

PRÁTICAS DE CONSUMO ALIMENTAR DE PRODUTOS ORGÂNICOS: UMA ANÁLISE SOCIOECONÔMICA E PERCEPTIVA SOBRE OS CONSUMIDORES DAS FEIRAS ECOLÓGICAS DO MUNICÍPIO DE PELOTAS, RS, BRASIL

CRUZ, Patrícia Postali¹; ALTEMBURG, Shirley N.²; LOVATTO, Patrícia B.²; BEZERRA, Antônio A.²

¹ Acadêmica dos Cursos de Ciências Biológicas e Antropologia Social e Cultural da Universidade Federal de Pelotas - UFPel. patyznhapc@hotmail.com.br

² Programa de Pós-Graduação em Sistemas de Produção Agrícola Familiar – UFPel/FAEM shi_nascimento@yahoo.com.br, biolovatto@yahoo.com.br, ajabez@ufpel.tche.br

1. INTRODUÇÃO

No Brasil vem crescendo a produção de alimentos e de outros produtos agrícolas baseada em princípios ecológicos ascendendo diferentes denominações para este tipo de produção, qual sejam, produto ecológico, produto orgânico, produto agroecológico, produto natural, etc. De fato, trata-se de formas distintas de produção e de inserção no mercado (ABREU, *et al.* 2005). No presente, utilizar-se-á a denominação agricultura e produção de base ecológica¹. Inserida nesta, uma nova rede de relações sociais e ambientais é criada, emergindo uma forma diferenciada de produzir, consumir e se relacionar com o ambiente. Tanto o produtor quanto o consumidor se tornam agentes críticos em relação à indústria cultural de massa, que determina as concepções e atitudes do que é bom e do que não o é². Segundo RUCINSKI & BRANDENBURG (2002) o consumidor orgânico³ estabelece outros valores e referenciais para consumo, como também para seu estilo de vida, o que não quer dizer que ele negue a indústria cultural, mas coloca-se criticamente com relação a ela. A prática da agricultura envolve um processo social, integrado a sistemas econômicos. Desta forma, qualquer enfoque baseado simplesmente na tecnologia ou na mudança da base técnica da agricultura pode implicar no surgimento de novas relações sociais, de um novo tipo de relação do Homem com o

¹ Segundo CAPORAL & COSTABERBER (2004) e tomando como base o documento Marco Referencial em Agroecologia da EMBRAPA (2006), pode-se afirmar que a agricultura de base ecológica se caracteriza por integrar o conjunto de estilos de produções ecológicas, respeitando seus qualificativos e reduz as possíveis incompreensões conceituais, entre técnicos, ambientalistas, comerciantes e consumidores em torno do assunto. Esta denominação é também largamente utilizada pelo Programa Nacional de Apoio à Agricultura de Base Ecológica nas Unidades Familiares de Produção (Documento de Políticas Públicas do MDA, 2004).

² Para SEVILLA GUZMÁN (1995) a agroecologia constitui o campo dos conhecimentos que promove o manejo ecológico dos recursos naturais, através de formas de ação social coletiva que apresenta alternativas à atual crise de Modernidade, mediante propostas de desenvolvimento participativo desde os âmbitos da produção e da circulação alternativa de seus produtos, pretendendo estabelecer formas de produção e de consumo que contribuam para encarar a crise ecológica e social e, deste modo, restaurar o curso alterado da co-evolução social e ecológica.

³ A lei da produção orgânica nº 10.831, de 23 de dezembro de 2003, regulamentada em 2007, teve sua formulação baseada no conceito de agroecologia, que destaca diversos elementos, integrantes da noção conceitual, tais como: a integridade cultural das comunidades rurais, a equidade social, a valorização econômica das produções familiares, além do respeito aos recursos naturais, também passou a reconhecer como produto orgânico, aqueles produtos que são oriundos de diferentes estilos de agricultura: biodinâmica, orgânica, natural, permacultura, sistemas agroflorestais, regenerativo, etc.

ambiente e, entre outras coisas, em maior ou menor grau de autonomia e capacidade de exercer a cidadania. A agricultura sustentável exige um tratamento mais eqüitativo a todos os atores envolvidos, especialmente em termos das oportunidades a eles estendidas, buscando-se melhoria crescente e equilibrada daqueles elementos, ou aspectos que expressem os avanços positivos em cada uma das seis dimensões da sustentabilidade (econômica, social, ecológica, política, cultural e ética) (COSTABEBER & CAPORAL, 2003). As feiras ecológicas constituem estruturas imprescindíveis para a continuidade dos princípios que regem a sustentabilidade produtiva, pois buscam implementar um aspecto mais social de aproximação entre produtor e consumidor com o objetivo de estabelecer um processo de formação e reeducação para ambas as partes no que diz respeito ao modo de produção de alimentos e as reais necessidades dos consumidores finais⁴. No tocante, os indutores deste processo estão na extremidade oposta da cadeia produtiva, a do consumo, conquistados pela confiança nos trabalhos realizados e também pelas mudanças de paradigmas quanto às questões ambientais, alimentares, hábitos de vida e saúde. Desta forma, o presente trabalho busca contribuir para elucidação dos aspectos perceptivos e sócio-econômicos prevaletentes entre os consumidores das Feiras Ecológicas do Município de Pelotas, RS, possibilitando a visualização do cenário atual em que se encontra inserida a sociedade de consumo.

2. METODOLOGIA (MATERIAL E MÉTODOS)

A pesquisa foi realizada em três feiras ecológicas da Associação ARPA-Sul⁵, localizadas em distintas regiões do Município de Pelotas, RS, Brasil. Foram abordados aleatoriamente 69 consumidores nos diferentes locais de investigação: sendo 24 entrevistados na Feira da Av. Bento Gonçalves, 23 na Feira do Largo do Mercado e 22 consumidores na Feira da Av. Dom Joaquim. O período da coleta de dados foi de 20 de maio a 15 de junho de 2010. Foram utilizadas como técnicas qualitativas a observação participante e como recursos técnicos um roteiro de entrevista com perguntas abertas, abordando questões relativas aos motivos da aquisição dos alimentos da feira ecológica, entendimento sobre alimento orgânico/ecológico, periodicidade de visita à feira, principais produtos adquiridos, tempo de aquisição e hábitos de consumo. Junto ao roteiro de entrevistas foi anexado um questionário contendo questões fechadas para a obtenção dos dados sócio-econômicos dos entrevistados.

3. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Do total de consumidores entrevistados, 21% possuem mais de 60 anos de idade, 19% possuem entre 51 e 60 e 15% faixa etária entre 41 e 50 anos. Diante desses dados, como proposto por RUCINSKI (2002), pode-se hipotisar que os

⁴ Os métodos de produção da agricultura agroecológica vão de encontro com as exigências da sociedade. Além disso, o modelo convencional tem demonstrado que é insustentável, tanto para o meio ambiente, como no aspecto social e político dos agricultores e consumidores (MAFRA, 2001).

⁵ Associação Regional dos Produtores Agroecológicos da Região Sul. Associação criada em 1995 com a finalidade de congregiar os associados em torno dos princípios da agricultura ecológica, além de organizar a produção e viabilizar a propriedade rural através da criação de canais e de espaços específicos para comercializar a produção de seus membros assistidos pela Pastoral Rural da Igreja Católica e Centro de Apoio ao Pequeno Agricultor-CAPA (ANJOS, *et al.* 2005).

hábitos alimentares com uso de alimentos produzidos de forma natural anteriores ao domínio da Revolução Verde, que induziu ao maior consumo de alimentos industrializados, propiciou a estes consumidores a maior capacidade de distinguir a qualidade do alimento ecológico. Outro fato pode estar relacionado à procura de uma dieta mais adequada em decorrência de problemas de saúde. Com relação ao gênero predominaram as mulheres que representaram 73% dos entrevistados. Este dado já era esperado visto que as mulheres ainda são as principais envolvidas nas atividades de gerenciamento doméstico. Para o item escolaridade predominou o Ensino Superior Completo ou em curso (67%) seguido do Ensino Médio Completo (20%). Estes dados demonstram um relevante índice de escolaridade entre os pesquisados e indica para uma correlação positiva entre educação formal e esclarecimento sobre os diferenciais envolvidos no consumo de alimentos orgânico/ecológicos. No aspecto renda, a maioria (35%) dos pesquisados declararam renda entre 1 – 3 salários mínimos, o que demonstra certa discrepância com relação ao grau de escolaridade, apesar das pesquisas apontarem para um público consumidor orgânico privilegiado em relação ao poder econômico (STORCH *et al.* 2003; KARAN & ZOLDAN, 2003; SIVIERO *et al.* 2008;) inclusive em levantamentos anteriores realizados na região de estudo (ANJOS *et al.* 2005; ANDERSSON *et al.* 2009). Entre as profissões dos entrevistados destacaram-se os professores (25%) e aposentados (21%). Quando questionados sobre a motivação para o consumo de alimentos, 31% dos entrevistados relacionaram a sua motivação ao fato dos alimentos serem mais saudáveis, 28% por serem livres de agrotóxicos e 13% mencionaram a qualidade mais elevada dos produtos. Em menores percentuais foram expressas motivações como o incentivo à agricultura familiar, a localização da feira e o sabor dos alimentos. Com relação à percepção sobre alimento orgânico/ecológico, 81% responderam serem alimentos cultivados sem agrotóxicos, demonstrando que a opção de consumo possui um respaldo crítico à produção convencional. Este dado vai ao encontro do resultado sobre a periodicidade de compras onde 81% relataram ir à Feira semanalmente. Quanto ao período de conversão ao consumo orgânico e aquisição de alimentos na Feira, 48 % disseram consumir há mais de cinco anos e 35% de 1 a 3 anos, demonstrando a prevalência de uma relação estável e leal entre consumidores/produtores. Segundo as entrevistas, a maior demanda de produtos está relacionada com a venda de hortícolas, representando 53%, seguido de 40% que disseram dar preferência a todos os alimentos da época. Tal informação vai de encontro a um dos preceitos da alimentação orgânica representando uma das mudanças mais radicais para os consumidores, alimentar-se de acordo com os ritmos naturais. Um último dado relevante relaciona-se diretamente com a fidelidade dos consumidores às Feiras Ecológicas. Assim, 34 % dos entrevistados afirmaram que ao não ter disponibilidade de um alimento na feira adquire em outras feiras convencionais, 33 % afirmaram comprar em supermercados, 20% relataram optar pela procura em outras feiras ecológicas e 13% disse não consumir o produto caso não esteja disponível na Feira Ecológica de preferência.

4. CONCLUSÕES

As informações colhidas junto aos entrevistados demonstraram um consumidor crítico e inserido numa rede de símbolos ecológicos e sociais bem evidentes. Diferentemente de outros perfis sócio-econômicos, traçados para o

consumidor orgânico, em trabalhos anteriores, no presente, o capital cultural se sobrepõe ao capital econômico. Aqui a opção pelo consumo de alimentos orgânicos, nas Feiras Ecológicas investigadas, ultrapassa o simples ato da alimentação cotidiana, inserindo-se na vida desses consumidores sob a forma de atitudes e comportamentos ressignificantes para a sociedade contemporânea.

5. REFERÊNCIAS

- ABREU, L. S. de., et al. BELLON, S. e CORRALES M. F. The development of organic farming models: analysis of the current situation and perspective in Brazil. In: *anais of the ISOFAR/IFOAM*, 2005.
- ANDERSSON, F. ALTEMBURG, S. N., LOVATTO, P.B. Estudo do perfil dos consumidores em duas feiras livres de base ecológica do Município de Pelotas, RS, Brasil, *Anais do Enc. de Pós Graduação da UFPel*, 2009.
- ANJOS, F. S.; GODOY, W; CALDAS, N. *As feiras livres de Pelotas sob o império da globalização: perspectivas e tendências*. Pelotas: Ed Universitária, 2005.
- BRASIL. Lei n. 10.831, de 23 de dezembro de 2003. Dispõe sobre a agricultura da agricultura de base ecológica e dá outras providências. *Diário Oficial da União*, v.140, n. 250, p. 8. Seção 1, 24 dez. 2003.
- BOURDIEU, P. *Questões de sociologia*. Rio de Janeiro, Marco Zero, 1983.
- CAPORAL, F. R, COSTABEBER, J. A. Agroecologia e Extensão Rural: Contribuições para a promoção do desenvolvimento rural sustentável. Brasília – DF. *MDA/SAF/DATER-IICA*,(2004).
- COSTABEBER, J.A.; CAPORAL, F.R. Segurança alimentar e agricultura sustentável *Ciência e Ambiente*, Santa Maria, v.1, n.27, p.153-165, 2003.
- EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA. Marco referencial em agroecologia. Brasília-DF: *Embrapa Informação Tecnológica*, 2006.
- KARAN, K. F.; ZOLDAN, P. *Comercialização e consumo de produtos agroecológicos – Região da Grande Florianópolis*. Florianópolis: Instituto Cepa/SC, 2003. 51 p.
- MAFRA, M.S.H. Estudo das relações técnicas, sócio-econômicas, políticas e ambientais da agricultura orgânica e biodinâmica em uma fazenda biodinâmica na região da Apulia Itália. 2001. *Relatório* (Estágio Profissionalizante), Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz. Universidade de São Paulo.
- RUCINSKI, J. & BRANDENBURG A. Consumidores de alimentos orgânicos em Curitiba. *Anais do I Encontro da Assoc. Nac. de PG em ambiente e sociedade*, 2002.
- SEVILLA GUZMÁN, E. *Para una sociología del desarrollo rural integrado*. In: *Materiales de Trabajo del Ciclo de Cursos y Seminarios sobre Agroecología y Desarrollo Sostenible en América Latina y Europa. Módulo II Desarrollo Rural Sostenible*. Universidad Internacional de Andalucía, 1995. p.3-76.
- SIVIERO, A. et al. O consumo de produtos agroecológicos no Acre. In: Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural, 46.,2008, Rio Branco. *Anais*. Piracicaba: SOBER, 2008. v. 22. p. 567-597.
- STORCH. G. et al. Caracterização dos consumidores de produtos da agricultura orgânica na região de Pelotas,RS. In: *R. Bras. Agrociência*, v.9, n. 1, p. 71-74, janeiro, 2003.