

VII SEMEX UFPI – 22 a 24 DE NOVEMBRO DE 2017 - UFPI

Feira de Base Agroecológica-Cultural da UFPI: um estudo sobre a participação social dos consumidores

Andreza Maria Oliveira Melo¹ Valéria Silva²

RESUMO: A Feira de Base Agroecológica e Cultural da UFPI, projeto de extensão da Universidade Federal do Piauí em parceria com doze instituições, tem como objetivo estimular a produção/comercialização/consumo de produtos sem veneno, comercializados a preços justos e por via direta, do produtor para o consumidor. Também objetiva consolidar-se como um espaço de trocas entre rurais e urbanos, academia e sociedade, feirantes e consumidores/as. Dando ênfase a este último, o projeto tem buscado a mobilização de consumidores/as com vistas à criação de uma associação, a fim de construir vínculos mais concretos, rompendo as atuais fronteiras, existentes entre quem planta e quem consome. O presente trabalho foca as atividades de pesquisa e extensão realizadas pela UFPI e MAPA² com o fito de conhecer o público consumidor da Feira e a estimular a criação de uma associação de consumidores/as, a qual terá o papel de fortalecer os vínculos já referidos, bem como colaborar ativamente no processo de certificação da produção agroecológica local enquanto produção orgânica, pela sistemática de OCS-Organização de Controle Social.

PALAVRAS-CHAVE: Agroecologia; Controle Social; Associação de Consumidores.

1 INTRODUÇÃO

A modernização da agricultura trouxe profundas mudanças no sistema agroalimentar, implicando em transformações da relação entre o consumo e a produção na agricultura. Os consumidores se distanciaram dos agricultores e os alimentos passaram a chegar em cada consumidor/a através de atravessadores, muitas vezes com perda da qualidade e diversidade. Esta realidade também gerou a incerteza e desconfiança por parte dos consumidores (WISKERKE, 2009) acerca da procedência e segurança do alimento consumido.

Embora enfrentando os desafios impostos por tal realidade, historicamente, a agricultura familiar vem sendo a responsável pela maior parte da produção de alimentos, sendo responsável por 70% do alimento que chega às mesas brasileiras, contribuindo

Trabalho vinculado ao Programa SEMENTES DE CULTURA/Projeto Feira de Base Agroecológica-Cultural da UFPI
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. meloandrezamaria@gmail.com

2 Dra. em Sociologia Política. Profa. da Graduação de Serviço Social e do Mestrado em Sociologia-UFPI.
valeriasil@uol.com.br

² Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento.

decisivamente com o abastecimento urbano. Hoje a agricultura agroecológica participa deste cenário com destaque.

Uma importante via de comercialização dos produtos da agricultura familiar, de modo geral, são as feiras-livres, onde a relação entre agricultores e consumidores assume um papel ativo, posto que os/as consumidores/as são parceiros/as relacionais na transformação das práticas agro-alimentares. Mais do que um espaço de comercialização, configura-se como um espaço simbólico de encontro, onde laços de confiança e amizade passam a ser concretizados entre as partes (PALM, 2013), sedimentando vínculos entre ambos. Para Sabourin (2011), essas situações de contato direto dão lugar a relações humanas (conversas e explicações em torno do produto, do trabalho, dos procedimentos, das receitas) as quais geram sentimentos e valores de amizade, de fidelidade e de confiança.

No caso da Agroecologia, as relações produtor/consumidor marca uma importante mudança no modo de entender produção, comercialização, fiscalização, garantia do produto, tendo o consumidor papel fundamental. A sua presença colabora com a fiscalização, a aferição do valor real do produto, a partilha dos espaços, as sociabilidades construídas, a construção de perspectiva coletiva ao ato de alimentar pessoas. Por tais razões, o estímulo à construção de uma associação de consumidores surge como de alta relevância, tendo em vista que a Agroecologia pressupõe também a horizontalidade das relações, a troca de experiência e de conhecimentos também em todos os espaços que estejamos discutindo/realizando a produção de alimentos. (CAPORAL, 2004; GOMES, 2013)

2 MÉTODOS

A metodologia utilizada foi de natureza quanto-qualitativa. A dimensão quantitativa realizou-se a partir de um levantamento, com a aplicação aleatória de 120 questionários junto aos consumidores da Feira, com vistas a medir frequência de visita e impressões gerais acerca da mesma (RICHARDSON, 2008). A dimensão qualitativa, com o fim de compreender significados, motivos, ações, atitudes e valores (MINAYO, 2008) foram efetivados por meio de abordagens a consumidores/as no espaço da Feira, por visitas às hortas, mobilização de consumidores/as, reuniões e organização/alimentação/acompanhamento de grupo de conversa no aplicativo Whats App. As informações foram analisadas, constando da seção de resultados e discussões.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Quanto ao levantamento quantitativo, buscamos compreender as percepções dos consumidores/as sobre a feira e como esses protagonistas avaliavam a proposta geral da Feira de Base Agroecológica-cultural da UFPI enquanto espaço de comercialização. Cuidamos

também de verificar sobre a auto-avaliação no que se refere ao consumo agroecológico. Para tanto, foi aplicado questionário com questões abertas e fechadas junto a 120 respondentes, concentrados numa única edição da Feira, a de número 8.

As respostas obtidas apresentaram resultados semelhantes quanto ao que pensavam sobre a Feira, onde a expressiva maioria a qualificou enquanto excelente (57,5%). Analisando a frequência dos/as consumidores/as à Feira, encontramos que para 24,16% era a primeira vez que compareciam, evidenciando que temos um alto índice de novo/as frequentadores/as. O percentual de 32,5% disse participar desde as primeiras edições, e os demais (15,7%) afirmaram participar da metade das edições.

A maior parte do público respondente disse efetuar as compras na Feira porque possuem interesse em consumir produtos sem veneno (43,33%). O gosto por feiras públicas também foi identificado (10,8%) e o aspecto de facilitar a rotina dos/as consumidores/as foram as razões mais fortes porque participam da feira (4,16%).

Notamos que uma das principais opiniões encontradas junto ao/às consumidores/as acerca das sugestões para melhoria da Feira está relacionada à falta de oferta de produtos diferenciados, principalmente no que concerne à oferta de produtos orgânicos certificados, o que demonstra estarmos no caminho certo, ao trabalharmos buscando a certificação, inclusive envolvendo o/as consumidores/as no processo. Ao responderem, também apontaram como melhoria a ser buscada uma melhor divulgação para atingir público diferente do acadêmico. Ainda se referiram a aumentar a oferta das feiras (20,83%) e de oficinas diversas (4,16%).

3.1 Rumo à Associação de Consumidores/as

Nesta primeira fase do trabalho de mobilização com vistas a criação da Associação passamos a realizar em cada edição da Feira a abordagem do/as consumidores/as, onde foram levadas ideias para discussão, enfocando os temas: agroecologia, feira agroecológica e o papel do/a consumidor/a no processo de certificação via OCS. Ao fim, o/a consumidor/a era considerado/a para participar da Associação e era solicitado seu contato. A receptividade manteve-se destacada, e em quatro edições conseguimos a adesão de 45 pessoas para participar da construção da Associação.

Durante as abordagens, pudemos verificar que a Feira já mostra a “fidelização da compra”, gerada pelo vínculo que já se cria entre os dois sujeitos da comercialização – produtor/aXconsumidor/a, conforme já identificaram outros estudos aqui referidos.

Como passo seguinte da mobilização, constituímos um grupo de Whats App para mobilizar o/as consumidores/as também por este canal; realização de reunião de consumidores/as agroecológico/as, constituição da Comissão Pró-Associação de

Consumidores; mediação da participação da Comissão em reunião da Comissão Municipal de Agroecologia e Produção Orgânica-CMAPO, em visita da Comissão à Feira e às hortas. A primeira reunião de consumidores/as se deu a partir de dinâmicas de grupo e discussão sobre a Agroecologia e consumo responsável, a experiência agroecológica em Teresina-PI, bem como sobre o processo de certificação de orgânicos a partir de OCS e a importância da participação do/as consumidores, observando o princípio da troca de conhecimentos. Como resultado, foi criada uma Comissão Pró-Associação composta por quatro membros, comprometida com a criação da Associação, a consolidação da Feira e certificação dos futuros produtos orgânicos.



Figura 2: Primeira reunião de consumidores agroecológicos da FAC/UFPI. Out/2017. Foto: Andreza Melo



Figura 3: Reunião da CMAPO. 23/out/2017. Foto: Andreza Melo

Na reunião da CMAPO, no dia 23 de outubro, a Comissão Pró-Associação de Consumidores esteve presente e levou questões para debater a partir do seu lugar de observação, demonstrando a relevância da participação deste sujeito social.

A visita às hortas constitui uma das ações mais importantes para que a comissão de trabalho possa conhecer de perto a produção agroecológica e as atividades desenvolvidas para este fim e também para vivenciar um pouco as questões que circundam a agroecologia, como a da história da comunidade visitada, via relatos dos locais, como também por suas próprias observações durante a visita.

O Projeto Casulo Alegria foi o primeiro visitado, no dia 26/10/2017, por ocasião também da visita cruzadaⁱ que acontecia naquela data. Ali os visitantes conheceram os

sistemas de produção de diversas variedades de frutas, legumes e verduras, podendo dialogar com o/as produtores/as, conhecer o manejo realizado, tirar dúvidas e emitir sua opinião sobre a produção da comunidade. O encerramento da visita foi marcado com um lanche, no qual foram servidos os alimentos produzidos na própria comunidade, ali celebrando o estágio já avançado do seu trabalho, a presença da Comissão e de agricultores/s de outras comunidades.



Figura 4: Visita de consumidores ao Projeto Casulo Alegria. 26/10/17. Foto: José Pessoa

4 CONCLUSÕES

Muito embora o trabalho de envolvimento do/as consumidores/as com a produção agroecológica ainda esteja em curso, podemos afirmar que o mesmo mostra-se como algo de particular relevância. O envolvimento de consumidores/as no processo de produção, circulação e certificação de produtos orgânicos, no município de Teresina, poderá fortalecer o controle quanto à segurança e qualidade do que produzimos, posto que, efetivamente, o “olho do/a consumidor/a” move-se a partir de uma perspectiva nova, tendo a contribuir com o avanço da Agroecologia em todos os seus aspectos, elastecendo as vantagens que o cultivo agroecológico e orgânico representam para todos os envolvidos, quanto à segurança, qualidade e relações com a natureza. Uma futura Associação de Consumidores será um sujeito ativo a mais para o fortalecimento da Feira e da segurança do produto que ela comercializa.

Através dessa parceria, as realidades da Feira, bem como do espaço de produção de cada comunidade, poderão ser fiscalizados por mais um ente interessado na Agroecologia, com vistas a proporcionar um aumento na qualidade da produção, na segurança e confiança do alimento comercializado e, por fim, a certificação como produto orgânico. Assim, o projeto da Feira colaborará para o cumprimento de mais um princípio da Agroecologia, articulando o cenário rural e o urbano nas suas diversas dimensões, com vistas à potencialização das comunidades envolvidas. Neste movimento, colabora com a disponibilização de produtos frescos, seguros, comercializados a preços justos, de forma

direta e com o envolvimento ativo de todo/as aquele/as que se interessam por este debate. Ademais, o estímulo ao estreitamento de tais vínculos entre consumidor/a e feirante vão, cada vez mais intensificados, na busca de minimizar fronteiras tão vincadas como as existentes na atualidade.

5 REFERÊNCIAS

CAPORAL, Francisco Roberto e COSTABEBER, José Antônio. **Agroecologia e extensão rural**: contribuições para a promoção do desenvolvimento rural sustentável. Porto Alegre: 2004. Disponível em:

http://www.emater.tche.br/site/arquivos_pdf/teses/agroecologia%20e%20extensao%20rural%20contribuicoes%20para%20a%20promocao%20de%20desenvolvimento%20rural%20sustentavel.pdf. Acesso em: 21 jun.2015

GOMES, João Carlos e ASSIS, William Santos de. **Agroecologia**: princípios e reflexões conceituais. Brasília: EMBRAPA, 2013.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **O desafio da pesquisa social**. In: MINAYO, Maria Cecília de Souza; GOMES, Suely Ferreira Deslandes Romeu (orgs.). *Pesquisa social: teoria, método e criatividade*. 27ª ed. Petrópolis: Vozes, 2008, p.9-29

PALM, J.L. Agroindústrias familiares e feiras livres dos produtores rurais de Teutônia-RS (1985- 2011): estruturação de alternativas de mercantilização da agricultura familiar em meio ao predomínio da integração a grandes agroindústrias

RICHARDSON, R.J. **Pesquisa Social** - Métodos e Técnicas. São Paulo: Atlas, 2008.

SABOURIN, E. **Sociedades e Organizações Camponesas**: uma leitura através da reciprocidade. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2011. P 270.

WISKERKE, J.S.C. **Em lugares perdidos e lugares recuperados**: Reflexões sobre a geografia de alimentos alternativos e desenvolvimento regional sustentável. Internacional Estudos de Planejamento, 2010.

2 Visita de pares é a visita realizada em uma determinada comunidade por agricultore/as seus pares, vindos de outras comunidades de Teresina. Trata-se de importante para o processo de certificação orgânica.