

MUSEU DA PESSOA



Museu da Pessoa

Uma história pode mudar seu jeito de ver o mundo.

Instituto Ethos (ETH)

Desenvolvimento sustentável aliado à agricultura familiar

História de [Tárcio Randel da Silva Pessoa Rodrigues](#)

Autor: [Museu da Pessoa](#)

Publicado em 27/07/2008

Instituto Ethos

Depoimento de Tárcio Randel da Silva Pessoa Rodrigues

Entrevistado por Márcia Ruiz (P/1)

São Paulo, 29 de maio de 2008

Realização Instituto Museu da Pessoa

Entrevista nº ETHOS_CB0024

Transcrito por Michelle de Oliveira Alencar

Revisado por Danyella Xavier Franco

P/1 – Boa tarde, Tárcio, eu queria que você começasse dizendo o seu nome completo, local e data de nascimento.

R – Tá. Boa tarde, meu nome é Tárcio Randel da Silva Pessoa Rodrigues. Nasci em Cuité, na Paraíba, em 20 de janeiro de 1977.

P/1 – Tárcio, qual que é a sua atividade hoje?

R – Eu trabalho na Agência Mandala, né, uma organização da sociedade civil que é do interesse público, uma OCIP com sede em João Pessoa, eu sou diretor de estratégias da organização, sou um dos fundadores da Mandala.

P/1 – Me fala um pouquinho o quê que a Mandala faz, Tárcio.

R – Nós trabalhamos com a missão de transformar a agricultura familiar em negócio, negócio sustentável, né, e com a ideia de trabalhar capacitando o campo pra produzir e educando a cidade pra consumir. Nós fundamos esta organização em 2003 com a ideia de difundir um conceito de desenvolvimento com sustentabilidade, tratando pessoas como pessoas, né, tratando os agricultores familiar como indivíduos que têm sonhos e aspirações e que merecem uma vida melhor. Então, em 2003, nós éramos um grupo de estudantes que saindo da Universidade Federal da Paraíba, ou de universidades localizadas no estado da Paraíba, que nos conhecemos dentro do movimento empresa júnior, né? Assim, a partir de algumas ações de consultoria, nós percebemos que era interessante um trabalho social com orientação do nosso coordenador, hoje coordenador da Agência Mandala, o Ivo Pessoa, nós começamos a desenvolver atividades focadas nesse público, né, que trabalhamos com a Mandala. E aí a coisa foi acontecendo, nós criamos a associação em janeiro de 2003, e aí eu fui me envolvendo com a Mandala, e com as suas atividades, e as proporções das ações foram crescendo e acabou que hoje eu trabalho integralmente com a Agência Mandala e é uma coisa que é envolvente, e é muito satisfatória e bastante empolgante esse trabalho.

P/1 – O quê que é a Mandala?

R – A Mandala é um sistema de produção, né, integrado que em pouco espaço, em pouco, um espaço bem reduzido, com a utilização de pouca água, né, nós trabalhamos a implementação de até 60 culturas vegetais, até 10 espécies de pequenos animais, e até 450 fruteiras diversificadas, que em harmonia produzem alimentação para uma família, uma família padrão de 5, 6 pessoas e cada Mandala consegue produzir alimentação pra famílias urbanas, 10 ou 20 famílias urbanas, aí depende do planejamento produtivo da Mandala, e depende da capacidade de produção das famílias. Mas a ideia, a razão de produção é de uma família no campo alimentando mais 10 na cidade, ou mais 20 através dessa lógica de

produção integrada. A Mandala é um conceito que é representada através de um sistema de produção que passou a variar, né, então hoje nós temos diversos formatos de produção, saiu da forma circulação e entrou em processos piramidais utilizando muito pouca terra e muito pouca água, processo de criação de peixes, enfim, uma série de tecnologias sustentáveis que são amparadas em cima de um conceito que tem como base a harmonização dos elementos, a maximização de conexões funcionais entre os elementos que formam o sistemas, e o equilíbrio, a busca de um balanço energético do sistema através de um equilíbrio entre inputs e outputs do próprio sistema.

P/1 – E, Tarcio, me fala uma coisa: como é que você trabalha essa replicabilidade do sistema junto a regiões, municípios e essa capilaridade, né, como é que tá sendo pensado isso?

R – Foi engraçado essa ideia da difusão porque quando nós fundamos, em 2003, a Mandala e quando que falávamos em Mandala era assim meio que falar uma coisa que pra nós era óbvia, mas as pessoas não conseguiam entender, geralmente se falava: “Como Mandala? Como circular, né? Como um espaço de uma coisa tão pequena pode produzir alimento para uma família e pra mais famílias na cidade?” E aí a nossa estratégia, inicialmente, foi participar de concursos para divulgação da Mandala e divulgação do conceito. E aí passamos a participar do que existia de concursos do terceiro setor para tentar fazer com que a coisa fosse conhecida, e a estratégia era de forma pontual, né, implantar Mandalas nos diversos estados do Brasil. Então nós fizemos isso em 2003, 2004, 2005, no início de 2003 nós passamos a receber uma demanda incrível de pessoas do Brasil todo, até de fora do Brasil, interessadas em conhecer a Mandala, interessadas em ter uma Mandala, e nós percebemos que era possível pra Agência Mandala criar uma estrutura que conseguisse atender essa demanda. E aí, começou-se a pensar internamente como resolver este problema, como você conseguir replicar esse conceito e mantendo a essência de alguns pontos que são fundamentais como custo baixo, a ideia da transformação social, a capacidade de envolvimento das famílias, enfim. Assim, nós pensamos em algumas ferramentas e aí surgiu a possibilidade de trabalhar com o modelo de franquias com foco em franquias sociais. Então, no segundo semestre de 2005, nós participamos de um prêmio com a Ashoka, que é o prêmio Ashoka McKinsey de negócios sociais, e durante seis meses nós participamos de diversas etapas com consultores da McKinsey pra desenvolver um plano de negócio que gerasse a capacidade de expansão da Mandala. E daí surgiu a estratégia da franquia social que a partir de então nós começamos a implantar e funciona de forma bastante simples, né? O que nós pensamos: se a Agência Mandala trabalha com agricultura familiar aqui, outras diversas organizações também trabalham com agricultura familiar e nós temos objetivos convergentes aos objetivos dessas organizações, seria no mínimo irracional tentar criar estrutura pra trabalhar onde essas organizações trabalham. Então, a ideia foi deixar de trabalhar na ponta, trabalhar digamos assim no varejo, e passar a atacar, a trabalhar no atacado, né, “parceirizando” com as organizações sociais que já tem um pouco de experiência, que já tem estrutura montada nas regiões e conhecem profundamente a realidade sócio-econômica, ambiental e cultural das áreas a serem trabalhadas. Por isso, surgiu a ideia de trabalhar com essas organizações como parceiras, né, e identificar organizações que pudessem receber todo o know-how da Agência Mandala e, a partir daí, elas passarem a operar a implementação sobre a supervisão e o acompanhamento da Agência Mandala pra manter um padrão que é observado no processo. E aí, nós passamos a desenvolver o aprimoramento das tecnologias e a desenvolver um processo de pesquisa e desenvolvimento constante para formação de agentes de difusão. E aí, é nessa fase que nós estamos hoje, né? Então, a ideia é criar uma rede de capilaridade pra que consiga chegar até nosso público-alvo, são hoje cerca de cinco milhões de famílias que vivem na agricultura familiar, chegar até essas famílias e garantir uma assistência técnica, passando pras organizações parceiras todo o know-how que a Agência Mandala acumulou e vem acumulando ao longo dos anos. E percebemos também que existe um movimento crescente de busca de investimento social privado por parte das empresas que trabalham com a responsabilidade sócio-empresarial e pensamos: “Ora, se nós criarmos uma rede com capilaridade e com uma estratégia de gerenciamento que pautar por resultados, e por transparência, facilitaria e muito a captação, né, de parceiros junto ao empresariado, fato que é extremamente complicado pras pequenas organizações, ou pras organizações que trabalham na base.” Então, a ideia é criar pontes a Agência Mandala com a ideia de franquia e estar desenvolvendo uma estratégia de tecer pontes entre organizações sociais, entre comunidades rurais, entre empresas e entre governos também. Assim, a iniciativa é criar uma ferramenta que viabilize a difusão do nosso conceito de desenvolvimento, criando o que nós chamamos de teia de alimentação de rede sociais trabalhando em cima do potencial do que já existe, do que já existe desenvolvido nas comunidades, fazendo com que seja mais fácil a replicabilidade do conceito mandala de desenvolvimento.

P/1 – Você nos colocou a Mandala e é ela quem permite que você alimente uma pessoa, uma família no campo e mais famílias na cidade. Como é que você faz o escoamento dessa produção? Vocês pensaram nessa estratégia pra ajudar o produtor, né, no escoamento dessa produção?

R – Olha, quando nós iniciamos um trabalho numa comunidade o primeiro ponto é fazer uma ambiência processual, é adaptar o processo ao ambiente, né? Nós temos dentro da Agência Mandala uma concepção eminentemente organicista, de ações. Então, a intenção é que a sociedade funcione como um ser vivo, que tem as atividades que vão ser trabalhadas em determinadas comunidades e já devem ser adaptadas àquela comunidade, porque aí se não for feito dessa forma já, o insucesso ele tá quase que garantido. Assim, nós identificamos as principais características desses grupos e a partir daí passamos a desenhar o processo específico pra essas localidades. Primeiro ponto da Mandala, o primeiro objetivo é você produzir alimentação pra suprir as demandas nutricionais básicas de uma família. Ora, nós sabemos que nós precisamos de 2 mil e 300 a 3 mil quilocalorias para manter o nosso balanço nutricional, isso hoje custa, por pessoa, em torno de R\$ 150, pra transformar essa capacidade nutricional em, digamos que, combustível para o nosso corpo. Uma família média brasileira tem cinco pessoas, então é necessário, no mínimo, R\$ 700 por família pra manter o balanço nutricional. O que é observado? 70 a 75% das pessoas que buscam o sistema público de saúde não deveriam acessar o sistema público de saúde se tivessem a sua alimentação adequada e boas práticas de higiene. Por isso, nós percebemos que o problema da saúde tá, é uma consequência de um problema de desnutrição crônica que afeta os brasileiros. Então, inicialmente, nós buscamos produzir alimentação, né, da família, assim o primeiro mercado a ser conquistado é o mercado da família. Implantamos uma mandala e iniciamos as estratégias de produção pra que essa família se alimente daquela mandala, conseguindo isso, aí nós entramos num processo equilibrado, né, onde a mandala alimenta a família e a família alimenta a mandala, porque nós quebramos um paradigma de produção que todos os produtos que vêm da mandala são orgânicos e se tem uma sustentabilidade intrínseca ao sistema. Por isso, se nós criamos um sistema equilibrado o que nós vamos comercializar é expurgo do sistema, então, teoricamente, nós comercializamos o lixo, né? E nós colocamos no mercado produtos orgânicos competindo em preço com agroquímicos, que é um outro paradigma que nós buscamos quebrar: é que produto orgânico não é feito, ou não deve ser um produto pra classe A e B, produto orgânico é um produto que pode ser acessado por qualquer pessoa que queira comprar alimentos saudáveis. Então, com esse formato, né, harmonizado e equilibrado nós conseguimos produzir orgânico com valor

baixo. Aí entra a segunda estratégia que é a estratégia de comercialização conjunta: nós criamos uma marca que aí vai funcionar como um selo que nós chamamos de Produtos Mandala, todos os produtos que são advindos das ações da franquia social da Agência Mandala eles vão vir com essa rotulagem, que é a ideia que é um produto ambientalmente correto e socialmente responsável, e passa a ser comercializado de forma conjunta. Assim, se cria associação de produtores e aí nós estamos desenvolvendo diversas ferramentas de escoamento dessa produção pra que o agricultor consiga produzir e que as pessoas na cidade consigam consumir pagando um preço justo, dentro de um conceito de mercado justo, de *five trade*.

P/1 – E como é que vocês conheceram o Instituto Ethos?

R – O Instituto Ethos é uma referência nacional em responsabilidade social e empresarial. Na época da faculdade, assim, eu lembro que o Instituto Ethos pra gente era, assim, era referência, né? Então, estava bem no início, o Ethos em 10 anos de fundação era início dessa discussão e sempre foi referência, sempre nós buscamos as publicações do Ethos, buscamos acompanhar o que surgia nas discussões através do sites, através de contatos com as pessoas do instituto, do UniEthos. E surgiu a possibilidade da gente participar dessa conferência que era sempre um desejo das pessoas que fazem a Agência Mandala. Assim, eles lançaram esse ano um prêmio de tecnologia sustentável, que eu acho que é uma ideia fantástica, e na minha percepção pessoal, eu creio que esse prêmio tende a se transformar numa coisa de extrema importância para o terceiro setor. Eu creio que ele vai virar uma referência pras organizações sociais, e a partir dos próximos nós vamos ver aí uma quantidade incrível de projetos sendo inscritos. E por ser referência nós, quando tomamos conhecimento através da internet do prêmio, a primeira reação nossa foi: “Nós vamos nos inscrever porque se nós conseguimos aí um reconhecimento desse Instituto pra gente vai ser extremamente positivo, né, pra Mandala e pros nossos objetivos” e nós pensamos em, nos próximos cinco anos, implantar uma franquia social da Agência Mandala, pôr franquias sociais da Agência Mandala em todo o Brasil. Então, a iniciativa agora é buscar parcerias e buscar possibilidades de viabilizar essa ideia e esse desejo da Agência Mandala.

P/1 – E como é que foi ganhar o prêmio?

R – Pra gente foi uma emoção indescritível porque, como eu falei, nós tínhamos o Instituto como uma referência e participar de uma premiação e ser premiado pelo Instituto Ethos, pra Agência Mandala foi, é uma das premiações mais importantes que nós conseguimos. E também traz uma imensa responsabilidade, porque nós temos aí, isso dentro da Agência Mandala meio que muito forte como uma diretriz, né, nós buscamos trabalhar transformação social tratando de acompanhar resultados, e de acompanhar realmente o quê aquele investimento gerado por uma organização privada gerou de transformação pras pessoas. Então nós temos um cuidado bastante, um zelo muito evidente com as nossas atividades, com os nossos, com a implantação dos nossos projetos, pra gente não interessa o quantitativo, mas o qualitativo então nós não temos o menor interesse em colocar esse ano mil mandalas se essas mil mandalas não gerarem transformação social pras mil famílias que receberão. Por isso, pra gente é uma responsabilidade, né, e uma alegria.

P/1 – Você colocou que você conhece o Instituto Ethos desde da faculdade, e inclusive todas as ferramentas e tal. Vocês procuraram alinhar os indicadores da organização com os indicadores do Instituto Ethos?

R – Olha, nós sempre procuramos, né, dentro da Agência Mandala nós, desde a fundação, buscamos criar um diferencial na organização. Nós somos organização social sim, mas trabalhamos com gerenciamento empresarial, então nós temos a plena convicção que trabalhar no terceiro setor sem ferramentas de gerenciamento, sem ferramentas de melhorias constantes das atividades fim é, no mínimo, romântico, né, e até certo ponto não tão responsável. Assim, nós buscamos trabalhar com o que vem surgindo, de ferramentas de gestão e de acompanhamento de processos, e estamos atentos com o que está surgindo, e o que está aparecendo nós avaliamos juntos com os membros da organização, e a partir daí passamos a colocar em prática dentro da Mandala.

P/1 – Como é que você avalia hoje, porque assim, pela proposta de vocês, vocês tem procurado fazer, buscar relações com os diversos stakeholders né? Desde governo e tal. Como é que você hoje vê a sensibilização e o engajamento, hoje, da sociedade no geral pra essa questão da responsabilidade social?

R – É um processo que a cada dia nós percebemos um avanço, o consumidor ele tá percebendo e as empresas acho que, enfim, todos estamos percebendo que o nosso modo de relação com o meio ambiente, com a natureza e com as outras pessoas ele saturou, né, o planeta tá passando a reagir às agressões que está sofrendo do ser humano, de nós. Eu creio que nós estamos chegando num ponto de saturação, seja saturação por tamanha desigualdade social, por modo de vida que leva a questão ambiental a segundo plano. E nós percebemos que existe uma evolução por parte das empresas, por parte dos consumidores, né? Nós temos também a plena convicção que isso não vai acontecer de hoje pra amanhã, é um processo que vai levar algum tempo e vai, até chegar um ponto de transformação e de ruptura. Mas nós ficamos felizes em perceber a crescente da quantidade de pessoas que passam a comungar com esse pensamento que hoje tá se tomando uma força coletiva e, a cada dia, está se tornando mais forte, mais forte e mais coeso. Eu creio que nós estamos aí passando por um processo de mudança e mudança profunda, né? Nós percebemos que nós, sempre se fala quando se fala em sustentabilidade, dentro da lógica econômica, social e ambiental e quando se fala em preservação ambiental é pensando em preservar o planeta. Eu acho que nós devemos pensar em processos de sustentabilidade pra preservar não só o planeta, mas a raça humana, porque o planeta tem mecanismos para se sobrepor às agressões e reagir ao que nós estamos fazendo com ele, a minha preocupação é como a humanidade vai reagir a reação que o planeta tá apresentando. Então, o que é evidente é que se nós não começarmos a pensar em ações sustentáveis, não pra salvar o planeta, mas pra salvar a humanidade, a natureza na sua capacidade de ação e reação ela vai chegar em um ponto que vai dizer “Basta!” e a humanidade vai ser expurgada de dentro dessa, das reações, né, biodinâmicas que existem dentro do planeta Terra.

P/1 – Em cima do que você tá colocando, como é que você acha que o Instituto Ethos deve se posicionar pros próximos 10 anos, Tércio? Como é que você acha que tem que se colocar?

R – Olha, eu acho que esses 10 anos são cruciais para evolução desse, desse, desse pensamento coletivo, né? Eu creio que o empresariado junto com organizações do terceiro setor, organizações que trabalham com foco realmente em mudança, tem um papel fundamental na influência e no desenvolvimento de uma mudança profunda nessas relações. Eu creio que essa, essa ação de organizações como o Instituto Ethos trazendo a consciência empresarial pra uma lógica de sustentabilidade e responsabilidade social empresarial, ela tende a ser muito forte, e juntando com organizações do terceiro setor, para influenciar o setor público a tomar um posicionamento em busca da sustentabilidade, né? Nós temos, infelizmente, um, vivemos em um país que não se trabalha com políticas de Estado, com políticas públicas de Estado pra preservação ambiental, para o desenvolvimento sustentável, para o desenvolvimento econômico, para o desenvolvimento como um todo de forma holística. Eu creio que o Instituto Ethos tem um papel fundamental nos próximos dez anos, junto com organizações do terceiro setor como a Ashoka, como a Vina, e como outras organizações que têm redes de empreendedores sociais, de passarem a influenciar políticas públicas de Estado e pra que se passe a perceber que as ações que são desenvolvidas pela sociedade devem ser, devem ser trabalhadas de forma, de forma coletiva, né? Hoje nós trabalhamos dentro de esferas: o primeiro setor faz um trabalho, o segundo setor faz uma outra lógica de trabalho, o terceiro setor vem dentro de uma outra lógica. Nós segmentamos uma coisa que é única, né? O que nós fazemos no terceiro setor com o apoio de organizações privadas, muitas vezes, nós trabalhamos no espectro da irresponsabilidade dos governos. Por isso, eu acho que é fundamental um processo que vai trazer uma reflexão coletiva, que vai trazer uma maturação da sociedade pra que se quebre velhos conceitos e que se passe a pensar que: “Ou nós tomamos uma posição, e assumimos essa posição” e aí o Instituto Ethos tem um fator preponderante dentro desse processo, porque ele representa a massa crítica empresarial que tem o poder de pressão pra gerar essa mudança, ou nós tomamos essa posição de: “Olha, basta e vamos pensar em uma coisa diferenciada” ou vai ficar insustentável, né? Hoje nós sentimos já isso, você tem aí uma sociedade onde o ter suprime o ser, né, as pessoas são julgadas pelo que elas têm, pelo que elas conseguem acumular e o caráter das pessoas é levado a segundo plano, é uma sociedade onde as pessoas vivem uma angústia constante e uma busca desenfreada por satisfação em cima de bens materiais, a satisfação da essência, a satisfação em cima da ética, a satisfação em cima de coisas essenciais ela passa a ser desprezada por essa sociedade. E nesse ritmo desenfreado por busca de acúmulo patrimonial, coisas materiais, nós jogamos, nós expurgamos dezenas de milhares de pessoas pra uma periferia desse mundo, o que acontece é que nós passamos a ter pessoas que querem, ou que buscam uma melhoria de vida e que não tem. Então, você começa a ter uma pressão muito forte em cima das classes que tem o maior poder aquisitivo, aí nós vemos a crescente da violência, nós vemos a crescente de mazelas nas grandes cidades, por quê? Porque você tem um processo de segregação brutal entre as pessoas, né? E tá chegando num ponto que ou nós passamos a perceber que isso deve ser, deve ser sanado ou vai chegar num momento que a gente não vai conseguir sair de casa ou ficar tranquilo quando nossos filhos forem sair de casa achando, pensando se eles vão chegar ou se não vão chegar. Então, esse papel de iniciar um processo indutor de transformações acho que vindo do empresariado e vindo de organizações como o Ethos tem um, sem nenhuma dúvida, eu creio que é de suma importância pra iniciar essa transformação.

P/1 – Muito obrigada, Tarcio, por você ter participado. E agradeço o seu depoimento, viu?

R – Eu que agradeço, muito obrigado.