

APOIO A CONSUMIDORES DE PRODUTOS AGROECOLÓGICOS NA REGIÃO DA GRANDE FLORIANÓPOLIS

Marcia Kuneski

Acadêmica do Curso de Agronomia da UFSC

Ademir Antônio Cazella¹

Professor do Depto. de Zootecnia e Desenvolvimento Rural da UFSC (Co-coordenador)

Karen Follador Karam²

Professora do Mestrado em Agroecossistemas da UFSC (Co-coordenadora)

karen@cca.ufsc.br

Resumo

Este trabalho apresenta os resultados do sub-projeto “Apoio a consumidores de produtos agroecológicos” componente do projeto de extensão “Promoção de Desenvolvimento Rural Sustentável e Solidário”. O objetivo foi difundir informações sobre produtos agroecológicos para consumidores da região da Grande Florianópolis com a promoção de três eventos de formação e a produção e divulgação de quatro materiais informativos destinadas à consumidores urbanos.

Palavras-chave: agroecologia, produtos agroecológicos, consumidor

Introdução

A modernidade impôs ao homem um outro ritmo para viver em sociedade. As relações sociais, econômicas, políticas e culturais ficaram marcadas pela industrialização e a urbanização, tanto com a concentração da produção industrial nas cidades como com o adensamento populacional nos centros urbanos. Decorrente deste processo ficou cada vez mais intensa a demanda e o consumo de alimentos pelo contingente populacional das cidades, restando ao meio rural e seus agricultores a responsabilidade em responder a esta demanda.

¹ Professor coordenador do projeto “Promoção de Desenvolvimento Rural Sustentável e Solidário”.
Email: acazella@cca.ufsc.br.

² Coordenadora do sub-projeto “Apoio a consumidores de produtos agroecológicos” pelo CEPAGRO – Centro de Estudos e Promoção da Agricultura de Grupo/CFDD/SDE/MJ.

Diante deste quadro houve rápidas e intensas transformações na estrutura fundiária e agrária no campo, e, por conseguinte, nas relações sociais de produção e práticas agrícolas. Tais mudanças ficaram mais visíveis nos últimos cinquenta anos, a partir da introdução massiva do padrão tecnológico moderno (PTM), cujas principais implicações se verificam no campo com a substituição do trabalho manual pela mecanização, na utilização intensiva de produtos agroquímicos sintéticos para a produção alimentar, bem como na exploração intensiva e degradante dos recursos naturais. A esse modelo de produção se convencionou denominar de agricultura convencional.

Contudo, desde a década de 1960, em contraposição a tal modelo, vêm crescendo os movimentos que buscam um tipo de agricultura que seja sustentável ambiental, econômica e socialmente. Dentre eles se inscrevem a agricultura orgânica, a agricultura biodinâmica, a permacultura, a agricultura biológica, a natural e a agroecologia.

O foco deste trabalho orienta-se na agroecologia, a qual é entendida nos termos preconizados por seu fundador Miguel Altieri como “(...) uma ciência, um conjunto de conceitos, princípios e métodos que permitem estudar, manejar e avaliar um ecossistema agrícola, oferecendo diretrizes para uma agricultura mais sustentável, ambientalmente sadia, socialmente justa e economicamente viável” (ALTIERI, apud EPAGRI, 2000).

Herdeira de concepções que buscam articular a relação do homem e sua produção de alimentos com a natureza em seus vários ecossistemas, a agroecologia tem ganhado espaços em vários países, particularmente na América Latina, onde ainda há importantes ambientes naturais bem conservados e onde a produção alimentar é realizada predominantemente pela agricultura familiar.

Segundo dados da Rede Ecovida (2003), no Brasil e mais especificamente na região Sul, há mais de 20 anos vêm se construindo experiências fundamentadas na agroecologia, baseadas em uma nova ética desde as relações sociais de produção, as relações com os ecossistemas, como também nas relações com os consumidores, sendo que com estes tal relação se expressa particularmente através dos processos de comercialização de alimentos. Os princípios que orientam estas experiências são o respeito ao meio ambiente, o resgate e a valorização das diferenças culturais nas suas

particularidades regionais e locais, assim como a busca da cooperação e da solidariedade nas relações sociais, seja entre os agricultores, como entre estes e os consumidores.

Para a agroecologia, concomitante ao papel de destaque do agricultor está o do consumidor. Entende-se que o consumidor tem uma função fundamental como um dos elos desta cadeia produtiva, na qual pressupõe-se a consideração de valores éticos e de responsabilidade social. Desta forma a sua atuação deve estar pautada para contribuir na construção de um sistema de comercialização justo e solidário, ao mesmo tempo em que pressione para a ampliação de políticas públicas voltadas à produção de alimentos “limpos e saudáveis”, particularmente aqueles da agricultura familiar.

A necessidade de trabalhar com consumidores de produtos agroecológicos vem sendo sentida, nos últimos anos, pela maioria das entidades que atuam junto a organizações de agricultores familiares agroecológicos, seja no Brasil como no estado de Santa Catarina. Dentre estas organizações se encontra o CEPAGRO – Centro de Estudos e Promoção da Agricultura de Grupo, uma ONG com mais de dez anos de atuação no meio rural, situada em Florianópolis, no CCA/UFSC.

A proximidade da entidade com o Centro de Ciências Agrárias – CCA/UFSC, tem propiciado ao longo da última década a realização de vários trabalhos conjuntos no âmbito do desenvolvimento rural, tanto no que se refere à pesquisa como à extensão. A execução deste trabalho é decorrente desta parceria, pois o mesmo se inscreve como um dos sub-projetos dentro do Projeto “Promoção do Desenvolvimento Rural Sustentável e Solidário”, coordenado pelo agrônomo Prof. Dr. Ademir Antônio Cazella, do departamento de Zootecnia e Desenvolvimento Rural - CCA/UFSC. Cabe destacar, entretanto, que coube ao CEPAGRO a coordenação das atividades aqui apresentadas, uma vez que as mesmas faziam parte do projeto “Apoio a consumidores de produtos agroecológicos”, financiado através de convênio com o Conselho Federal Gestor do Fundo de Direitos Difusos – CFDD, da Secretaria de Direito Econômico, do Ministério da Justiça.

O projeto foi executado nos anos de 2002 e 2003, na região da Grande Florianópolis, e teve como principal objetivo produzir, promover e difundir informações sobre produtos agroecológicos para os consumidores urbanos. Para tanto foram realizados eventos educativos e de divulgação – dois seminários e uma oficina de

formação, bem como a produção de quatro diferentes materiais informativos de fácil circulação - volantes, folder, cartilha e boletim informativo. Para a realização destes objetivos, realizou-se uma pesquisa em locais de comercialização e com consumidores de agroecológicos, a fim de identificar os principais temas a serem trabalhados. Embora as ações tenham tomado por base os atuais consumidores de produtos agroecológicos, identificados na pesquisa, os eventos e materiais informativos tiveram o propósito de sensibilizar consumidores em geral.

Material e Métodos

Para atingir os objetivos propostos no projeto houve diferentes atividades, sendo que para cada uma delas desenvolveram-se procedimentos metodológicos distintos. Iniciou-se com a realização de uma pesquisa em equipamentos de comercialização, pois se considerou que somente desta forma seria possível acessar e pesquisar o consumidor de produtos agroecológicos. A partir daí pesquisou-se o consumidor, e, a partir de suas informações é que se definiram os temas para os eventos educativos e a produção de materiais de divulgação.

Para a realização da pesquisa com os locais de comercialização foi estabelecida uma parceria entre o CEPAGRO e o ICEPA – Instituto de Planejamento e Economia Agrícola de Santa Catarina. Nela estiveram envolvidos técnicos das instituições mencionadas e a acadêmica do curso de agronomia Márcia Kuneski. Para efeitos deste estudo os locais de comercialização foram denominados de equipamento e classificados segundo o porte em: supermercado, pequeno varejo e feira.

A realização da etapa do mapeamento foi executada segundo procedimentos propostos pela metodologia “atores em rede”. Para tanto foram considerados como informantes chaves, ou seja atores, os pesquisadores, técnicos, distribuidores de produtos, agricultores e consumidores agroecológicos conhecedores da localização de equipamentos a serem pesquisados. Ainda foram consideradas as informações dos comerciantes sobre outros equipamentos a serem pesquisados. Foi no decorrer da pesquisa sobre o mapeamento que foram identificados os equipamentos existentes.

A partir do mapeamento dos equipamentos de comercialização se realizou a pesquisa sobre os consumidores de produtos agroecológicos. De posse de informações sobre o número médio de clientes diário em cada equipamento, dias da semana de maior

freqüência e período do mês de maior afluxo é que se construiu uma proporcionalidade entre o número de consumidores a serem pesquisados em cada um dos equipamentos mapeados. A pesquisa sobre os consumidores é um estudo de caso, uma vez que o universo de consumidores não era conhecido a ponto de permitir uma investigação amostral.

Para efeito da pesquisa se definiu como consumidor de produto agroecológico aquela pessoa que estava praticando o ato da compra, de um ou mais produtos do gênero, no momento da pesquisa.

O produto agroecológico foi considerado todo aquele que é cultivado, beneficiado e/ou processado artesanal e industrialmente segundo os sistemas de produção da agricultura sustentável - agroecologia, agricultura orgânica, agricultura biodinâmica, permacultura, entre outras. Nos equipamentos classificados como supermercado e pequeno varejo, só foram considerados agroecológicos aqueles produtos que tinham um selo de certificação, reconhecido nacional ou regionalmente, nas feiras se considerou como aqueles produzidos e garantidos pelo agricultor/comerciante agroecológico.

Para cada uma das pesquisas - mapeamento de equipamentos de comercialização e sobre os consumidores – foi elaborado um questionário para coleta de dados, pré-formatados para posterior processamento eletrônico. Os questionários foram elaborados com base nos objetivos do trabalho, acompanhado de um manual de procedimentos, contendo a definição dos conceitos básicos utilizados na pesquisa. Foram realizados pré-testes com os instrumentos das pesquisas, fazendo-se as adequações necessárias para a versão final de cada questionário.

Os mesmos objetivos que nortearam a elaboração dos instrumentos de pesquisa foram considerados para a definição das tabulações de apuração, as quais constituíram a base para a análise dos resultados.

Foram pesquisados 31 equipamentos, sendo 11 supermercados, 12 pequenas unidades varejistas e 8 barracas de feirantes³, dentre os cinco equipamentos

³ Foram pesquisadas duas barracas na Ecofeira, situada no bairro da Lagoa da Conceição, duas no sacolão Direto da Campo da Beiramar, uma situada na feira do Largo São Sebastião, uma barraca na feira do Aterro do Centro da cidade, uma entrevista no sacolão do bairro do Campeche e a última no sacolão do bairro da Lagoa da Conceição).

considerados como feira. No que tange aos consumidores, foram realizadas 272 entrevistas, sendo 153 em supermercados, 67 em feiras e 52 pequenas unidades varejistas.

O trabalho de pesquisa de campo foi coordenado pelo CEPAGRO. Os questionários preenchidos sofreram revisão visual, e, sempre que necessário, foram devolvidos ao pesquisador para que procedesse a correção necessária. A tabulação e digitação dos questionários foram executadas pelo ICEPA, que fez a crítica de consistência dos dados, com eventuais retornos e correções. Os resultados e as análises das informações foram realizados por técnicos das duas entidades.

O relatório final das pesquisas deu origem a uma publicação denominada “*Comercialização e consumo de produtos agroecológicos: região da Grande Florianópolis*”, publicada pelo Instituto CEPA (ICEPA, 2003), disponível nas bibliotecas institucionais e universitárias.

Com os resultados da pesquisa sobre o consumidor e tendo foco nas motivações de consumo e nos temas que o mesmo desejava obter maiores informações sobre o sistema da agroecologia, definiram-se os conteúdos a serem abordados nos eventos e nos materiais informativos.

Foram realizados três eventos, sendo que dois deles caracterizaram-se como seminários, com a duração de um dia de trabalho, baseando-se na apresentação e discussão de experiências relativas ao tema central. O outro evento teve o formato de uma oficina de formação, com três dias de trabalho, sendo dois deles de formação teórica e o terceiro com atividade de campo, em uma propriedade de um agricultor familiar agroecológico da região.

A produção dos materiais informativos, previamente definidos na aprovação do projeto, incluiu a elaboração de quatro volantes com temas diferentes, com uma tiragem de 5 mil cópias de cada um deles; um folder, com 5 mil cópias; uma cartilha com 12 páginas, com 3 mil cópias; um boletim informativo, com 1,5 mil cópias; e, um caderno de formação com 100 cópias. Para elaboração dos materiais contratou-se o serviço de uma empresa de comunicação social, que teve como atribuição a concepção e a produção gráfica, a diagramação, a editoria e a contratação da reprodução gráfica.

Todas as atividades relativas aos eventos e aos materiais foram concebidas e coordenadas pela equipe do CEPAGRO.

Resultados e Análise

O que se apresenta a seguir são os resultados alcançados no decorrer da execução do projeto. Optou-se por apresentar cada um dos produtos do trabalho, para que o leitor possa acompanhar o desenvolvimento das atividades, bem como seus resultados e considerações.

Pesquisa sobre a comercialização e os consumidores de produtos agroecológicos

Como já se mencionou anteriormente, a íntegra dos resultados das pesquisas estão apresentados na publicação “Comercialização e consumo de produtos agroecológicos: região da Grande Florianópolis” (Instituto CEPA, 2003).

O que se destaca a seguir são as informações consideradas relevantes para uma breve caracterização da comercialização e do consumo dos agroecológicos na região pesquisada, tais como: principais grupos de produtos comercializados, a origem, a importância destes produtos no faturamento dos equipamentos, as tendências e as razões de comercialização para os comerciantes; também se apresentam informações gerais sobre as características da clientela, como sexo, idade e motivação de consumo.

A pesquisa mostrou que existiam à época 31 equipamentos que comercializavam produtos agroecológicos - 11 supermercados, 12 pequenas unidades varejistas e cinco pontos de feiras. A maioria concentrada na cidade de Florianópolis, havendo somente três no município de São José, dois supermercados e um pequeno varejo. Verificou-se que há uma diversidade nas características entre os equipamentos pesquisados, seja no que se refere a infra-estrutura, a diversificação de produtos, o tamanho da clientela, as razões de comercialização e a importância dos produtos no faturamento.

Dentre estas diferenças cabe destacar que os supermercados contam somente com pequenos espaços destinados aos agroecológicos, no pequeno varejo predominam os produtos considerados “naturais”, cuja origem é da agricultura convencional, havendo somente um equipamento mais especializado e maior diversidade de agroecológicos. Somente nas feiras é que a maioria dos produtos é exclusiva, uma vez que o feirante é o próprio agricultor ou representa um grupo de produtores.

No que tange a motivação para comercializar os agroecológicos, o que a pesquisa revelou é que no caso dos supermercados predominam razões de ordem

econômica, entendendo que os mesmos enquadram-se dentre aqueles considerados como um nicho de mercado, ou seja, com características específicas destinadas à clientela também específica. Dentre os comerciantes do pequeno varejo e das feiras as principais motivações relacionam-se a aspectos relativos a saúde e também a convicções pessoais motivadas por filosofia de vida.

Dentre todos os pesquisados é unânime a constatação da crescente expansão do mercado para os produtos agroecológicos. Com relação ao faturamento, os produtos agroecológicos são muito importantes para as feiras, representando mais de 80%, entre o pequeno varejo eles variam entre 10% a 50% do faturamento total do equipamento, e no caso dos supermercados em média até 10% do setor de hortaliças e frutas.

O grupo das hortaliças é o principal produto comercializado, seguido do grupo dos cereais e seus derivados. Verifica-se que nos equipamentos de menor porte há uma diversidade maior de produtos ofertados e comercializados.

Com relação à origem dos produtos o que se verificou é que as associações ou cooperativas de agricultores são os principais produtores e fornecedores dos produtos comercializados, predominando a produção da própria região da Grande Florianópolis, seguida da produção de outras regiões do estado de Santa Catarina. A comercialização de produtos cuja origem é de outros estados do país ocorre em menor escala, sendo predominante os do grupo de industrializados e/ou beneficiados, grupo dos cereais e derivados, açucares e ervas medicinais. No caso das hortaliças, somente os supermercados trazem produtos de outros estados do país.

A autenticidade e a garantia de que os produtos são agroecológicos é uma preocupação do comerciante e do consumidor. Buscando oferecer estas condições aos consumidores os supermercados adotam como critério somente a aquisição de produtos que tenham o selo de uma das certificadoras oficiais. No pequeno comércio este critério também é importante, contudo há a aquisição dos produtos cuja procedência é conhecida, baseando-se na relação direta com agricultores e suas associações. No caso das feiras o critério de garantia se dá através da relação direta entre o consumidor e o próprio feirante, uma vez que este último é o produtor, predominando as relações de confiança que permeia o comércio face-a-face.

Os dados da pesquisa com equipamentos de comercialização revelou que as mulheres são as principais clientes, embora nas feiras não haja predominância de sexo.

Segundo os comerciantes mais de 60% dos consumidores estão na faixa etária entre 20 a 40 anos, e os demais se situam entre os 40 a 59 anos.

Para os comerciantes a principal razão dos consumidores em buscarem os produtos agroecológicos se referem as questões relativas a saúde, a preocupação com a contaminação dos alimentos por agrotóxicos e interesse por questões ambientais.

A pesquisa nos equipamentos de comercialização permitiu que se conhecesse um pouco das características do comércio dos produtos agroecológicos, a qual reflete a existência de um mercado em crescimento, o qual vem procurando atender os anseios de um segmento de consumidores. É este segmento que interessou ao projeto conhecer com um pouco mais de profundidade, visando ampliar seus conhecimentos sobre os produtos agroecológicos. Cabe destacar, entretanto, que o projeto também teve a pretensão de levar a todo e qualquer consumidor o conjunto das informações produzidas, com o propósito de expandir as relações entre agricultores que praticam a agricultura sustentável e os consumidores urbanos em geral na busca por melhor qualidade de vida através do consumo de alimentos “limpos e saudáveis”.

Os dados apresentados a seguir foram selecionados da pesquisa sobre os consumidores, os quais permitem que se conheça um pouco do perfil daqueles que consomem os agroecológicos.

De um modo geral a família do consumidor pesquisado é composta por 3 ou 4 membros, sendo que em 65% das situações o homem é o chefe da unidade familiar, na faixa etária acima de 40 anos. Os dados mostraram que mais de 93% dos chefes das famílias possui pelo menos o 2º grau completo, e destes cerca de 70% concluíram o 3º grau. Em quase 60% das unidades familiares a renda do chefe é maior do que 10 salários mínimos, em outros 20% a renda está entre 5 a 10 salários, e, outros 15% entre 2 a 5 salários mínimos. Ou seja, embora sejam mais expressivas as famílias com maior renda, a busca por alimentos “limpos e saudáveis” é crescente entre todas as faixas de renda.

Entre os consumidores pesquisados a maioria foi mulher. Dentre todos os entrevistados predominaram aqueles cuja principal atividade é ser dona de casa, seguida daqueles que atuam como funcionário público e como profissional liberal.

Confirmando a informação dos comerciantes sobre os produtos mais vendidos, o consumidor tem no grupo das hortaliças o principal produto adquirido. Porém se

observam diferenças de comportamento entre os consumidores dos equipamentos, para aqueles que freqüentam os supermercados as hortaliças representam o principal grupo de produtos, enquanto os consumidores das feiras e dos pequenos equipamentos consomem uma diversidade maior de produtos agroecológicos – cereais, frutas, industrializados e artesanais, entre outros.

A maioria dos entrevistados (92%) informou que adquire e consome semanalmente os agroecológicos, sendo que em 73% das situações o pesquisado já era consumidor há mais de dois anos, e, dentre eles, 40% são consumidores há mais de cinco anos.

Entre os consumidores dos supermercados a garantia sobre a autenticidade dos produtos é observada pelos produtos que apresentam um selo de alguma certificadora oficial. Contudo os consumidores dos demais equipamentos, em especial das feiras, a relação de confiança no agricultor e no comerciante revela-se como o atributo mais importante sobre a garantia de autenticidade.

A saúde é a maior motivação para o consumo dos agroecológicos entre os consumidores, sendo que tal preocupação é mais evidente entre as mulheres pesquisadas. Outras motivações relevantes são o receio dos agrotóxicos e motivações pessoais decorrentes de uma filosofia de vida, seja ela de natureza religiosa, político-ideológica ou outra.

Um dos aspectos que interessava ao projeto conhecer sobre o consumidor dizia respeito a sua disposição em participar de algum tipo de organização de consumidores. Embora os entrevistados respondessem considerar importante haver uma organização para representá-los (79%), contudo a maioria (59%) não pretendia se envolver diretamente em qualquer associação do tipo, da mesma forma que a grande maioria (83%) dizia não se interessar sequer em participar de grupos voltados à aquisição coletiva de produtos agroecológicos.

Este desinteresse em se envolver em grupos organizados é mais presente entre os consumidores dos supermercados, representando mais de 70% dos pesquisados, enquanto que os freqüentadores das feiras e do pequeno comércio já se mostram mais favoráveis, representando mais de metade dos pesquisados.

Por outro lado a ampla maioria dos entrevistados revelou querer conhecer mais e melhor sobre os alimentos agroecológicos que consomem. Dentre os temas os mais

mencionados foram: a qualidade biológica dos alimentos, os processos de certificação, as diferenças existentes nas formas da produção de alimentos, quem são e como vivem os agricultores que praticam a agroecologia.

Estes temas se manifestam diferentemente entre os consumidores por tipo de equipamento, entre aqueles que freqüentam os supermercados o tema mais importante refere-se aos processos de certificação, seguido da qualidade biológica dos alimentos e das diferenças na forma de produção de alimentos; entre os de pequeno comércio a qualidade biológica é o principal tema, seguido dos processos de certificação; e, entre os que freqüentam as feiras as diferenças de sistemas de produção dos alimentos é o tema principal, seguido do conhecimento sobre quem são e como vivem os agricultores.

Por fim, se verificou que o consumidor quer obter mais informações sobre os agroecológicos, entretanto, em consonância com as manifestações de não participar de grupos organizados, ele declara preferir recebê-las por meio de material escrito, por via eletrônica e através da mídia. Esta situação se verifica para todos os consumidores, em qualquer um dos tipos de equipamentos.

A partir dos resultados verificados na pesquisa com consumidores foi possível dar continuidade às demais atividades programadas para a realização do projeto, as quais estão apresentadas a seguir.

Eventos educativos para consumidores

A realização de eventos educativos sobre os produtos agroecológicos foi um dos objetivos do projeto. A elaboração dos mesmos esteve diretamente relacionada àqueles temas-chaves identificados na pesquisa, entendendo-os como geradores do processo de divulgação dos diferentes aspectos relativos aos agroecológicos.

Como já se destacou, os temas trabalhados foram os seguintes:

- *Certificação de produtos agroecológicos – aspectos da garantia da autenticidade da produção sustentável;*
- *Qualidade biológica dos alimentos agroecológicos;*
- *Diferenças fundamentais entre os sistemas de produção de alimentos com foco na agroecologia e nos procedimentos da agricultura convencional;*
- *Quem são e como vivem os agricultores que praticam a agroecologia.*

Foram realizados três eventos abordando os temas-chave:

- 1º Seminário para Consumidores de Produtos Agroecológicos

O 1º Seminário para Consumidores de Produtos Agroecológicos teve como tema central abordar “O Papel do Consumidor de Produtos Agroecológicos”. Foi realizado no dia 12 de dezembro de 2002, das 8:00 às 17:30 horas, no auditório da EPAGRI – Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina, na cidade de Florianópolis/SC.

Participaram deste evento cerca de 140 pessoas. A divulgação foi realizada via mídia eletrônica, convite dirigido ao público alvo da pesquisa, cartazes distribuídos nos equipamentos de comercialização pesquisados, bem como afixados em universidades e instituições de pesquisa com interesse afim. A maioria do público presente foi de estudantes universitários, pesquisadores e técnicos de instituições governamentais e não governamentais. Dentre os consumidores pesquisados menos de 10% estiveram presentes no evento.

Os participantes ao registrarem sua inscrição receberam uma pasta e um crachá referente ao evento, bem como os primeiros materiais educativos produzidos para esta oportunidade: um folder e quatro volantes. Além destes também foram disponibilizados materiais educativos doados por outras ONGs, com temas afins.

Neste primeiro evento o principal objetivo foi introduzir a temática sobre o papel do consumidor e sua responsabilidade social, bem como abordar os temas sugeridos na pesquisa de campo, com uma preocupação de inicial de sensibilização dos participantes para os temas abordados.

A abertura dos trabalhos se deu com uma palestra seguida de debate proferida sobre o “Papel do consumidor na sociedade atual”. O convidado foi um representante do IDEC/SP – Instituto de Defesa do Consumidor, uma entidade não governamental com mais de vinte anos de atuação no país, que trabalha em prol da defesa do consumidor estimulando sua responsabilidade social.

Após a sessão teve início o I Painel – “A importância dos produtos agroecológicos”. O principal objetivo deste foi apresentar sumariamente na história recente da agricultura os efeitos perversos na agricultura, seja nos recursos naturais

como nas relações sociais e econômicas, com o uso intensivo de insumos químicos sintéticos, da mecanização e as mudanças ocorridas na estrutura fundiária e agrária. Ao mesmo tempo se procurou retratar as formas de produção da agricultura sustentável, enfatizando a relevância da agricultura familiar, do agricultor bem como o papel que o consumidor passa a assumir no conjunto deste sistema de produção. Os palestrantes convidados foram três professores da UFSC.

No Painel II – “A contribuição do agricultor ecologista em Santa Catarina”, o que se procurou privilegiar foram experiências apresentadas diretamente por agricultores familiares que praticam a agricultura sustentável, tendo sido convidados para relatar sua trajetória três representantes de municípios da região da Grande Florianópolis. O objetivo foi aproximar o consumidor daqueles que são os agricultores, mostrando como vivem, pensam e produzem os alimentos.

O Painel III – “A construção da comercialização solidária”, apresentou experiências relativas a processos de comercialização que envolve a relação direta entre consumidores e agricultores, uma delas na cidade de Curitiba, no estado do Paraná, e a outra nos municípios do litoral norte do Rio Grande do Sul.

Os trabalhos do dia foram concluídos com um amplo debate entre todos os participantes e painelistas, cujos resultados foram sintetizados em uma Carta Moção, encaminhada para instituições que direta ou indiretamente atuam em questões relativas a produção, comercialização e consumo de produtos agroecológicos, em Florianópolis e Santa Catarina.

Os principais aspectos retratados referem-se ao papel do Estado em:

- atuar através de políticas públicas no apoio à produção, a comercialização, a distribuição e ao abastecimento de produtos agroecológicos, entendendo que tal ação deve representar um papel fundamental no que tange a segurança alimentar para o conjunto da população;
- priorizar recursos públicos para a pesquisa e a extensão rural na agroecologia; bem como disponibilize recursos públicos que possibilitem o processo de conversão produtiva;
- direcionar o abastecimento do mercado institucional público para aquisição da produção agroecológica; que se estimule a realização de ações de educação para o consumo nutricional, tanto nas escolas públicas como nas

privadas, valorizando tanto os aspectos da qualidade biológica como da importância social da produção agroecológica.

Os objetivos do primeiro evento foram considerados alcançados, particularmente com relação aos conteúdos abordados, aos debates e a participação de um público significativo, mesmo com a precária presença dos consumidores pesquisados.

- Oficina de Formação para Consumidores de Produtos Agroecológicos

O segundo evento promovido pelo projeto foi uma Oficina de Formação para os consumidores de produtos agroecológicos. O principal objetivo deste evento foi dar mais um passo no processo de disponibilizar informação para o consumidor, fazendo um aprofundamento daqueles temas-chaves previamente identificados como de seu interesse.

A Oficina foi realizada nos dias 13, 14 e 16 de março de 2003, com 24 horas de trabalho. Aconteceu no auditório do departamento de Tecnologia da Alimentação, no Centro de Ciências Agrárias, da Universidade Federal de Santa Catarina. Foi organizada para dois momentos de atividade: o primeiro de formação teórica, com palestras e debates em sala de aula, e o segundo de formação vivencial, com um dia de campo na propriedade de uma família agricultora agroecológica, no município de Paulo Lopes.

O evento foi projetado para atender a 50 pessoas, previamente inscritas. Contudo, o número de inscrições ultrapassou significativamente o número inicial proposto, sendo que participaram do módulo de formação mais de 80 pessoas. Dentre elas cerca de 40% eram estudantes, a maioria universitária e alguns do ensino pós-médio, 30% eram técnicos de instituições públicas, 20% representantes de organizações não governamentais, e, 10%, profissionais liberais ou outra condição.

A programação para a atividade de formação conceitual teve como orientação os temas identificados na pesquisa de campo. Para ministrá-los foram contatados profissionais qualificados, discutindo-se o conteúdo de cada módulo e solicitando-se a produção de um pequeno texto, com material de suporte, para compor uma apostila a ser destinada aos presentes.

Para a Oficina foram confeccionadas 100 apostilas, organizadas com textos inéditos elaborados pelos ministrantes de cada um dos módulos. Como complemento a

alguns textos, foram selecionados capítulos de trabalhos de alguns autores com reconhecimento nacional, cuja abordagem trouxe contribuições importantes.

Constam da apostila os seguintes textos: *Redescobrimo o rural* – Prof. Dr. Ademir Antonio Cazella (CCA/UFSC); *História da agricultura e a agricultura sustentável* – Prof. Dr. Wilson Schmidt (CCA/UFSC); *Os consumidores podem ser solidários* – Ms. Fábio Luiz Búrigo (Doutorando UFSC); *Certificação de produtos agroecológicos* – Esp. Luiz Carlos Rebellato dos Santos (Rede Ecovida); *Qualidade dos alimentos orgânicos: uma abordagem de saúde humana, social e ambiental* – Profa. Elaine de Azevedo (UNISUL) e *O papel social do consumidor agroecológico* – Dra. Karen Follador Karam (CEPAGRO/UFSC).

No primeiro módulo da formação teórica ao abordar-se o tema “Redescobrimo o Rural”, o objetivo foi despertar no cidadão urbano a importância, as peculiaridades e particularidades do meio rural brasileiro. Evidenciar as riquezas e trunfos do mundo rural, como força de desenvolvimento que se encontra em estado latente. Demonstrar a relação direta que existe entre o desenvolvimento rural e a qualidade de vida urbana.

No segundo módulo a “História da agricultura e a agricultura sustentável”, se buscou mostrar o surgimento da agricultura, mais precisamente a forma “industrial” de se fazer agricultura e produzir alimentos. Esta última, se colocando com aspectos de inquestionável, até a crise deste modelo, que passa a ser representado pela agricultura sustentável, nas suas múltiplas facetas.

No terceiro módulo “Os consumidores e a economia solidária” o que privilegiou foi o debate sobre novas perspectivas econômicas que consumidores vem desenvolvendo a partir da Economia Solidária, vislumbrando a oportunidade de aproximar-se de outros consumidores e produtores, na busca de um outro modelo social para (com) viver.

No quarto módulo se abordou o tema da “Certificação de produtos agroecológicos”, apresentando a certificação de produtos oriundos da agroecologia e de sistemas orgânicos de produção que se opõem a agricultura química.

O quinto módulo sobre a “Qualidade dos alimentos orgânicos: uma abordagem de saúde humana, social e ambiental”, discutiu a forma de produzir alimentos e de comer como função básica de promover saúde e equilíbrio. Destacou o alimento

agroecológico como favorecedor de equilíbrio ambiental e sócio-econômico, e, promotor da saúde de produtores e consumidores.

O último módulo da formação teórica abordou o “O papel social do consumidor agroecológico”, cujo objetivo foi despertar no consumidor sua condição de cidadão, de ator social ativo. Debater questões relativas ao consumo sustentável, segurança alimentar, qualidade de vida e ação participativa do consumidor.

A finalização da Oficina de Formação ocorreu com uma “Vivência de campo”, cujo objetivo foi propiciar aos participantes a experiência em uma propriedade agroecológica, através do contato com o agricultor, sua história pessoal e familiar, a construção do processo produtivo sustentável e as relações sociais envolvidas.

Segundo a avaliação dos presentes, a Oficina superou as expectativas, havendo uma boa articulação entre todas as palestras do módulo conceitual, propiciando a ampliação de conhecimento. A diversidade de temas foi proveitosa e pode-se ver a articulação entre os mesmos.

Um dos resultados da Oficina de Formação foi a criação de uma lista virtual para manter a comunicação entre os participantes, a qual está em funcionando e permitindo o contato e a troca entre os consumidores.

- Seminário sobre Consumo e Comercialização de Produtos Agroecológicos

O último evento promovido pelo projeto foi o “Seminário sobre Consumo e Comercialização de Produtos Agroecológicos”. Ocorreu no dia 31 de março de 2003, das 8:30 às 18:00 horas, no auditório da Secretaria da Agricultura e Política Rural do Estado de Santa Catarina, em Florianópolis, SC. Estiveram presentes 43 participantes, 20% representando consumidores, 30% instituições públicas estaduais, 30% as ONGs que atuam diretamente com agricultores e com processos de comercialização nos princípios da economia solidária e os demais 20% representando comerciantes de agroecológicos e o público em geral.

O principal objetivo foi aprofundar a discussão sobre o tema da comercialização, focando em experiência de grupos de agricultores e suas entidades representativas e de assessoria que têm buscado estreitar as relações entre produtores e consumidores, visando buscar apoio institucional para fomentar a criação de políticas públicas nesta direção. As iniciativas apresentadas estão na sua maioria voltadas a atuar no pequeno

circuito comercial, através de feiras livres, a entrega de sacolas, bem como a relação direta entre o agricultor e o pequeno varejo. Embora relevantes, tais iniciativas mostram diversas dificuldades, dentre elas a ausência de instrumentos e recursos públicos destinados a apoiar os processos de comercialização do agricultor familiar agroecológico.

A estrutura do seminário foi organizada em dois grandes painéis onde se apresentaram as iniciativas de comercialização no estado de Santa Catarina. O Painel I abordou o tema “O papel das entidades na comercialização de produtos agroecológicos”. Nele foram apresentadas as experiências sobre feira - pelas entidades Ecofeira, de Florianópolis e Centro Vianeí, de Lages; cooperativa de agricultor e consumidor - Centro Vianeí/Lages; agroindustrialização de pequeno porte – UCAF, de Chapecó; mercado institucional/merenda escolar, pela Agreco, do município de Santa Rosa de Lima; e por fim uma experiência de exportação, apresentada pelo Cepagri, município de Caçador.

O Painel II teve o título “A iniciativa privada e a comercialização e distribuição dos produtos agroecológicos”. Nele foram apresentadas quatro iniciativas, duas de pequenas unidades varejistas de Florianópolis – Loja Quintal da Ilha e Loja Espaço mais Saúde; uma distribuidora, Via Pax; e, a iniciativa da Pastoral da Terra com cestas, ambas em Florianópolis.

No período da tarde se organizaram grupos de trabalho para discutir as potencialidades e as necessidades da comercialização dos produtos agroecológicos, a partir da agricultura familiar e da articulação com o Estado, a iniciativa privada e a sociedade civil.

Os resultados dos trabalhos foram encaminhados as instituições afins com a temática, como a Secretaria de Estado da Agricultura, a Epagri o Instituto Cepa.

Produção de materiais informativos

Dentro dos objetivos propostos para este projeto está a produção de materiais educativos. Esta linha de atuação teve dupla função. De um lado, servir de suporte para o desenvolvimento dos eventos promovidos, e, de outro, divulgar informação sobre os produtos agroecológicos, tanto para os consumidores já existentes como para a população em geral.

Os materiais educativos propostos e executados foram os seguintes: 4 Volantes – 20.000 cópias; 1 Folder – 5.000 cópias; 1 Cartilha – 3.000 cópias; 1 Boletim Informativo – 1.500 cópias e 1 Apostila para Oficina de Formação – 100 cópias

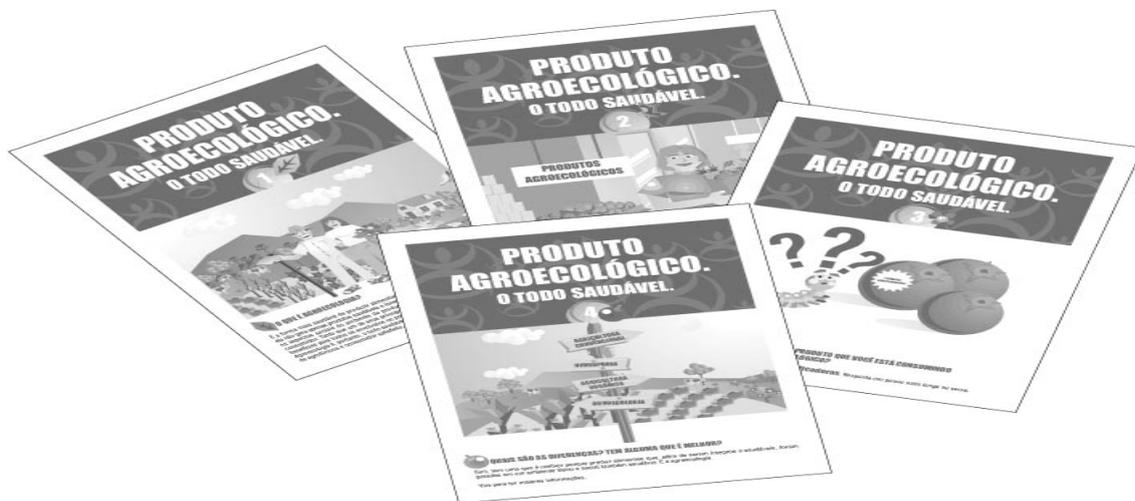
Cada um dos materiais produzidos foi originado segundo os resultados da pesquisa com os consumidores de produtos agroecológicos, quando se identificaram os principais “temas-chaves” a serem trabalhados, conforme já se registrou anteriormente. A partir destas preocupações do consumidor, definiu-se o conteúdo de cada uma das peças, procurando trabalhá-las de forma a integrar os questionamentos do consumidor e os conhecimentos sobre os produtos agroecológicos.

O processo de divulgação e distribuição teve como estratégias: distribuição nos eventos promovidos pelo projeto; distribuição nos locais de comercialização de produtos agroecológicos, em particular na pequenas unidades varejistas, nas feiras, nas sacolas entregues diretamente a consumidores; distribuição para entidades não governamentais que atuam com consumidores e agricultores de produtos agroecológicos; distribuição em reuniões, palestras, eventos em que a equipe do projeto esteve presente; distribuição na sede do CEPAGRO, entidade executora do projeto.

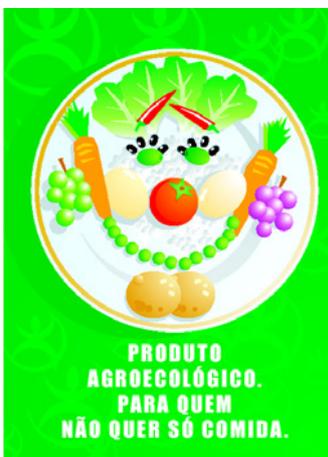
A seguir, são apresentados dois dos materiais produzidos e distribuídos.

Ainda como resultado do projeto cabe destacar que o mesmo foi apresentado na SEPEX de 2003, quando se relatou o projeto e se distribuiu amplamente os materiais informativos. Além disso foi ofertado à comunidade um mini-curso, que contou com a participação de mais de 20 participantes.

Volantes



Cartilha



ONDE ESTÃO SITUADAS AS FAMÍLIAS DE PRODUTORES AGROECOLÓGICOS EM SANTA CATARINA?

A agroecologia já está presente em praticamente todas as regiões do Estado, tendo uma presença mais acentuada nos cinturões verdes das regiões de Chapecó, Capotó, Lages, Grande Florianópolis, Sul do Estado e Vale do Itajaí.

QUEM FAZ A AGROECOLOGIA EM SANTA CATARINA?

São homens, mulheres e crianças que, em sua maioria, vivem em pequenas propriedades rurais, sob o regime de agricultura familiar: os seus, não o trabalho, de produção e comercialização, visando o aproveitamento das atividades, é realizado pela própria família. Esses agricultores buscam viver no meio rural com qualidade. O que eles buscam não é nem mesmo retornar ao cenário que os cerca. Cultivar dos alimentos de água, do rio e a água, dos animais, do solo, do leite e, principalmente, promover produção alimentares limpas, sem a utilização de agrotóxicos, de sementes transgênicas, e todos os tipos de alta sustentabilidade, orgânicos e com valores artísticos.

COMO VIVEM AS FAMÍLIAS DOS AGRICULTORES?

Praticamente todos os membros da família estão envolvidos na produção. O pai, a mãe e os filhos — estes quando não estão na escola — cuidam do plantio, da colheita, dos animais e também do processamento dos alimentos, fazendo panquecas, bolos, biscoitos e mais. Também são eles que fazem a comercialização. Além disso, convivem socialmente com a vizinhança, parentes e amigos. Muitos agricultores são turistas e comercializam diretamente seus produtos com os consumidores urbanos.

QUAIS SÃO OS PRODUTOS AGROECOLÓGICOS QUE SANTA CATARINA JÁ PRODUZ?

A maior produção ainda é de hortaliças, mas fazem também alguns tipos de frutas — entre elas a uva, beterraba, berinjela, aipo, espinaço, tomate, pepino, queijo, ovos, galinha caipota, platin, bolos, biscoitos, arroz-moído, milho, batata, abóbora, uva e arroz, integral e branco.

O QUE DESEJAM E PELO QUE LUTAM?

Eles estão buscando uma sociedade mais justa, saudável e sustentável para a geração presente e para as futuras. Para os seus filhos e netos e para os nossos filhos e netos. Eles se sentem felizes, pois buscam tudo com amor e dedicação, em parceria com a natureza.

COMO ESTÃO ORGANIZADOS?

Quase todas as famílias fazem parte de algum grupo, associação ou cooperativa, apesar de não todas terem. Têm de compartilhamento e troca de experiências. Têm encontros, no grupo planejam como vão plantar, onde vão comercializar, participam de cursos, palestras e têm assistência de agricultores ou outros profissionais capacitados.

Conclusão

Este projeto iniciou uma ação de extensão junto a consumidores, o que do ponto de vista acadêmico poderá abrir novas perspectivas para o trabalho do agrônomo. Pois é fundamental que os estudantes da área ampliem suas possibilidades de atuar para além da atividade produtiva no campo, colaborando desde a comercialização a estratégias que envolvam o consumidor urbano.

O projeto enfatiza o sistema de produção da agroecologia como importante na formação acadêmica e para o futuro profissional de agrônomos. Este trabalho permitiu que se verificasse, inclusive, que há uma carência de profissionais qualificados para atuar com os consumidores e com os comercializadores de produtos agroecológicos.

No que tange a extensão propriamente dita, buscou chamar a atenção do consumidor e da sociedade em geral, sobre os processos de produção de alimentos e suas conseqüências. Mostrou a relevância em sensibilizar o consumidor urbano para que ele se questione a respeito de suas escolhas alimentares, propiciar para que ele reflita como elas se processam, procurou destacar a responsabilidade social do consumidor no que tange a produção da agricultura familiar, a saúde do agricultor, do meio ambiente e do consumidor.

Foi um trabalho inédito nesta universidade. Porém foram os primeiros passos os quais revelam vários desafios, dentre eles se destaca a necessidade de encontrar estratégias para atuação junto ao consumidor, o qual detém pouco conhecimento sobre os sistemas de produção de alimentos, em particular o agroecológico. O projeto mostrou a necessidade de haver continuidade na produção de materiais informativos, encontrando mecanismos para divulgá-los de maneira mais ampla e eficaz, ampliando o conhecimento do urbano para que assuma sua responsabilidade como cidadão ativo.

Referências

BAGATINI, Idemir L. **O Consumidor Brasileiro e o acesso à Cidadania**. Editora Ijuí: Ijuí, 2001. 184p.

EPAGRI. **Avaliação do potencial de mercado: perfil, hábitos de consumo e preferências alimentares dos consumidores finais de frutas, legumes e verduras**. Florianópolis, 2001.

_____. **Santa Catarina pretende ser modelo em agroecologia: entrevista com Miguel Altieri**. Revista Quadrimestral Agropecuária Catarinense, Vol 15, nº 1, mar. 2002. Florianópolis/SC.

GELINSKI NETO, Francisco. **A agricultura alternativa em Santa Catarina**. Texto para Discussão nº 10/2002. Florianópolis: Coordenadoria de Mestrado em Economia/UFSC, 2002, 18p. (mimeo)

HIRSCHMAN, Alberto. **De Consumidor a Cidadão: atividade privada e participação na vida pública**. Editora Brasiliense: São Paulo, 1983. 145p.

IBOPE. Pesquisa realizada em todo o Brasil, com cerca de 2 mil entrevistados, entre 8 e 13 de maio de 1998. Disponível na *internet* pelo endereço www.ibope.com.br.

IDEC/MMA-Secretaria de Políticas de Desenvolvimento Sustentável. Consumo Sustentável – Subsídios para Discussão, in **Workshop sobre Consumo Sustentável no Brasil**, Brasília, julho de 2002.

KARAM, Karen F. **Agricultura orgânica: estratégia para uma nova ruralidade**. Curitiba, 2001. 232 f. Tese (Doutorado em Meio Ambiente e Desenvolvimento) – Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação, Universidade Federal do Paraná.

_____. **Alimentos saudáveis: a experiência da Associação de Consumidores de Produtos Orgânicos do Paraná**. Artigo apresentado no V IESA/SBSP – V Encontro

da Sociedade Brasileira de Sistemas de Produção e V Simpósio Latino-americano sobre Investigação e Extensão em Sistemas Agropecuários. Florianópolis, maio de 2002

KARAM, Karen F. & ZOLDAN, Paulo C. Comercialização e consumo de produtos agroecológicos; pesquisa dos locais de venda e pesquisa do consumidor – Região da Grande Florianópolis. Florianópolis: Instituto CEPA/SC, 2003. 51p.

MMA/PNUD. **Agenda 21 Brasileira**. Bases para a Discussão. Comissão de Políticas de Desenvolvimento Sustentável e da Agenda 21 (CPDS). Junho/2000. Texto para Discussão.

OLTRAMARI, Ana Carla; ZOLDAN, Paulo; ALTMANN, Rubens. **Agricultura orgânica em Santa Catarina**. Florianópolis: ICEPA/SC, 2002, 56p.

PÁDUA, José Augusto. **Produção, consumo e sustentabilidade: o Brasil e o contexto planetário**. Cadernos de Debate 6. Brasil Sustentável e Democrático, 1999. 48p.

RUCHINSKI, Jeane. **Consumidores de alimentos orgânicos em Curitiba**. Monografia apresentada ao Curso de Ciências Sociais da UFPR. Curitiba, 1999, 46p.