares, de reconstrução de laços sociais e de manifestação de novos valores. No vibrante contexto da capital da cidade do Rio de Janeiro, a Feira Orgânica da Glória, incrustada em um bairro de rica tradição histórica e cultural, constitui um objeto de estudo privilegiado para a análise dessas dinâmicas; de abordagem qualitativa, foram alinhadas pesquisa bibliográfica e observação simples, realizada na feira durante os meses de abril e maio de 2025. Este artigo investiga as dimensões simbólicas e relacionais que sustentam essa feira, com foco no imaginário social que a circunscreve e nas redes de afetos que nela se entrelaçam. Essa dinâmica sinérgica institui a Feira da Glória como um território de práticas de consumo consciente e de construção de subjetividades e identidades

¹ Trabalho apresentado no GP Tecnologias e Culturas Digitais, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda em Comunicação pelo PPGCOM da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, RJ – UERJ. E-mail: rachelseculo21@gmail.com

alternativas, funcionando como uma "tecnologia do imaginário" que fomenta interações sociais mais humanizadas.

Objetivo

O objetivo deste estudo é analisar a Feira Orgânica da Glória, no Rio de Janeiro, como um espaço sociocultural complexo, caracterizado pela mútua constituição entre imaginários sociais específicos e densas redes de afetos que se estabelecem entre seus participantes. Para a consecução deste fim, definem-se os seguintes objetivos específicos: 1) Identificar e caracterizar os elementos simbólicos, as narrativas e os valores que compõem e estruturam o imaginário social em torno da Feira da Glória, com particular atenção às representações sobre consumo de orgânicos, saúde, sustentabilidade e a experiência de frequentar a feira. 2) Analisar a natureza e as manifestações das redes de afetos (notadamente os laços de confiança, sociabilidade, empatia e pertencimento) que se desenvolvem entre produtores, consumidores e demais atores sociais na feira, investigando sua influência nas interações e na atmosfera do local. 3) Compreender as intrincadas inter-relações entre os imaginários sociais e as redes de afetos, avaliando como essa dinâmica sinérgica contribui para a singularidade sociocultural da Feira da Glória e para sua diferenciação frente a outros espaços de consumo.

Questão/Problema de pesquisa

Frente à crescente valorização de práticas de consumo alternativas e à busca por espaços urbanos que propiciem interações sociais mais significativas, esta pesquisa é norteadada pela seguinte questão central: De que forma o imaginário social e as redes de afetos se configuram, se articulam e se retroalimentam na Feira Orgânica da Glória, e como esses processos a instituem como um espaço sociocultural particular, cuja relevância transcende a esfera da simples troca mercantil?

Esta problemática desdobra-se em interrogações cruciais: Como a experiência vivenciada na feira, permeada por esses componentes simbólicos e afetivos, não apenas reflete, mas também ativamente molda práticas de consumo consciente e subjetividades no contexto carioca? E em que medida a Feira da Glória se consolida como território de expressão e materialização de valores e anseios por alternativas ao modelo de consumo hegemônico e às formas de interação social predominantemente instrumentais?

Metodologia

Para abordar a complexidade da questão proposta e alcançar os objetivos delineados, adotou-se uma **metodologia qualitativa** para compreender profundamente os fenômenos em seu contexto. A pesquisa combinou duas técnicas: **pesquisa bibliográfica** e **observação simples**.

A pesquisa bibliográfica envolveu um levantamento sistemático e uma análise crítica da literatura acadêmica pertinente. Foram consultados livros, artigos científicos, teses e dissertações que versam sobre sociologia do alimento, estudos de consumo, agricultura familiar e agroecologia, dinâmicas de feiras livres e orgânicas, estudos urbanos, bem como as teorias do imaginário social e dos afetos.

A observação simples, principal fonte de dados primários, ocorreu na Feira Orgânica da Glória aos sábados (abril e maio de 2025). Realizaram-se três incursões em campo em diferentes horários (início, pico, final) para capturar diversas situações. Com postura não participante, o pesquisador registrou em diário de campo aspectos como organização espacial, produtos, fluxos de pessoas, comportamentos, interações e atmosfera (MINAYO, 2010). A análise dos dados foi interpretativa, focando em padrões, temas recorrentes e significados atribuídos pelos participantes às práticas e ao espaço, inspirada nas "narrativas do vivido" como método de compreensão (SILVA, 2005a, p. 73).

Referencial Teórico:

A análise da Feira Orgânica da Glória como um espaço sociocultural é informada por um referencial teórico que articula centralmente os conceitos de imaginário social, redes de afetos e a multifuncionalidade das feiras.

O imaginário social, para Cornelius Castoriadis (1982), é o conjunto de significações socialmente construídas e partilhadas que dão sentido e coesão a uma coletividade, sendo uma força instituinte. Wunenburger (2007, p. 7) o descreve como um "conjunto bastante flexível de componentes" (fantasia, sonho, crença, mito), individual ou coletivo. O imaginário prevaleceu sobre o estudo da imaginação como faculdade, possui vertente representativa e emocional, e é uma "função simbólica no sentido de um ajuste de sentidos próprios e figurados" (WUNENBURGER, 2007, p. 11). Juremir Machado da Silva

(2005a, p. 11) define o imaginário como "reservatório/motor" que agrega imagens, sedimenta modos de ser e agir, e impulsiona. Silva (2005a, p. 20) diferencia o imaginário da ideologia, afirmando que "o imaginário não é o novo nome para a ideologia" e que a ideologia pertence à explicação, enquanto o imaginário, à compreensão. O imaginário da Feira da Glória abrange representações sobre orgânicos, saúde, sustentabilidade e as relações no local.

Juremir Machado da Silva (2005a, p. 20) introduz "tecnologias do imaginário" como "dispositivos [...] de intervenção, formatação, interferência e construção das 'bacias semânticas' que determinarão a complexidade [...] dos 'trajetos antropológicos' de indivíduos ou grupos". A feira é compreendida como uma dessas tecnologias, operando por sedução e contágio, não manipulação direta (SILVA, 2005a, p. 13, 27). Silva (2005a, p. 47-48) distingue tecnologias do imaginário (abertas, inclusivas) de tecnologias da crença (fechadas, doutrinárias).

As redes de afetos, sob a perspectiva de Spinoza (2009/1677), são modulações da potência de agir que influenciam relações. Abordagens contemporâneas (AHMED, 2004; MASSUMI, 2002) veem afetos como circulantes e constitutivos das interações. Na feira, confiança, empatia, prazer no encontro e pertencimento moldam a experiência para além do econômico.

A pesquisa também se apoia em estudos sobre a multifuncionalidade das feiras (MALUF, 2007; SCHNEIDER; FERRARI, 2015). Espaços orgânicos/agroecológicos são analisados como arenas de resistência alimentar, valorização de saberes locais, fomento à sociabilidade e cidadania alimentar, unindo o econômico ao social, cultural e político. Wunenburger (2007, p. 53-65) explora funções do imaginário (estético-lúdica, cognitiva, instituinte prática) alinhadas a essa multifuncionalidade.

Discussão:

A observação atenta da Feira Orgânica da Glória, analisada à luz do referencial teórico, revela um microcosmo social onde imaginários vívidos e redes de afetos densas se entrelaçam, definindo sua identidade e dinâmica.

O imaginário social na Feira da Glória é potente, multifacetado e ancora-se em narrativas de saúde, reconexão com a natureza e consumo consciente. A cenografia da feira (produtos frescos, cores vibrantes, rusticidade) convida a um universo simbólico particular, construindo ativamente um imaginário de "pureza" e "autenticidade". Neste sentido, a feira opera como uma "tecnologia do imaginário" (SILVA, 2005a, p. 20), um dispositivo que formata e interfere na construção de "bacias semânticas" compartilhadas. A valorização de vegetais com formas e tamanhos variados, em oposição à padronização industrial, é verbalizada como selo de "naturalidade", ilustrando como significações imaginárias sociais são compartilhadas e validadas (CASTORIADIS, 1982).

O discurso da saúde permeia as interações, com trocas de informações sobre benefícios nutricionais, receitas saudáveis e impactos positivos da dieta orgânica. A feira torna-se um espaço pedagógico informal de circulação horizontal de conhecimento sobre alimentação e saúde. Esta função cognitiva do imaginário, que permite "pensar o lugar em que o saber é falho" (WUNENBURGER, 2007, p. 59), é evidente.

O imaginário da sustentabilidade e responsabilidade social também é palpável, com a escolha por produtos locais, apoio ao pequeno agricultor e crítica implícita ao agronegócio. Para muitos, a feira materializa um ideal de consumo ético e politicamente engajado, onde cada compra é um ato de transformação. Esta dimensão prática do imaginário, que "arma os agentes sociais de esperança [...] para organizar ou contestar" (WUNENBURGER, 2007, p. 65), é crucial para a identidade da feira. Conforme Silva (2005a, p. 57), "o imaginário é um estilo, uma impressão digital do indivíduo ou do grupo na cultura", e a Feira da Glória imprime um estilo de consumo e vida.

As redes de afetos são a força motriz da Feira da Glória, conferindo-lhe uma atmosfera distintiva. A confiança entre produtores e consumidores, pilar evidente, desenvolve-se por interações repetidas e personalizadas, transcendendo a simples relação comercial. Feirantes que conhecem clientes pelo nome, reservam produtos ou compartilham detalhes da produção exemplificam essa dinâmica. Tal proximidade, como sugere Spinoza (2009/1677), aumenta a "potência de agir" de ambos, fortalecendo vínculos e fidelizando clientes.

A sociabilidade é outro componente vital. A feira é ponto de encontro e convívio, função que Wunenburger (2007, p. 54-55) associaria ao "objetivo estético-lúdico" do imaginário, que propicia atividades gratuitas e de divertimento. Observam-se grupos de amigos comprando juntos, famílias passeando, interação com a arte através de cantores convidados e conversas espontâneas entre desconhecidos. O ritmo menos frenético favorece a contemplação e interação. Elementos como música suave ao fundo ou o aroma de café coado contribuem para uma "atmosfera afetiva" positiva (AHMED, 2004).

Essa teia de confiança e sociabilidade fomenta um forte sentimento de pertencimento. Frequentadores, majoritariamente, compartilham valores e preocupações, sentindo-se parte de uma comunidade. Esse sentimento de estar "entre pares" (MASSUMI, 2002) é crucial para construir uma identidade partilhada. A feira, portanto, não é apenas um local de troca mercantil, mas um "lugar" antropológico, carregado de significados e afetos (SILVA, 2005a, p. 62).

A singularidade da Feira da Glória reside na interdependência e mútua potencialização entre o imaginário social e as redes de afetos. O imaginário de alimento "puro" e produtor "ético" é nutrido e validado por interações afetivas (sorriso, conversa franca, cuidado). Reciprocamente, laços de afeto florescem em um ambiente de valores e representações compartilhadas sobre as práticas locais. A crença em um ciclo virtuoso (benéfico à saúde, ao produtor, ao ambiente) gera engajamento afetivo, tornando a experiência da feira significativa.

Silva (2005a, p. 21) argumenta que "o espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens", e que Maffesoli (apud SILVA, 2005a, p. 21) destaca a "pujança da contemplação como forma de 'ação passiva'". A feira, embora não seja um "espetáculo" debordiano, é um espaço de relações sociais intensas mediadas por um imaginário potente, gerando participação contemplativa e ativa.

Assim, a feira distingue-se da lógica anônima e instrumental de muitos espaços de consumo modernos. Contrapõe-se também aos "fenômenos extremos" da mediatização contemporânea, como o "estágio de manipulação por algoritmo ou estágio da inteligência artificial persuasiva" (SILVA, 2020, p. 182, citando Baudrillard). A feira opera mais pela

"sedução" e "contágio" (SILVA, 2005a, p. 13, 20, 27), fomentando "adesão voluntária" (SILVA, 2005a, p. 71).

Considerações Finais

Este estudo buscou demonstrar que a Feira Orgânica da Glória transcende sua função primária de abastecimento, consolidando-se como um espaço sociocultural de notável complexidade e riqueza. A análise revelou que o imaginário social; tecido com fios de saúde, naturalidade, sustentabilidade e comunidade (e as redes de afetos) manifestas em confiança, sociabilidade e pertencimento; não apenas coexistem, mas se interpenetram e se reforçam mutuamente, constituindo a essência da experiência singular que a feira proporciona.

Respondeu-se à questão central ao evidenciar como essa dinâmica sinérgica entre imaginário e afetos institui a Feira da Glória como um território de práticas de consumo consciente e de construção de subjetividades e identidades alternativas no cenário carioca. Ela emerge como um espaço de resistência simbólica e prática aos modelos de consumo hegemônicos, funcionando como uma "tecnologia do imaginário" (SILVA, 2005^a, p. 20) que fomenta interações sociais mais humanizadas e um engajamento cívico em torno da alimentação.

O imaginário, como "educação existencial dos sentidos e da percepção" (SILVA, 2005a, p. 30), encontra na feira um terreno fértil para se manifestar e se reconstruir. As conclusões aqui apresentadas, embora circunscritas ao caso estudado e à metodologia adotada, oferecem contribuições para a compreensão das novas dinâmicas urbanas e das formas emergentes de sociabilidade e consumo. Sugere-se que futuras pesquisas possam aprofundar a análise por meio de entrevistas com os atores sociais, explorando suas "narrativas do vivido" (SILVA, 2005a, p. 78) de forma mais detalhada, ou através de estudos comparativos com outras feiras.

A Feira da Glória, enfim, reitera a capacidade dos cidadãos de reinventar espaços e práticas, cultivando, no coração da metrópole, alternativas mais conectadas com seus valores e afetos, em contraste com as lógicas muitas vezes despersonalizantes das "tecnologias do espírito/mente" ou dos "fenômenos extremos" (SILVA, 2005^a, p.52;

SILVA, 2020, p. 182) que marcam a contemporaneidade.

Referências Bibliográficas

AHMED, S. The cultural politics of emotion. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2004.

CASTORIADIS, C. A instituição imaginária da sociedade. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.

DURAND, G. As estruturas antropológicas do imaginário. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

MALUF, R. S. Mercados, redes e valores: o caso dos produtos da agricultura familiar. In: SILVA, C. A.; GROSSMAN, M. (Org.). Mais alimento, mais saúde, mais ambiente: construindo a soberania alimentar e nutricional. Rio de Janeiro: ActionAid Brasil, 2007. p. 155-172.

Opinião Pública, Desinformação e Novas Dinâmicas Sociais nas Plataformas Digitais. Durham: Duke University Press, 2002.

MINAYO, M. C. S. (Org.). Pesquisa Social: teoria, método e criatividade. 29. ed. Petrópolis: Vozes, 2010.

SCHNEIDER, S.; FERRARI, D. L. Feiras livres e mercados diretos: uma análise da situação atual e potencialidades para a agricultura familiar. Estudos Sociedade e Agricultura, Rio de Janeiro, v. 23, n. 1, p. 143-171, abr. 2015.

SILVA, J. M. As tecnologias do imaginário. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2005a.

SILVA, J. M. Mídia e imaginário em tempos extremos. In: GUTFREIND, C. F.; SILVA, J. M.; JORON, P. (Orgs.). Laço social e tecnologia em tempos extremos: imaginário, redes e pandemia. Porto Alegre: Sulina, 2020. p. 182-190.

SPINOZA, B. Ética (1677). Tradução de Tomaz Tadeu. 3. ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2009.