

Caracterização do consumo em uma feira livre de base ecológica do Município de Pelotas, RS, Brasil

Characterization of consumption in a market free from ecological basis of Pelotas city, RS, Brazil

LOVATTO, Patrícia. UFPel, biolovatto@yahoo.com.br; NASCIMENTO, Shirley Grazieli. UFPel, shi_nascimento@yahoo.com.br; ANDERSSON, Fabiana da Silva. UFPel, fabi_andersson@ibest.com.br; BEZERRA, Antônio. UFPel, ajabez@ufpel.tche.br.

Resumo

Este trabalho foi realizado com o intuito de contribuir para elucidação do perfil sócio-econômico e percepção atual dos consumidores que freqüentam uma das principais feiras livres de base ecológica do Município de Pelotas, RS. Nesse sentido, foram realizadas 55 entrevistas com consumidores aleatoriamente tomados para amostragem na feira. Como técnica utilizou-se da pesquisa qualitativa tendo como instrumento um roteiro de entrevistas semi-estruturado com questões abertas acompanhado de um questionário com questões fechadas. Através da questionário/entrevista foram investigados aspectos relacionados ao perfil sócio-econômico dos indivíduos (gênero, escolaridade, renda, faixa etária,) opção de consumo, periodicidade de visita as feiras, bem como percepção sobre os alimentos ecológicos adquiridos na feira em análise. Os resultados obtidos apontam para um alto poder aquisitivo dos freqüentadores da feira, predominância da escolaridade de nível superior, opção de consumo motivada pelo não uso de agrotóxicos e responsabilidade com a saúde e preservação do ambiente, sendo que a maioria dos consumidores entrevistados relataram assiduidade à feira.

Palavras-chave: consumo, alimentos ecológicos, perfil sócio-econômico.

Abstract

This work was performed in order to contribute for elucidation of the socio-economic profile and current perception of consumers attending a major trade fair for ecological base of Pelotas city. Accordingly, 55 interviews were conducted with consumers randomly taken for sampling at the fair. Was used a technique of qualitative research with the instrument a roadmap for semi-structured accompanied by a questionnaire. Through the interview/questionnaire were investigated aspects the socio-economic profile of individuals (gender, education, income, age), choice of consumption, frequency of visiting the fairs and perception on the ecological food purchased at the fair in question. The results show a high purchasing power of visitors to the fair, predominance of higher education, choice of consumption driven by not use pesticides and responsibility on health and the environment, the majority of consumers interviewed reported attendance to the fair.

Keywords: consumption, ecological food, socio-economic profile.

Introdução

O conhecimento da diversidade dos sistemas de produção e da percepção dos consumidores atrelados aos sistemas produtivos é de fundamental importância para o estabelecimento de políticas públicas de fortalecimento da produção e do consumo de base ecológica². No Município

² Neste trabalho utiliza-se o termo "produtos de base ecológica", pois entende-se o sistema de produção como um agroecossistema, cuja produção inclui as dimensões ética, política, cultural, social, econômica e ambiental. Optou-se por não utilizar os termos "produção orgânica" ou "alimentos orgânicos" por entender que os mesmos possam carregar significados que não estejam necessariamente incluídos na ótica da Agroecologia. Utiliza-se aqui a Agroecologia conforme definida por CAPORAL e COSTABEBER (2004) como uma nova ciência que rompe com as correntes teóricas convencionais, tendo sua construção baseada no pensamento social alternativo e em elementos recolhidos de diferentes ciências, apresentando um conjunto de princípios, conceitos e metodologias para estudar, analisar, dirigir, desenhar e avaliar agroecossistemas, proporcionando o devido suporte à transição dos atuais modelos

Resumos do VI CBA e II CLAA

de Pelotas, RS, cuja tradição de Feiras livres³ possui registros que remontam a década de 50 há uma grande diversidade de feiras, algumas funcionando em determinadas épocas do ano com oferta de produtos específicos ao passo que outras possuem regularidade e distinguem-se pelo sistema produtivo adotado: convencional e ecológico (ANJOS et. al, 2005). No presente estudo optou-se pela análise de uma feira regular de hortifrutigranjeiros de base ecológica. Nesse sentido, para COSTABEBER e CAPORAL (2003), as insuficiências do modelo convencional despertaram para a necessidade de outros enfoques, mas respeitosos com o ambiente, socialmente desejável, politicamente aceitável e viável sob o ponto de vista econômico. Dentro dessa perspectiva, a agricultura concebe os sistemas de produção agrícolas como ecossistemas, onde os diferentes elementos que compõem o processo produtivo são vistos como uma reprodução interativa destes processos que ocorrem na natureza. Esta corrente baseia-se na tecnologia de processos que envolvem a relação entre planta-solo-ambiente (GLIESSMAN, 2000). Nesse contexto, Guzmán (1999) afirma que a agroecologia pretende o manejo ecológico dos recursos naturais, através de formas de ação social coletiva que apresentam alternativas à atual crise da Modernidade, mediante propostas de desenvolvimento participativo desde os âmbitos da produção e da circulação alternativa de seus produtos.

Com relação ao padrão de consumo Sylvander (1999) salienta a importância de fortalecer a identificação de determinado produto com sua cultura produtiva e, com isso, fortalecer o vínculo produtor-consumidor, tornando-se necessário que a marca incorpore aspectos filosóficos e ideológicos, fazendo com que as feiras constituam o principal elo entre produtor-consumidor, sobretudo se tratando de produtos ecológicos. Nesse contexto se institui a necessidade de identificação do público consumidor para o fortalecimento do vínculo dos produtores com seus consumidores bem como para adoção de estratégias públicas de incentivo ao consumo ecológico na região.

Assim, convém ressaltar que entre os objetivos da agricultura ecológica esta a aproximação entre o agricultor e o consumidor, cooperação e não competição, equidade entre todos os atores, manutenção dos agricultores na terra e a defesa do emprego rural (SHNEIDER, 2004).

Nesse sentido, cabe salientar, que no âmbito do desenvolvimento rural sustentável o presente trabalho segue os preceitos da Agenda 21 que estabelecem os princípios básicos para um planejamento e uma ação integrada visando o desenvolvimento sustentável. Também, considera o Compromisso Terceiro da Declaração de Roma sobre Segurança Alimentar, que versa sobre o esforço que devem realizar países na adoção de políticas e práticas participativas e sustentáveis, fundamentais para assegurar uma quantidade de alimentos suficiente e saudável em nível familiar, regional e nacional.

Acerca dessas premissas o objetivo central deste trabalho foi investigar o perfil e a percepção dos consumidores de uma das feiras de base ecológica do Município de Pelotas, RS, Brasil.

Metodologia

A coleta de dados desta pesquisa foi realizada no período de maio de 2009 a junho de 2009. Foram realizadas entrevistas com os consumidores tomados aleatoriamente durante as suas

de desenvolvimento rural e da agricultura convencionais para estilos de desenvolvimento rural e de agriculturas sustentáveis.

³ AGUILAR (2004) define este espaço como de domínio público que assume diferentes formas de sociabilidade para torna-se um local de espetáculo da vida urbana. RIBEIRO et al. (2003), ressalta o importante caráter social das feiras-livres, pois contribuem para o fortalecimento da agricultura familiar, uma vez que proporcionam a colocação regular da produção possibilitando ao agricultor agregar valor aos seus produtos devido ao encurtamento da cadeia comercial. Além disso, as feiras constituem importante espaço de troca entre o rural e o urbano fazendo com que se estabeleçam laços de afetividade e confiança entre agricultores e consumidores.

Resumos do VI CBA e II CLAA

compras na feira. A feira ecológica investigada foi inaugurada em 1995 e acontece aos sábados das 7:00 às 13:00 horas, na Av. Dom Joaquim, na zona norte de Pelotas, RS. A feira constitui uma iniciativa dos agricultores ecológicos vinculados a ARPASUL (Associação Regional de Produtores Agroecologistas da Região Sul)⁴.

Para coleta de dados utilizou-se questionário com questões fechadas envolvendo temas como gênero, escolaridade, renda e faixa etária dos consumidores bem como roteiro de entrevista semi-estruturada, onde os entrevistados ficaram livres para emitir suas respostas diante dos questionamentos feitos pelo entrevistador. Através do questionário foram levantados dados referentes ao perfil sócio-econômico dos entrevistados. O roteiro de entrevistas incluiu perguntas abertas acerca da opção pela feira em análise, percepção sobre os alimentos ecológicos e periodicidade de compra. As respostas foram agrupadas em categorias para posterior análise.

Resultados e Discussão

Entre os 55 entrevistados predominou o gênero feminino totalizando 72,7% do público amostrado. Com relação à faixa etária predominaram aqueles com idade entre 40 e 50 anos (32%) seguida daqueles com idade entre 60 e 70 anos (28%). É comum a predominância do gênero feminino visto que compete geralmente às mulheres as tarefas relacionadas às atividades de gerenciamento doméstico. Em pesquisa anterior realizada no município, por ANJOS et al. (2005) predominou o gênero feminino entre os consumidores entrevistados (58,1%) em diferentes pontos de comercialização agroecológica. Na mesma pesquisa, a faixa etária predominante foi de 40 a 69 anos (77,4%), dado que vai ao encontro daqueles obtidos neste levantamento preliminar. Entretanto KARAN e ZOLDAN (2003) em pesquisa direcionada à identificação do perfil dos consumidores ecológicos de Florianópolis-SC levantaram que 60% dos entrevistados possuíam entre 21 e 39 anos, caráter que demonstra variabilidade do público consumidor em diferentes regiões e aponta para necessidade de discussão e esclarecimento destas variáveis.

Ainda, constatou-se um alto nível de renda entre os consumidores entrevistados, predominando aqueles com renda acima de seis salários mínimos (60%). Estes dados corroboram com levantamentos semelhantes realizados no município, por STORCH et al., (2003) e ANJOS et al., (2005) os quais demonstraram que os consumidores das feiras ecológicas possuíam níveis de renda superiores a R\$ 1.500,00 (41%) e entre 7 a 10 salários mínimos (38,7%), respectivamente. Siviero et al. (2008) em pesquisa realizada com consumidores de feiras ecológicas de Rio Branco – Acre, demonstraram que 43% dos entrevistados possuíam renda acima de R\$ 2.000,00. Estes dados remetem a necessidade de expansão do mercado consumidor a fim de fornecer subsídios que possibilitem a apropriação dos produtos ecológicos por parte das camadas economicamente mais vulneráveis, fazendo com que a agroecologia cumpra seus preceitos com plenitude.

Relacionado com a instrução dos consumidores destacaram-se aqueles com nível superior completo representando 69%, seguidos daqueles com ensino médio (22%) e fundamental incompleto (9%). Anjos et al., (2005) constatou que 46,9 % dos consumidores da feira ecológica entrevistados em Pelotas, RS, possuíam ensino superior completo, caráter que remete a informação contextualizada que essas pessoas possuem sobre o alimento que consomem produzido de forma diferenciada (do ponto de vista social, ambiental, cultural, econômico e ético). Quanto à percepção dos consumidores entrevistados sobre o que são alimentos ecológicos, foram variadas as explicações e sinônimos relacionados aos mesmos, predominando o entendimento do alimento ecológico com sendo aquele livre de agrotóxicos (55%), sendo também descrito como aquele produzido a partir da agricultura familiar (15%) e em um sistema sustentável

⁴ Associação independente criada em 1995 com a finalidade de congregar 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).

Resumos do VI CBA e II CLAA

(14%).

Sobre a motivação dos consumidores em adquirir seus alimentos na feira, predominou a responsabilidade com a saúde e o ambiente por parte dos feirantes (36%) seguida da produção sustentável de alimentos (21%) e confiança nos agricultores que produzem (15%). Com relação à periodicidade 50% relataram fidelidade à feira em análise. De acordo com estes dados verifica-se a tendência do consumidor em adquirir alimentos preocupados com a qualidade de vida individual e coletiva, característica intrínseca em todos os levantamentos anteriores feitos no Brasil e consultados pelos autores, com o intuito de caracterizar o consumo ecológico (SIVIERO et al. 2008; ANJOS et al. 2005; STORCH et al. 2003, KARAN e ZOLDAN 2003).

Conclusões

Conforme demonstram os resultados, a relação entre produção de base ecológica e consumidor precisa ser ampliada para que os objetivos fundamentais da agroecologia sejam atingidos plenamente. Para tanto é fundamental que haja o incentivo para a produção e o consumo através de políticas públicas adequadas a este tipo de produção.

Referências

AGENDA 21. Disponível em: <<http://www.agenda21.org.br>>. Acesso em: 27 mai. 2005.

AGUILAR, A. Feira livre: o consumo cultural na prática. *Diário Popular*, Pelotas, 28 mar. 2004, p. 7.

ANJOS, F. S. dos; GODOY, W; CALDAS, N. *As feiras livres de Pelotas sob o império da globalização: perspectivas e tendências*. Pelotas: Editora e Gráfica Universitária, 2005.

BECKER, D. F. Sustentabilidade: Um novo (velho) paradigma de desenvolvimento regional. In: BACKER, D. F. (Org.): *Desenvolvimento Sustentável: Necessidade e/ou possibilidade?* 3. ed. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2001. p.27-94.

CAPORAL, F.R.; COSTABEBER. J.A. *Agroecologia e extensão rural: contribuições para a promoção do desenvolvimento rural sustentável*. Brasília: MDA/SAF/DATER/-IICA, 2004. 166 p.

COSTABEBER, J.A.; CAPORAL, F.R. Possibilidades e alternativas do desenvolvimento rural sustentável. In: VELA, H. (Org.). *Agricultura Familiar e Desenvolvimento Rural Sustentável no Mercosul*. Santa Maria: UFSM/Pallotti, 2003. p. 157-194.

GLIESSMAN, S. R. *Agroecologia: processos ecológicos em agricultura sustentável*. Porto Alegre: UFRGS, 2000.

GUZMÁN, S. *Ética ambiental y Agroecologia: elementos para uma estratégia de sustentabilidad contra el neoliberalismo y la globalizació económica*. Córdoba: ISEC-ETSIAM, Universidad de Córdoba, 1999.

SHNEIDER, S. A abordagem territorial do desenvolvimento rural e suas articulações externas. *Sociologias*, Porto Alegre, n.11, 2004.

RIBEIRO, E. M. et al. Trabalho familiar e mercado local no alto Jequitinhonha, Minas Gerais. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL, 51., 2003, Juíz de Fora, *Anais...* Juíz de Fora: SOBER, 2003.

STORCH. G. et al. Caracterização dos consumidores de produtos da agricultura orgânica na

Resumos do VI CBA e II CLAA

região de Pelotas, RS. *Revista Bras. Agrociência*, Pelotas, v. 9, n. 1, p. 71-74, 2003.

SYLVANDER, B. Les tendances de la consommation de produits biologiques em France et en Europe : conséquences sur les perspectives d'évolution du secteur. In: ALLARD, G.; DAVID, C.; HENNING, J. (Eds.). *L'agriculture biologique face à son développement: les enjeux futurs*. Paris: INRA, 1999. 45p.

KARAN, K.F.; ZOLDAN, P. *Comercialização e consumo de produtos agroecológicos – Região da Grande Florianópolis–Relatório Final*. Florianópolis: Instituto Cepa/SC, 2003. 51p.