

A relação produtor/consumidor na Feira de Produtos Orgânicos e Artesanais do Bairro em Pato Branco

The producer / consumer relationship at the Fair of Organic and Handcrafted Products of the Neighborhood in Pato Branco

RESUMO

Registra-se aqui as principais apreensões do Projeto de Extensão “Feira Orgânica no Bairro” da UTFPR em parceria com o IAPAR que buscou ampliar o acesso da população de Pato Branco aos produtos orgânicos com garantias de qualidade e procedência. Esta é uma síntese da vivência da dinâmica das relações consumidor/produtor que me foi oportunizado observar durante o processo de organização da “Feira de Produtos Orgânicos e Artesanais do Bairro” no município de Pato Branco no ano de 2019. Revela-se aqui algumas evidências da contribuição do projeto no abastecimento da população urbana com alimentos orgânicos e de maior segurança nutricional e, do lado dos agricultores, uma oportunidade de melhoria da sua renda rural.

PALAVRAS-CHAVE: Feira orgânica. Consumo sustentável. Renda.

ABSTRACT

The main apprehensions of UTFPR's “Organic Fair in the Neighborhood” Extension Project, in partnership with IAPAR, which sought to expand the access of the Pato Branco population to organic products with guarantees of quality and origin, are recorded here. This is a synthesis of the experience of the dynamics of consumer / producer relations that I was able to observe during the process of organizing the “Fair of Organic and Handcrafted Products of the Neighborhood” in the city of Pato Branco in 2019. Here is some evidence the project's contribution to supplying the urban population with organic food and greater nutritional security and, on the farmers' side, an opportunity to improve their rural income.

KEYWORDS: Organic fair. Sustainable consumption. Income.

Matheus Trentin
matheus.trentin@hotmail.com
Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Pato Branco, Paraná, Brasil.

Miguel Angelo Perondi
miguelangeloperondi@gmail.com
Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Pato Branco, Paraná, Brasil.

Recebido: 19 ago. 2019.

Aprovado: 01 out. 2019.

Direito autorial: Este trabalho está licenciado sob os termos da Licença Creative Commons-Atribuição 4.0 Internacional.



INTRODUÇÃO

Nos dias atuais a alimentação vem se tornando um tema muito debatido no âmbito social, pelas questões que envolvem a saúde pública e a segurança alimentar da sociedade. Um dos fatores que é responsável pela criação deste debate é a forma de produção do alimento consumido nos dias atuais e da cadeia de produção envolvida, onde o processo de produção da matéria-prima oriunda do campo adquiriu características de massificação com o uso elevado de agroquímicos que precarizam a saúde dos consumidores e produtores (PEREIRA et al, 2015).

No entanto, parte dos consumidores estão atentos e preocupados com o alimento que consomem, observando-se que no Brasil ocorre um crescimento de 20% no mercado de produtos orgânicos (ALMEIDA JUNIOR, 2018).

Os fatores que influenciam o crescimento da demanda de produtos orgânicos por parte da população são vários, segundo Pereira et al (2015) é reflexo de fatores ambientais e da forma como o questionamento da forma de produção desperta nos consumidores o desejo por alimentos livres de agroquímicos em precaução por sua saúde, sendo este um fator muito relevante para a mudança no hábito de consumo.

Diante desta situação observamos nos grandes centros a dificuldade de acesso a estes produtos, onde haja também a confiança na qualidade e procedência desses alimentos, uma vez que os orgânicos são característicos bens de confiança, por necessitar de um controle rigoroso no processo de produção e na forma diferenciada de manejo de doenças e pragas que estão presentes em qualquer agroecossistema. O abastecimento destes centros urbanos é regulado por grandes hortifrutigranjeiros convencionais, ou estão cercados por propriedades com lavouras de produção convencional, dificultando a produção orgânica em determinadas regiões, onde não existe tanto o incentivo desta forma diferenciada de produção e também pela proximidade geográfica que se encontram os produtores orgânicos destas lavouras convencionais, e o manejo diferenciado, acabam tornando o produto final mais caro, mas que é assegurado pela certificação orgânica; entretanto, os consumidores continuam a buscar por estes produtos, além de estarem cada vez mais atentos aos produtos e a quem produz.

Mas, como viabilizar o acesso da população urbana aos produtos orgânicos com qualidade e procedência garantida? Assim, de forma geral este trabalho tem o objetivo de compreender a dinâmica da relação consumidor/produtor na Feira de Produtos Orgânicos e Artesanais do Bairro no município de Pato Branco. E, de forma específica, procura-se: (1) realizar uma revisão de literatura sobre o tema da cadeia curta, organização dos consumidores e produção orgânica; (2) vivenciar a realidade e as dificuldades na consolidação das feiras e; (3) relatar a aprendizagem vivida na organização de grupos de consumidores; da organização dos feirantes; do processo de divulgação e da organização das cestas de produtos orgânicos, com o intuito de estabelecer novos planos de trabalho.

Do ponto de vista metodológico, segundo Godoy (1995), o pesquisador busca entender o fenômeno relacionando os atores nele envolvidos, considerando todos os pontos de vista relevantes para realizar um estudo de caso. Portanto seguindo esta perspectiva o texto segue apresentando suas apreensões acerca do tema das feiras livres, produção orgânica, segurança alimentar e relacionar esses temas com o que se vivenciou na prática numa síntese analítica.

1. A QUESTÃO DA “FEIRAS LIVRES”

As feiras livres possuem um longo histórico de existência, no Brasil existem relatos da sua atividade desde o ano 1687, na cidade de São Paulo, onde se comercializavam gêneros da terra, hortaliças e peixes, esse modelo de comércio se difundiu por todo o país a partir daquela época, reforçando aqui a importância desta, que é até então, um veículo

de abastecimento dos centros urbanos, fortemente caracterizado pela produção da mão de obra da agricultura familiar (ANJOS, GODOY e CALDAS, 2005).

Estas feiras possuem características peculiares, que vão desde o seu local de funcionamento, aos tipos de mercadorias comercializadas, os feirantes, e a população consumidora que frequenta a feira. Estas características remetem em um importante aspecto que estas feiras trazem consigo, que começa a partir da necessidade dos produtores em obter uma renda, fortalecendo portanto, o comércio de cadeias curtas, tal como relata Schneider e Ferrari (2015) isso se traduz em uma tentativa de obter um maior valor na cadeia de alimentos, e uma valorização nos processos do saber fazer. Isso ocorre justamente pela questão do modo de como a agricultura familiar tem a autonomia de tomar a decisão do modelo de produção, da forma como conduz sua propriedade, pela aquisição de conhecimentos repassados na convivência com demais agricultores, familiares ou mesmo por pessoas que prestam serviços de assistência técnica (LONG, 2001).

O formato de comercialização das feiras é algo muito comum e tradicional no Brasil e também em outros países. Neste caso os comerciantes ou feirantes são os produtores rurais, que em sua maioria são oriundos da agricultura familiar, a qual tem um papel muito importante na cadeia produtiva, representando parte do abastecimento da população urbana pela sua forma de produção, característica de muita diversidade justamente por não estar atrelada a produção em larga escala, com mercado direcionado às agroindústrias. Desta forma a feira se torna uma estratégia de comércio para estes produtores, que muitas vezes fazem a transformação da sua produção, agregando valor ao seu produto, possibilitando a constituição de cadeias curtas onde a população tem forte conexão com os produtores, por encontrarem ali os alimentos de uma forma oposta aos do comércio industrializado, fazendo-se presente a reespecialização do alimento, onde o consumidor se permite fazer julgamento de valor ao produto (SCHNEIDER e FERRARI, 2015).

A maneira de comércio em cadeias curtas se tornou uma forma de oposição ao modelo consumista globalizado da sociedade atual, modelo este que é a causa da mudança de hábito alimentar da população de países em desenvolvimento, pelo fato de ser influenciada por diversas culturas de outros países, e pelo modo de vida evidenciados em países ricos (ANJOS, GODOY e CALDAS, 2005).

Pensando desta forma, as feiras livres se tornam mais do que um mero comércio, mas um local onde o alimento passa a não ser somente um objeto em uma prateleira, como descreve Cruz (2019), sendo uma dinâmica diferente das compras em um mercado, onde não existe uma interação do consumidor com os vendedores. Neste mesmo pensamento, podemos dizer que os produtos encontrados nas feiras chegam até o consumidor final muito mais rapidamente, ao contrário do que aconteceria em um modelo de produção dos impérios agroalimentares, proporcionando portanto o encontro face-a-face do produtor rural com o consumidor final do seu produto, da mesma forma que Anjos, Godoy e Caldas (2005, p.5) retratam, as feiras representam o limiar difuso entre o rural e o urbano, fim da produção e início do consumo.

O cenário da feira é algo que foge dos padrões de marketing de consumo presente nos grandes atacados e mercados varejistas, onde as embalagens chamam a atenção do consumidor; nas feiras essa realidade é diferente, onde as embalagens são o menos relevante e o atrativo principal se torna o próprio produto que é diferenciado, e acaba por se tornar algo exclusivamente encontrado nas feiras, mesmo assim o consumidor tem a liberdade de escolher as bancas onde vão comprar, seja pela aparência do produto ou pela afinidade com o feirante.

A variedade e seletividade encontradas nas feiras é muito relevante na escolha dos consumidores, onde observa-se o comportamento da forma de alimentação, que não está intrínseco ao indivíduo, mas sim a um grupo de pessoas que compartilham de uma mesma ideia central, que buscam estes alimentos pelos mesmos princípios, classificando estes

consumidores em um grupo de pessoas que procuram por um determinado alimento retratando isso como uma ideologia alimentar (PORTILHO e CASTAÑEDA, 2011).

2. PRODUÇÃO ORGÂNICA

A produção de alimentos orgânicos é uma alternativa para debater e se opor as formas de produção convencional de alimentos, que se tornou simplesmente um grande mercado regulado por empresas multinacionais, que detém as tecnologias demandadas para essa cadeia produtiva, que objetiva lucrar com a utilização de produtos químicos para a obtenção de produtividade, causando grande impacto na saúde dos consumidores. Portanto a maneira orgânica de produção está aquém desta realidade, produzindo de maneira sustentável e sem a utilização destas substâncias.

Além dos benefícios que refletem na saúde de quem consome estes alimentos, há também a contribuição indireta do consumidor com questões ambientais, já que a produção orgânica utiliza de adubos orgânicos, como fonte de nutrientes para o solo, e controles alternativos de pragas e doenças que atacam as plantas, não nocivos ao ambiente respeitando a natureza e a saúde, sendo estes os princípios da ética da produção orgânica (DAROLT, 2002)

Com o crescimento da agricultura orgânica nos últimos anos, impulsionada pelo aumento da busca por esses produtos diferenciados, correu um impacto direto na cadeia produtiva de alimentos, abrindo oportunidades de explorar este mercado, onde observa-se que os pequenos produtores familiares têm se adequando a estas condições, a sua relevância para esse ramo da agricultura, em que são responsáveis pelo abastecimento de mercados e feiras municipais ou regionais, além de ser um mercado viável para estes por fatores como: não necessitar de uma grande área para produção, o nicho de mercado destes produtos, inserção em redes de mercados, diversidade de produção entre outros (CAMPANHOLA e VALARINI, 2001).

3. O PAPEL DA FEIRA ORGÂNICA NA SEGURANÇA ALIMENTAR

O tema segurança alimentar é intrínseco ao da saúde pública. Com o advento dos “alimentos” ultra-processados a forma convencional das famílias se alimentar têm levado a perda cultural do preparo dos alimentos e sua dependência industrial. Segundo Maluf et al. (1996) a segurança alimentar no Brasil era tratada somente como um tema relacionado ao estado nutricional da população, pautada em estudos sobre desnutrição na infância, porém o termo é também aplicável a questões como procedência dos alimentos e sua qualidade, causando a preocupação pelo elevado índice de uso de agrotóxicos, principalmente sobre os alimentos que são consumidos in natura.

Em meio a estes debates de segurança alimentar podemos caracterizar as feiras como um importante ambiente promotor da segurança alimentar, fazendo uma ponte entre consumidor e o alimento fornecido nestes locais. As feiras são preferidas pelos consumidores ante aos mercados, principalmente pela aparência e o frescor dos produtos encontrados ali, e mais uma vez falamos da confiança adquirida frente ao produtor rural, responsável pelo alimento. O perfil diferenciado das feiras de orgânicos reflete diretamente na população consumidora, que tem a possibilidade de mudar seu hábito alimentar, contribuindo com sua saúde e além disso com o meio ambiente.

É neste contexto que se inserem os grupos de consumidores que contribuem para o crescimento e fortalecimento da produção orgânica, ao mesmo tempo que reveem o seu modo de consumo, portanto, a feira se torna um veículo do encontro de atores sociais que buscam ampliar o público que passe a ter maior controle da sua segurança alimentar e nutricional.

4. A FEIRA DE PRODUTOS ORGÂNICOS E ARTESANAIS DO BAIRRO

A Feira de Produtos Orgânicos e Artesanais do Bairro é derivada de um projeto de extensão da UTFPR denominado inicialmente de “Feira Orgânica do Bairro” e foi um projeto de extensão que procurou extrapolar a experiência da feira orgânica no campus da UTFPR para os bairros de Pato Branco. Inicialmente a feira ficou estabelecida de modo provisório na Rua Bolívia do Bairro Jardim das Américas entre janeiro e maio de 2018. E, depois que passou a contar o apoio e parceria do Instituto Agronômico do Paraná (IAPAR), a feira inaugurou seu espaço definitivo no dia 07 de junho de 2019 no espaço comunitário da Paróquia Nossa Senhora da Salete no bairro Jardim Primavera. Mais tarde, em 31 de janeiro de 2019, quando a feira se integrou ao projeto “Plataforma da Comida Saudável” da ASSESOAR é que pode inaugurar no dia 31 de janeiro de 2019 nas dependências do Sindicato dos Metalúrgicos de Pato Branco a segunda feira orgânica no bairro Cristo Rei.

As feiras acontecem todas as quintas das 7:00 as 9:30 horas no bairro Jardim Primavera e depois os agricultores se dividem para estabelecer a Feira no campus da UTFPR das 9h30 às 17h00 e no bairro Cristo Rei das 10h00 às 12h30 horas.

Nestas feiras se pode observar comportamentos mais informais entre os consumidores e agricultores feirantes, propiciando uma reconexão do consumidor com quem produz a sua comida, fortalecendo os laços de confiança, fidelidade e cumplicidade.

O projeto se apoia na constituição de um grupo de WhatsApp se apresenta como a maneira mais fácil e direta para se manter a comunicação com os consumidores, sendo que os feirantes e organizadores da feira também possuem um outro grupo mais específico também em WhatsApp. Porém esses grupo virtuais facilmente podem descumprir o seu objetivo, pois, facilmente podem se envolver em polêmicas que dispersam o foco do grupo, principalmente ao se envolverem em debates sobre tema polêmicos e causar discussões desapropriadas ao interesse de fortalecimento da feira orgânica.

Outro ponto importante do projeto é sua busca constante por ampliar o público das feiras e cultivar sua fidelidade. Das estratégias encontradas até agora, resume-se em: banners nos locais das feiras, confecção de panfletos entregues nas residências próximas as feiras, investimento em redes sociais que ampliem a visibilidade das feiras, e produção de eventos, como visitas de escolas, palestras e oficinas de saúde pública no espaço das feiras. Uma das últimas ações realizadas como estratégia de aproximação com os consumidores foi a confecção de sacolas de pano para vender para os consumidores como uma campanha de redução do consumo de sacolas plásticas, ao mesmo tempo que se fortalece a marca da feira nos bairros.

Uma preocupação constante da feira é manter a participação de uma cooperativa de produtores orgânicos do município do Verê (Coopervereda), uma parceria que ampliou a diversidade de produtos, apesar da extrema dificuldade que superam toda a semana com o deslocamento de mais de 50 km para se manterem presentes nas feiras orgânicas.

5. LIÇÕES APRENDIDAS NO PROJETO DE EXTENSÃO

Este projeto proporciona viver a construção social do mercado das feiras de produtos orgânicos e artesanais nos bairros de Pato Branco, bem como, apreender desde a produção de orgânicos até a relação consumidor/produtor e, do encontro destes atores sociais, compreender o tema da segurança alimentar e nutricional que as feiras proporcionam.

A feira em si proporcionou um maior acesso da população de Pato Branco aos produtos orgânicos, entretanto, ainda não consegue abastecer os trabalhadores porque se realiza em horário comercial. Pensando nisso, estuda-se a possibilidade de se ofertar cestas de produtos aos consumidores que tenham dificuldade de acesso. A montagem destas cestas acontecerá no mesmo local das feiras e entregue no domicílio via uma taxa de entrega. Para que isso aconteça há um trabalho piloto de designe de um site de compra e

a necessidade de superar a barreira fiscal da transação financeira desta iniciativa sem o objetivo do lucro.

CONCLUSÃO

Este trabalho propiciou vivenciar a relação entre os produtores e consumidores, seus vínculos informais e a construção social do mercado de acordo com o interesse dos grupos de consumo solidário, o que por sua vez, melhora a qualidade do abastecimento urbano, principalmente, com acesso aos alimentos orgânicos e de transformação artesanal e, ao mesmo tempo, amplie a renda dos produtores rurais.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a UTFPR pela oportunidade desta bolsa de extensão, a partir desta foi possível a iniciação deste projeto e a sua inserção na sociedade, bem como a experiência adquirida para a formação acadêmica.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA JUNIOR, Lincon. Inovação na oferta do varejo de produtos orgânicos com base no comportamento do consumidor: um estudo de caso do mercado municipal de Curitiba-PR. Dissertação de Mestrado em Administração pela UNICENTRO. Guarapuava: 2018. 132p.
- CAMPANHOLA, C.; VALARINI, P. J. A agricultura orgânica e seu potencial para o pequeno agricultor. Cadernos de Ciência & Tecnologia, v. 18, n. 3, p. 69-101, 2001.
- CRUZ, Maria Sirlene da. Do Campo Para a Cidade. Estudo sobre feiras livres, abastecimento urbano e comercialização da agricultura familiar do Alto Jequitinhonha. Montes Claros, Jul.2019.
- DAROLT, Moacir R. Agricultura orgânica: inventando o futuro. Londrina: IAPAR, 2002.
- GODOY, Arilda Schmidt. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. RAE - Revista de Administração de Empresas, São Paulo, v. 35, n. 2, p. 57-63, 1995.
- LONG, N. Development sociology: actor perspectives. London: Routledge, 2001.
- MALUF et al. Contribuição ao Tema da Segurança Alimentar no Brasil. Revista Cadernos de Debate, Campinas, v. 4, p. 66-88, 1996.
- PEREIRA, Maristela Costamilan et al . Mudança no perfil sociodemográfico de consumidores de produtos orgânicos. Ciênc. saúde coletiva, Rio de Janeiro , v. 20, n. 9, p. 2797-2804, Set. 2015.
- PORTILLO, F.; CASTAÑEDA, M. Certificação e confiança face a face em feiras de produtos orgânicos. Revista de Economia Agrícola, 58, 1, p. 11-21, 2011.
- SACCO DOS ANJOS, Flávio; GODOY, Wilson Itamar; CALDAS, Nádia Velleda. As feiras-livres de Pelotas sob o império da globalização: perspectivas e tendências. Pelotas/RS: Editora e Gráfica Universitária, 2005. 195 p.
- SCHNEIDER, Sérgio; FERRARI, Dilvan Luiz. Cadeias curtas, cooperação e produtos de qualidade na agricultura familiar – O processo de realocação da produção agroalimentar em Santa Catarina. Organizações Rurais & Agroindustriais, vol. 17, n. 1, p. 56-71, Jan. 2015.