

VIII SEMEX UFPI – 06 A 09 DE NOVEMBRO DE 2018 - UFPI

Comunicação oral:

Feira Agroecológica e Consumo Consciente: uma avaliação a partir da participação dos consumidores.

Beatriz da Silva Lustosa¹; Valéria Silva²

Resumo: O consumo consciente é um dos importantes princípios da prática agroecológica. Dada a sua relevância, a Feira UFPI desenvolve várias iniciativas de trabalho com seus consumidores, avaliando regularmente a presença dos mesmos neste processo, bem como o próprio trabalho desenvolvido, a partir da percepção de consumidores. Este artigo objetiva evidenciar em que medida as estratégias de trabalho desenvolvidas estão alcançando seus objetivos, tanto em nível da motivação e participação de consumidores, quanto em nível da feira que estamos construindo.

Palavras-chave: Agroecologia. Consumo Consciente. Feira UFPI.

Introdução:

O Projeto de Extensão Feira de Base Agroecológica-Cultural da UFPI³, orienta-se pelos princípios da agroecologia, como a visibilidade e importância das dinâmicas rurais, a consideração das culturas locais, a troca de conhecimentos, o consumo responsável, os vínculos construídos entre as pessoas que a frequentam, produção e consumo de alimentos sem veneno, proteção do meio ambiente, dentre outros (BRAGA; PIOVOSAN, 2016). Estes aspectos fazem da Feira um espaço modificador da percepção daqueles que ainda veem uma feira como mero local de compra.

Do ponto de vista do consumo, podemos ter na Feira UFPI um agente para a mudança no pensamento sobre esta prática, pois as experiências e estudos mostram que quando existe

1 Discente do curso de Serviço Social da Universidade Federal do Piauí, com vínculo voluntário no Projeto de Extensão Feira de Base Agroecológica-Cultural da UFPI. bea.lustosa@hotmail.com

2 Dra. em Sociologia Política. Profa. da Graduação de Serviço Social e do Mestrado em Sociologia-UFPI. valeriasilvathe@gmail.com

3 Trabalho vinculado ao Programa SEMENTES DE CULTURA/Projeto Feira de Base Agroecológica-Cultural da UFPI

* Trabalho apresentado no VIII Seminário de Extensão e Cultura da UFPI- SEMEX em 08/09 de 2018.

uma relação mais próxima entre produtores e consumidores o conhecimento sobre a origem do alimento, desde a sua produção até a chegada às prateleiras para venda, o consumidor passa a ter uma visão mais ampla sobre o ato de consumir, para além das suas ações mecânicas diárias de compra e consumo, sem saber no que isso pode influenciar e nos impactos econômicos e ambientais de tal ação. Essa mudança é respaldada pela prática do consumo consciente, aspecto que tem por base a participação ativa dos consumidores no desenvolvimento geral da produção/comercialização dos produtos (MANSANO; OLIVEIRA, 2011).

Entendendo a relevância deste aspecto, a Feira UFPI realiza avaliações regulares, com vistas a compreender a realidade do trabalho desenvolvido com os consumidores e delinear novas ações. Com este trabalho, trazemos parte dos resultados já alcançados até aqui.

Metodologia:

A metodologia utilizada para o desenvolvimento do trabalho foi a quanto-qualitativa, a partir da observação durante visitas técnicas e no espaço da Feira, da fotografia, bem como o uso do questionário. O instrumento utilizado continha 14 perguntas abertas e fechadas, respondidas pelos consumidores da Feira no dia 20/06/2018. A abordagem ocorreu no período da manhã, horário de maior trânsito de pessoas naquele local. Ademais, ocorreram as visitas, juntamente com consumidores, às comunidades, que participam da Feira UFPI. Neste semestre, consumidores que compõem a Comissão de Representantes e outros já visitaram as comunidades Soim e Ave Verde localizados no meio rural de Teresina.

Iniciativas de aproximação dos consumidores com os produtores no local de produção.

A mudança em relação ao consumo acontece pela modificação de pensamento, quando o indivíduo passa por uma reflexão sobre seus hábitos e a qualidade de vida (PORTILHO, 2005) e a possibilidade de sustentação ou não da sociedade e do planeta. A problemática não está no ato de consumir, por si, mas na forma como este ato é feito, os padrões e relações entre o meio ambiente e o atendimento às necessidades básicas da humanidade.

É nessa lógica que se fundamenta a agroecologia, tematizando e estimulando o consumo consciente, assim como o espaço de comercialização aqui tratado; a Feira de Base Agroecológica- Cultural da UFPI. Por entender essa complexidade, a Feira acompanha os consumidores, estimula a abordagem do consumo consciente etc. a fim de construir uma presença ativa dos mesmos no processo agroecológicos de Teresina. Nesse propósito, o

Projeto Feira vem realizando visitas com o grupo de consumidores às comunidades que participam do Projeto, as visitas são organizadas pela equipe do projeto, pela Pró-associação de consumidores responsáveis e pelo Ministério da Agricultura-MAPA.



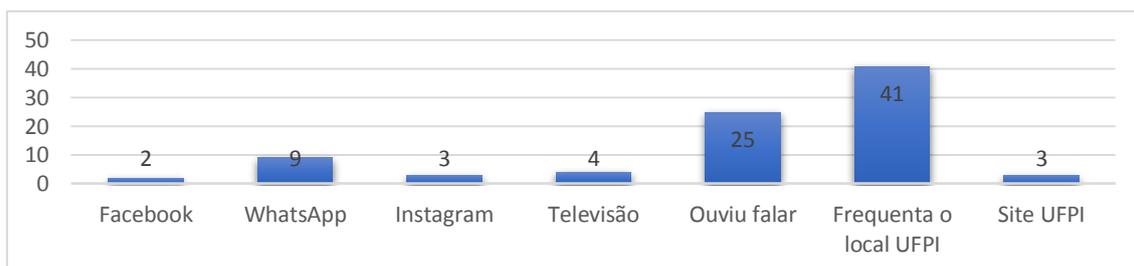
Figura 1: Visita técnica ao Povoado Ave Verde, em 22/05/2018 e figura 2: Povoado Soim, em 26/06/2018. Fotos: Beatriz Lustosa.

Entendemos que o consumo não pode ser visto individualmente, faz-se necessária a apropriação coletiva de maior porte acerca das relações que estão implicadas no gesto de consumir e de como a pessoa pode ter uma experimentação mais ampla de consumo, levando em conta as múltiplas potencialidades das ações de solidariedade e os processos de interação, criando ainda um intercâmbio de informações e aprendizagens no exercício da cidadania (PORTILHO, 2005). O interesse manifestado, as perguntas, as trocas, as avaliações apresentadas in loco mostraram que as visitas são uma estratégia positiva e que os participantes delas mostram ali maior aprendizado e sensibilização com a questão do alimento seguro, produzido em situação social que leve em conta os interesses de agricultores e consumidores.

Resultados e Discussões:

Além do acompanhamento às visitas, enquanto estratégia de avaliação do trabalho, a Feira UFPI realiza levantamentos regulares. Na realização do levantamento do mês de 20/06/2018 no Espaço Rosa dos Ventos, foram abordados 87 frequentadores, os quais disseram ter tomado conhecimento da Feira UFPI de acordo com as respostas que seguem:

GRÁFICO 01: Canais de conhecimento da Feira UFPI. Teresina, 2018.



As respostas mostram que o espaço da própria UFPI ainda é o maior canal de divulgação da Feira e a visibilidade do Projeto, muito embora a comunicação de pessoa a pessoa apareça como importante, além do aplicativo Whatsapp.

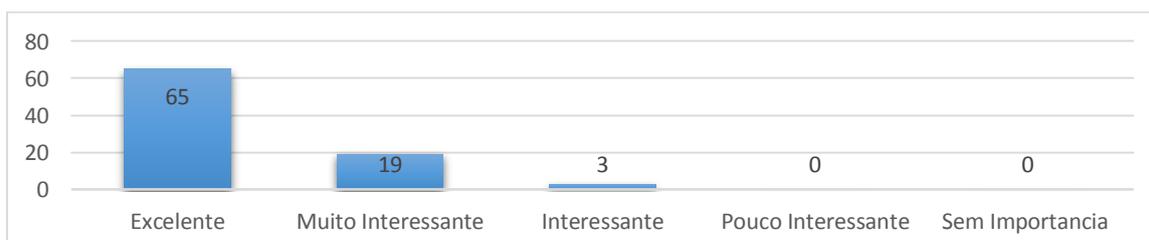
Quando perguntados sobre a regularidade de presença apontaram que sua presença das edições da Feira se faz como segue:

GRÁFICO 02: Regularidade de presença dos consumidores na Feira UFPI. Teresina, 2018.



A partir dos resultados, podemos observar que a regularidade das presenças ainda requer investimentos por parte do Projeto, no sentido de alcançarmos maior solidez dos vínculos produtor/consumidor, sustentando iniciativas futuras da Feira que pressupõem tal realidade, como a implantação de uma CSA- Comunidades que Sustentam a Agricultura. As perguntas, cujas respostas permitem a avaliação da relevância da Feira UFPI, geraram os seguintes resultados:

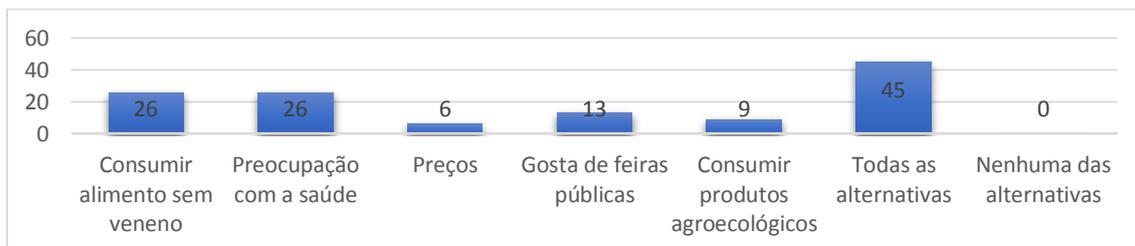
GRÁFICO 03: Avaliação de consumidores sobre a importância da Feira UFPI. Teresina, 2018.



É possível observar que a avaliação da Feira UFPI é 100% positiva, visto que todos os conceitos emitidos estão postos afirmativamente. Este resultado se faz de relevância enquanto critério de avaliação do próprio Projeto pela sua equipe, UFPI e instituições parceiras.

Sobre o motivo que os consumidores possuem para frequentar a Feira, em questão de múltipla escolha, ganharam maior destaque a preocupação com o alimento sem veneno, preocupação com a saúde ficaram em destaque enquanto alternativas individualizadas, muito embora os respondentes tenham apontado majoritariamente que adotavam todas as alternativas apontadas como motivos. Mas fica possível afirmar que o cuidado pessoal é uma questão que orienta fortemente o consumidor a recorrer à Feira.

GRÁFICO 04: Razões apresentadas pelos consumidores para frequentarem a Feira UFPI. Teresina, 2018.



Possivelmente esta escolha justifique o fato de apenas pouco mais da metade de consumidores se manifestar disponível a participar do grupo organizado de consumidores conscientes, estimulado pelo Projeto de Extensão:

GRÁFICO 05: Disponibilidade dos consumidores para participarem de grupos de consumo consciente. Teresina, 2018.



No quesito co-participação nos processos de fomento à agricultura agroecológica, a questão menos acolhida foi sobre o envolvimento de consumidores em grupos de CSA. Os respondentes se manifestaram em percentual de 57% não aceitando participar de CSA, em contraponto a 30% que participariam. Esta realidade mostra que esta discussão ainda precisa ser melhor trabalhada e debatida, em vista da sua relevância para a relação produtor/consumidor em realidades de maior escassez e necessidade de apoio à produção de alimentos agroecológicos provindos da agricultura familiar.

Nas sugestões de melhorias que a Feira deve perseguir, a alternativa mais repetida foi sobre a divulgação, considerada pouca. Também foi apresentada a demanda de que a feira possa expandir-se para outros locais fora da UFPI, além de aspectos como variedade de produção, aperfeiçoamento e estrutura do local, grupo maior de comunidades, maior tempo de duração durante o dia, capacitação dos agricultores, redução de sacolas plásticas, informações sobre o sistema de controle dos produtos. Logo, pode-se notar a mudança nesse consumidor e na forma de consumo, gerando uma responsabilidade recíproca entre consumidores e produtores. Esta postura mostra a abertura de espaço para a equipe Feira trabalhar com maior perspectiva de sucesso o tema relação produtor/consumidor.

Considerações finais:

O trabalho com os consumidores no espaço da extensão universitária e especialmente o levantamento realizado tem permitido perceber que o processo de maior consciência de consumo é longo, visto que é necessário uma mudança pessoal e cidadã no âmbito da educação alimentar, política e cultural. Ao mesmo tempo, é possível perceber que as atividades realizadas pelo Projeto possuem um grande valor para tal passagem, uma vez que os espaços e meios disponíveis de educação para o consumo sequer existem, quando tratamos do município de Teresina.

Desse modo, muito embora estejamos no início, já podemos visualizar pelos recursos metodológicos adotados a importância da Feira como espaço de comercialização em si, mas também como espaço de educação, com vistas a uma postura mais agroecológica diante da realidade de produção/consumo, pensada a partir de uma referência complexa. Assim, de modo mais amplo, fica também validada a agroecologia enquanto respaldado e diretriz com vistas à sustentabilidade, práticas de produção e consumo mais racionais, passando a estes sujeitos maior soberania nesta cadeia.

Referências:

BRAGA, Fábio Rezende; PIOVESAN, Flavia Cristina. O consumo consciente e solidário: direitos humanos, movimentos e ecológico-sociais e a promoção do desenvolvimento sustentável. **Verdades do Direito**, Belo Horizonte, v.13, n. 25, p. 307-330, JAN/ABR. 2016.

MELO, Andreza Maria Oliveira e SILVA Valéria. Feira de Base Agroecológica-Cultural da UFPI: um estudo sobre a participação social dos consumidores. Trabalho apresentado no **VII SEMEX UFPI – 22 a 24 DE NOVEMBRO DE 2017 – UFPI**. Teresina-PI.

MANSANO, Josyane; OLIVEIRA, Gisele Lopes de. Reflexões sobre o consumo consciente voltadas para o desenvolvimento sustentável. **Revista de Direito Público**, Londrina, v.6, n.1, p. 70-90, JAN/ABR. 2011.

PORTILHO, F. Consumo sustentável: limites e possibilidades de ambientalização e politização das práticas de consumo. **Cadernos EBAPE.BR**, v. 3, n. 3, p. 1-12, 2005.