

## 10793 - Feira agroecológica na cidade de Chapecó – SC

Agro-ecological fair in Chapecó municipality - SC

VERONA, Luiz A. F.<sup>1</sup>; FACHINELLO, Marciane<sup>2</sup>; BRUGNARA, Eduardo C.<sup>3</sup> ; BURG, Ines C.<sup>4</sup>

1 Cepaf/Epagri Chapecó, [luizverona@epagri.sc.gov.br](mailto:luizverona@epagri.sc.gov.br); 2 Estagiária CNPq Edital Repensa, [marciane1929@hotmail.com](mailto:marciane1929@hotmail.com); 3 Cepaf/Epagri Chapecó, [eduardobruagnara@epagri.sc.gov.br](mailto:eduardobruagnara@epagri.sc.gov.br); 4 UFFS/Campus Chapecó, [inesburg@uffs.edu.br](mailto:inesburg@uffs.edu.br)

### Resumo

O número de famílias agricultoras com atividades em produção agroecológica tem diminuído nos últimos anos na cidade de Chapecó – SC. Neste mesmo sentido o esperado aumento na busca de produtos com origem em uma produção agroecológica, também não tem acontecido. Os questionamentos sobre as possíveis razões desta situação e apresentar um caminho para viabilizar atividades com base agroecológica e familiar, motivou a presente pesquisa. O principal objetivo deste trabalho foi de identificar o perfil dos consumidores que frequentam as feiras de produtos artesanais e orgânicos desta cidade. O presente estudo foi realizado em duas feiras com bancas de produtos orgânicos, através da aplicação de questionários estruturados. Os resultados encontrados tem consistência para orientar as ações das famílias agricultoras, organizações e instituições envolvidas no planejamento da produção, certificação e comercialização de produtos orgânicos do município.

**Palavras Chave:** agroecologia, consumidores, agricultura familiar.

### Abstract

The number of family farms with agro-ecological activities has decreased in the last years in Chapecó municipality. As such, there wasn't the expected increase in the search for products with agro-ecological production source. The doubts about this situation, and to show a way for agro-ecological and family based activities to occur, motivated this research. The main objective of this work was to identify the consumer profile of those attending handcrafts and organic products fairs in this municipality. The present study was accomplished in two fairs which had organic product stands, through structured questionnaires. The result has the consistency to orient the actions of family farmers, organizations and institutions involved in plans of production, commercialization and certification for organic products of this municipality.

**Key words:** Agroecology, consumers, family agriculture.

### Introdução

Ao longo das últimas décadas temos colecionado estudos sobre a contaminação dos alimentos produzidos em sistemas convencionais brasileiros pelo uso abusivo de agrotóxicos. Segundo a Anvisa (2011), os agrotóxicos “são ingredientes ativos com

elevado grau de toxicidade aguda comprovada e que causam problemas neurológicos, reprodutivos, de desregulação hormonal e até câncer”. O Projeto de Análise de Resíduos de Agrotóxicos em Alimentos (Para), realizado pela Anvisa em conjunto com os órgãos de vigilância de 25 estados participantes, mais o Distrito Federal, analisou diversos legumes, frutas e vegetais e entre as amostragens analisadas, os alimentos que foram contaminados com uma frequência maior foram: pimentão (80,0%), uva (56,40%), pepino (54,80%), morango (50,80%), couve (44,20%), abacaxi (44,10%), mamão (38,80%), alface (38,40%), tomate (32,60%) e beterraba (32,00%).

Sem dúvidas, existe uma maior transparência sobre a problemática relacionada com a qualidade dos alimentos, incluindo neste sentido a própria ação de movimentos sociais organizados, os quais estão constantemente denunciando a situação da contaminação de produtos.

Solidificando a produção orgânica, recentemente entrou em vigor a lei nº 10.831 e suas Instruções Normativas que regulamentam a produção e comercialização de destes produtos no Brasil.

No contexto brasileiro, as feiras agroecológicas surgiram como estratégia de divulgação e massificação dos produtos agroecológicos. Sendo em sua maioria baseadas em princípios de economia solidária, objetivavam gerar renda aos agricultores, mas também permitir o acesso por parte dos consumidores ao alimento baseado nos princípios da segurança alimentar e nutricional.

Diante deste quadro exposto, espera-se uma maior conscientização dos consumidores e um conseqüente aumento do consumo de alimentos produzidos em sistemas agroecológicos. No entanto, alguns processos de comercialização baseados em feiras não conseguiram alcançar estes objetivos, como mostram as pesquisas realizadas em diversas regiões que apontam a tendência de elitização do consumo (MATOS FILHO, 2004 e VERONA et all, 2009).

Na região oeste catarinense, mais precisamente em Chapecó, percebe-se que a ampliação das feiras de produtos orgânicos não tem acontecido, ao contrário, observa-se ter ocorrido um retrocesso desta atividade. Surgem então questionamentos sobre as razões destes fatos e esta pesquisa, que mais amplamente busca compreender a dinâmica envolvida na comercialização e consumo, tem como finalidade iniciar a discussão apontando alguns elementos sobre o perfil dos consumidores que frequentam estas feiras e buscar indícios ou elementos que orientem as ações das organizações e instituições envolvidas no planejamento da produção, certificação e comercialização de produtos com base agroecológica no município.

Em Chapecó/SC as feiras de produtos artesanais existem desde 1997, atualmente estão em funcionamento em dez pontos da cidade. Sendo que quatro destas feiras tem a característica de ofertar, no mesmo espaço de comercialização, os produtos orgânicos e os convencionais. As feiras apresentam algumas bancas, identificadas, que oferecem produtos com base agroecológica.

## **Metodologia**

O estudo foi conduzido com aplicação de questionários, composto por questões diretas. Com o objetivo de facilitar a resposta, algumas questões foram com aplicação da técnica de escala de faces. A entrevista abordou o perfil do consumidor, sua perspectiva em relação à qualidade e/ou aparência dos produtos, relação com os feirantes, a confiabilidade em relação à certificação orgânica praticada no espaço da feira. Foi obtido um grande número de informações, que foram analisadas em percentagem e gráficos. A

amostragem foi aleatória e abordada a grande maioria das pessoas designadas como clientes das feiras. Os questionários foram aplicados entre os meses de junho e julho de 2011, em diversos horários, com público diferenciado, nas feiras localizadas na rua Uruguai esquina com a rua Nereu Ramos e na feira localizada na rua Benjamim esquina com a rua Porto Alegre, ambas no centro da cidade. Estas feiras possuem atividades duas vezes por semana. O público entrevistado foi de 123 consumidores. Os dados coletados foram analisados com auxílio de gráficos, serão apresentados as famílias agricultoras como forma de abordagem para construção de um caminho para concretizar a atividade que vem sendo desempenhada de produção com base agroecológica e comercialização direta ao consumidor.

### **Resultados e discussão**

Por meio dos dados obtidos, foi possível observar que dos consumidores entrevistados 93,49% compram semanalmente nas feiras por diversos motivos, dentre os quais os relacionados a produtos orgânicos, 93,04% compram pela qualidade do produto, 26,9% pelo preço, 21,73% pela higiene, 13,04% pela facilidade de acesso na feira e 11,3% pela disponibilidade ou diversidade de produtos oferecidos, sendo que a faixa etária que mais consomem produtos provenientes da feira é de adultos de 65,1%. Quanto ao grau de instrução formal 63,3% possuem o ensino fundamental e médio. Dos entrevistados 91,8% procuram por produtos agroecológicos, sendo que 88,66% identificaram sua situação econômica como regular a boa. Quanto a identificação dos produtos orgânicos dentro do espaço da feira, 53% a consideraram boa. Cerca de 73,17% consideram como bom o relacionamento que estabelecem com os agricultores familiares feirantes durante a venda direta. Quando questionados sobre a diferenciação entre produtos agroecológicos e convencionais vendidos no mesmo espaço de feira, os dois receberam boa aceitabilidade, denunciando uma valoração não diferenciada dos mesmos. Por outro lado, quando questionados sobre a organização de uma cooperativa de consumidores de produtos agroecológicos, 53,65% se manifestaram favoráveis.

Estes dados apresentados estão de acordo com trabalho realizado por Verona et al. (2009), em feira da mesma cidade. Neste trabalho os autores apontam as semelhanças nas situações encontradas para o perfil dos consumidores nos itens de idade, condição financeira, busca de qualidade dos produtos e sobre a estrutura da feira.

O presente estudo demonstra que o público consumidor não necessariamente faz uma diferenciação entre os diversos tipos de produtos ofertados nas feiras de produtos artesanais, coloniais, e agroecológicos de Chapecó. Estas informações podem apontar para uma maior necessidade de divulgação dos benefícios intrínsecos presentes nos produtos agroecológicos. Esta divulgação poderia ser feita através de processos educativos e/ou formativos envolvendo os consumidores e os agricultores feirantes. Ehlers (2008) destaca que a busca por uma agricultura familiar sustentável, possui nos consumidores um papel fundamental, em vários países as políticas relacionadas ao uso do solo ou a qualidade do alimento já vem reagindo as novas exigências sociais. Esta colocação vem de encontro com o pensamento de que as pessoas estão se conscientizando aos poucos, observando que trata-se de um processo muito lento e com possibilidade de retrocesso, sobre um padrão de vida sustentável e sobre prática de uma agricultura limpa, mais segura e produzindo alimentos mais saudáveis. Diante disso, a organização de uma cooperativa de consumidores, também apontada na pesquisa como aceita pelos usuários, facilitaria este processo de formação e divulgação.

Os dados coletados apontam para a existência de um público potencial para a ampliação do número de agricultores e conseqüentemente da quantidade de produtos

agroecológicos oferecidos em feiras de venda direta ao consumidor. Por meio de um consumo consciente, economia solidária e um comércio justo, a escolha alimentar, de acordo com Portilho (2008), deixa a esfera privada e ganha uma dimensão ética e política que busca assumir a responsabilidade sobre suas conseqüências sociais e ambientais.

### **Considerações finais**

Com o presente estudo foi possível visualizar a procura dos consumidores por produtos mais saudáveis, levando em conta as questões de qualidade do produto, a aparência do mesmo e higiene. A boa aceitabilidade dos clientes em implantar uma cooperativa de consumidores de produtos com base agroecológica, deixou visível o apoio nas questões de produção e comercialização de alimentos mais saudáveis.

Por fim, a análise dos dados reflete uma necessidade de trabalhar a estrutura física das feiras, na apresentação da qualidade dos produtos orgânicos e na facilidade de identificar os mesmos.

### **Bibliografia Citada**

EHLERS, E. **Agricultura Sustentável**: origens e perspectivas de um novo paradigma. 2a. ed. Guaíba - RS: Agropecuária, 1999. 157p.

MATOS FILHO, A. M. **Agricultura Orgânica sob a perspectiva da sustentabilidade: uma análise da região de Florianópolis – SC, Brasil**. Florianópolis: UFSC, 2004. (Dissertação de mestrado).

ANVISA - Agência Nacional de Vigilância Sanitária. **Programa de Análise de Resíduos de Agrotóxicos em Alimentos (PARA)**. Disponível em:

<http://portal.anvisa.gov.br/wps/portal/anvisa/home/alimentos>. Acessado em 25/07/2011.

PORTILHO, Fátima. Consumidores de alimentos orgânicos: discursos, práticas e auto-distribuição de responsabilidades socioambiental. IN: **26ª. Reunião Brasileira de Antropologia**, 01-04 de junho de 2008, Baía.

VERONA, L.A.F. et all. Perfil dos Consumidores de Produtos Orgânicos da Feira da Cidade de Chapecó-SC. In: **VI Congresso Brasileiro de Agroecologia**. 09-12 de novembro de 2009, Curitiba – PR.