

Relações de confiança nas feiras de produtos orgânico/artesanais dos bairros de Pato Branco-PR

Trust relationships at the organic / craft fairs in Pato Branco-PR

RESUMO ABSTRACT

Cecilia Eduarda Gnoatto Tomazini

Ceciliaa550@hotmail.com

Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Pato Branco, Paraná, Brasil.

Miguel Ângelo Perondi

miguelangeloperondi@gmail.com

Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Pato Branco, Paraná, Brasil.

Norma Kiyota

normak@idr.pr.gov.br

Instituto de Desenvolvimento Rural do Paraná- Iapar- Emater, Pato Branco, Paraná, Brasil.

Conectando campo e cidade, as feiras têm grande importância socioeconômica para toda comunidade, pois, além de promoverem as cadeias curtas de comercialização, elas promovem a socialização e a segurança alimentar. Considerando isto, o presente estudo tem como objetivo analisar as relações de confiança estabelecidas entre produtores, consumidores e demais participantes das feiras. Para tal, a pesquisa empírica de caráter qualitativo foi realizada mediante a observação não participativa e entrevista com roteiro semiestruturado de 55 consumidores das feiras de produtos orgânicos e artesanais dos bairros de Pato Branco-PR, onde foi possível identificar os mecanismos de confiança que norteiam as relações estabelecidas entre os atores. Assim, verificou-se a presença de sistemas abstratos de confiança através de sistemas peritos (por meio das instituições organizadoras das feiras e selos orgânicos disponibilizados por órgãos competentes) e de copresença entre os agricultores, consumidores e organizadores das feiras, os quais criam um ciclo de reciprocidade que permite a perseverança das feiras, pois o consumidor realiza a compra mediante o grau de confiabilidade que apresenta com o agricultor e, assim, se torna fidelizado.

PALAVRAS-CHAVE: Consumo. Confiabilidade. Agricultura familiar.

ABSTRACT

Connecting the countryside and the city, the fairs are of great socioeconomic importance for the entire community, because in addition to promoting short marketing chains, they promote socialization and food security. Considering this, this study aims to analyze the relationships of trust established between producers, consumers and other fair participants. To this end, the empirical research of qualitative character was carried out by means of non-participatory observation and interview with a semi-structured script of 55 consumers at the fairs of organic and craft products in the neighborhoods of Pato Branco-PR, where it was possible to identify the trust mechanisms that guide the relationships established between the actors. Thus, the presence of abstract systems of trust was verified through expert systems (through the institutions organizing the fairs and organic stamps made available by competent bodies) and co-presence between farmers, consumers and fair organizers, which they create a cycle of reciprocity that allows the perseverance of the fairs, since the consumer purchases through the degree of reliability that he/she presents with the farmer and, thus, becomes loyal.

KEYWORDS: Consumer. Reliability. Family farming.

Recebido: 19 ago. 2020.

Aprovado: 01 out. 2020.

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



INTRODUÇÃO

Constituindo um local para a comercialização dos produtos excedentes do trabalho dos agricultores, ligando campo e cidade através de produtores e consumidores, há evidências de feiras desde o início do período de Brasil colonial, as quais eram o principal meio de comercialização da população da época (RECH, 2011).

Entretanto, com a adesão do pacote tecnológico da chamada revolução verde, em meados de 1960-1970, acelerou-se o processo de industrialização da agricultura, favorecendo a formação em âmbito global dos chamados impérios alimentares, que estabelecem “[...] um modo de ordenamento que tende a tornar-se dominante” (PLOEG, 2008, p. 20), por meio de conglomerados de grandes empresas que atuam da produção até a destinação e consumo dos alimentos por meio de legislações e da hegemonia tecno/científica (PLOEG, 2008). Nesse caso, o produto final não é semelhante ao de origem e o consumidor deixa de ter conhecimento da procedência do produto que, além de modificações, passa por inúmeros atravessadores, em que se perde o contato com o agricultor.

Diferentemente das cadeias longas de comercialização e impérios alimentares, as feiras objetivam estreitar relações entre agricultor e consumidor nas chamadas cadeias curtas e descentralizadas de comercialização, que não estão sob o controle empresarial (PLOEG, 2008). Nas feiras, evidencia-se uma relação mútua de confiança e reciprocidade, troca de experiências, receitas, dicas de consumo e conselhos entre agricultores e consumidores, tornando-se um ambiente de socialização (GODOY; ANJOS, 2007) e de promoção da segurança e soberania alimentar e nutricional, tanto dos agricultores, quanto do público urbano.

Assim, havendo este diferencial, o processo de compras nas feiras demanda a confiança dos consumidores, a qual é manifestada mediante aos “sistemas peritos”, os quais se manifestam por meio de órgãos reguladores e instituições que transmitem segurança e credibilidade ao consumidor, o qual, alheio à procedência dos produtos e da conexão com seu produtor, credita sua confiança mediante a presença de selos/certificados expedidos por instituições de excelência. Verifica-se, também, o mecanismo de confiança de copresença, em que há o contato face a face do consumidor com o agricultor, empregando-se as teorias de desencaixe e reencaixe de Giddens (1991).

Para isto, realizou-se a pesquisa com aplicação de entrevistas com os consumidores das feiras de produtos orgânicos e artesanais dos bairros do município de Pato Branco- PR e observação espontânea dos ambientes.

MATERIAL E MÉTODOS

Optou-se por um estudo de caso, em que a pesquisa de embasamento empírico realizou-se mediante a aplicação de roteiros de entrevistas semiestruturadas com 55 consumidores das feiras de produtos orgânicos e

artesanais dos bairros Cristo Rei e Jardim Primavera, localizados na região urbana do município de Pato Branco-PR. As entrevistas foram realizadas no período de 19 de dezembro de 2019 e 09 e 16 de janeiro de 2020, até que se atingiu um número significativo de entrevistas e estas começaram a tornarem-se repetitivas, atendendo às normativas qualitativas de pesquisas (MARCONI; LAKATOS, 2003).

As perguntas foram elaboradas a fim de tornar possível compreender a percepção e hábitos do consumo no local da feira, esperando-se determinar a existência e/ou o papel das relações de confiança entre organizadores da feira e agricultores com os consumidores na hora da decisão de compra final.

Ademais, também, realizou-se o método de pesquisa espontânea por via de observações no ambiente das feiras para um confronto ou confirmação dos relatos obtidos em entrevista. Igualmente, efetuou-se análise mediante o disposto em literatura.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Devido ao formato de comércio distinto encontrado nas feiras, perante os processos de globalização e período de alta-modernidade, há nelas relações sociais estabelecidas por laços de confiança que podem ser decisivos na hora da decisão de compra dos consumidores. O período de alta-modernidade (passagem do século XX ao XXI) corresponde às modificações na estrutura social global das últimas décadas, as quais resultaram em um modo distinto de interação e modo de vida do sujeito (relacionam-se aqui os processos que culminaram na globalização, como o advento e democratização do acesso a redes de internet, rádio, televisão, aviação e meios de transporte, advento do relógio mecânico e eletrônico, empresas multinacionais, entre outros) devido ao desencontro do tempo e espaço que favorece a criação de interações entre sujeitos ausentes (que não se encontram fisicamente, mas por meio de recursos virtuais e/ou instituições) (FACCI, 2012).

Assim, para Giddens (1991), as relações sociais passam a ser remodeladas por mecanismos de desencaixe e reencaixe em sistemas abstratos criados em decorrência da descontinuidade da alta modernidade. O autor define o desencaixe como “[...] ao “deslocamento” das relações sociais de contextos locais de interação e sua reestruturação através de extensões indefinidas de tempo-espaço” (p.24). Desta forma, o desencaixe refere-se à constante transitoriedade entre localidades e temporalidades adversas, as quais as pessoas estão submetidas e, por conta disto, estão sujeitas a abruptas mudanças em suas vidas.

O reencaixe refere-se às ações realizadas pelo sujeito que fixam a confiança entre indivíduos pela necessidade de aproximação e inquietação ocasionada pelo desencaixe (GIDDENS, 1991).

Os sistemas abstratos ou de confiança são aqueles capazes de transmitir e perpetuar confiabilidade na sociedade. Estes sistemas realizam-se de duas formas distintas, mas inter-relacionadas. A primeira delas é na forma de compromissos com rostos, os quais são aqueles realizados face a face ou em copresença, que representam o reencaixe, em que a confiabilidade embasa-se sobre as percepções e conexões sociais entre indivíduos, e o segundo é

desenvolvido sobre a confiança em fichas simbólicas e/ou sistemas peritos (desencaixe) (GIDDENS, 1991).

Sistemas peritos seriam aqueles

[...] sistemas de excelência técnica ou competência profissional que organizam grandes áreas dos ambientes material e social em que vivemos e não pressupõe o encontro presencial dos indivíduos ou grupos com os peritos, embora haja pontos de acessos (GIDDENS, 1991, p. 30).

Assim, os sistemas peritos são aqueles que atuam como desencaixe, pois, uma vez alheio de seu tempo-espaço, sem a copresença e distanciação social, o sujeito passa a depositar sua confiança em sistemas reguladores que transmitem confiabilidade (PORTILHO; CASTAÑEDA, 2008).

Desta maneira, as feiras orgânicas atuam como ponto de acesso aos sistemas peritos na forma dos selos de certificação orgânica fornecidos por pelas entidades reguladoras como o Instituto de Tecnologia do Paraná (TECPAR) e pela Rede Ecovida, e instituições como o IAPAR e UTFPR que estão na organização da feira, e que “aumentam a sensação de confiança e proteção do consumidor” (PORTILHO; CASTAÑEDA, 2008, p. 08). Quando indagados sobre como confiam na procedência orgânica dos produtos comercializados na feira, evidenciou-se a grande credibilidade repassada por estas instituições e pelos selos como o observado nas falas abaixo:

“Eu não sei distinguir o produto orgânico do convencional, vou mais pela proximidade com os organizadores da feira como o pessoal da UTFPR, os professores, o IAPAR e instituições que estão por trás ajudando na organização da feira” (A. J. M., 37 anos).

“Acredito pelo fato da parceria com a UTFPR e pelo gosto do produto. É na base da confiança mesmo, porque aqui eu vejo o pessoal envolvido aqui que presa pela qualidade dos produtos” (N. P., 54 anos).

“Pelo produtor, pelas pessoas, pela certificação e a gente vê que o legume é diferente dos produzidos com agrotóxicos” (X. A., 47 anos).

“Eu confio, pois conheço os professores da UTFPR que orientam o projeto da feira e sabem que são orgânicos, o que transmite credibilidade e, também, tem os selos em alguns produtos os quais garantem a procedência orgânica do alimento” (G. T. M., 59 anos).

Também, por proporcionarem uma experiência diferenciada, que não é passiva de ser encontrada em redes de hipermercados, as feiras estreitam as relações entre feirante e consumidor, que se manifestam em um alto grau de confiabilidade entre eles (GODOY; ANJOS, 2007). Por isto, grande parte dos entrevistados direciona a sua confiança nos sistemas face a face (reencaixe), em

contato com o produtor, uma vez que relataram não demonstrarem tanta confiança nos selos presentes nas embalagens dos produtos e/ou na ausência dos mesmos em cada embalagem, pela preocupação na redução de resíduos não orgânicos.

“Por uma questão de saber da onde vem e ter a confiança no produtor, porque não adianta ter somente papelzinho do selo, vai saber se é orgânico de fato. Precisa ter essa confiança no produtor” (G. P. Q., 50 anos).

“A gente acredita, né, pela simples declaração das pessoas. Não tem o porquê eles estarem mentindo para a gente, confio no produtor” (A. C. B., 37 anos).

“É pela palavra dos produtores mesmo, pois a gente não vai conferir na propriedade se eles tão usando veneno ou não. Também, confio, pois, a gente vê que os produtos são frescos e que parecem ser orgânicos mesmo. Às vezes, a gente encontra alguns insetos ou ferimentos na verdura, mas isso nos dá uma certeza que não é usado veneno. E, pois, aqui (na feira) você vê o produtor e no mercado não, assim a gente confia mesmo” (C. G. T., 42 anos).

“O que me traz aqui é que eu sei que eu posso confiar que é orgânico. O que não é a mesma coisa que no mercado que vai ter uma plaquinha lá dizendo que é orgânico e eu não vou ter certeza que é, aqui eu confio que é” (L. A., 57 anos).

Com as alegações acima, demonstra-se a importância da confiança estabelecida entre o consumidor, instituições de apoio e agricultores no momento da comercialização dos produtos da feira, podendo esta definir a tomada de decisão de compra do consumidor e ser o que propicia a continuidade das feiras como salientado por Cruz *et al.* (2020).

CONCLUSÃO

Conclui-se a grande importância das relações de confiança de copresença estabelecidas entre organizadores da feira, agricultores e consumidores, e dos sistemas peritos, pois estas validam a procedência e qualidade do produto, culminando na compra do mesmo.

AGRADECIMENTOS

Agradeço ao Instituto de Desenvolvimento Rural do Paraná- IAPAR-EMATER (IDR-PARANÁ), à UTFPR que possibilitaram a minha inserção no Programa de Iniciação Científica do CNPq, o qual me contemplou com uma bolsa que possibilitou a execução desta pesquisa, e aos orientadores Norma Kiyota e Miguel Ângelo Perondi.

REFERÊNCIAS

CRUZ, Maria Sirlene da; RIBEIRO, Eduardo Magalhães; PERONDI, Miguel Ângelo; OLIVEIRA, Daniel Coelho de; COSTA, Heloísa de Moura. Agricultura familiar, feiras livres e feirantes do Alto Jequitinhonha. **Revista Campo-território**, [s.l.], v. 15, n. 35, p. 90-120, 10 jun. 2020. EDUFU - Editora da Universidade Federal de Uberlândia. Disponível em: <http://www.seer.ufu.br/index.php/campoterritorio/article/view/50709> . Acesso em: 15 abr. 2020.

FACCI, Lucio Picanço. Confiança e Modernidade: uma abordagem sociológica. : uma abordagem sociológica. **Revista da Emerj**, Rio de Janeiro, v. 15, n. 58, p. 236-247, 2012. Disponível em: https://www.emerj.tjrj.jus.br/revistaemerj_online/edicoes/revista58/revista58.pdf . Acesso em: 14 maio 2020.

GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade**. 5. ed. São Paulo: Unesp, 1991. 156 p. Tradução de: Raul Fiker.

GODOY, I.W.; ANJOS, F.S. dos. A importância das feiras livres ecológicas: um espaço de trocas e saberes da economia local. **Revista Brasileira de Agroecologia**, v.2, n.1, fev. 2007.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas S.A., 2003. 311 p.

PLOEG, Jan Douwe van Der. Sete teses sobre a agricultura camponesa. **Agriculturas: experiências em agroecologia**, Rio de Janeiro, p.17-31, out. 2009.

PORTILHO, Fátima; CASTAÑEDA, Marcelo. Certificação e confiança face-a-face na feira de produtos orgânicos. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM AMBIENTE E SOCIEDADE, 4., 2008, Brasília. **Anais...** Brasília: Anppas, 2008. v. 4, p. 1 - 15. Disponível em: <http://www.anppas.org.br/encontro4/cd/ARQUIVOS/GT1-413-499-20080510232052.pdf> . Acesso em: 22 jan. 2020.

RECH, Rogério. **Aspectos socioeconômicos e de produção relacionados às feiras-livres do sudoeste do Paraná**. 2011. 123 f. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Regional, Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Pato Branco, 2011.