



VI CONGRESSO LATINO-AMERICANO  
X CONGRESSO BRASILEIRO  
V SEMINÁRIO DO DF E ENTORNO  
**12-15 SETEMBRO 2017**  
**BRASÍLIA- DF, BRASIL**

**Tema Gerador 12**

Estratégias Econômicas em  
Diálogo com a Agroecologia



## **Produtos Orgânicos, Agroecológicos e das feirinhas: Narrativas sobre Alimentação Saudável na Sociedade Capitalista**

*Organic Products, Agroecologicals and Small Open Market: Narratives on Healthy Food in the Capitalist Society*

MOREIRA, Maria Elisa Tavares<sup>1</sup>; FERNANDES, Raquel Aragão Uchoa<sup>2</sup>; MARTINS, Marcelo Machado<sup>3</sup>

<sup>1</sup>UFRPE, mariaelisamoreira@gmail.com, <sup>2</sup> UFRPE, aragaouchoa@hotmail.com, <sup>3</sup>UFRPE/UFPE, machadomartins@yahoo.com.br

**Tema Gerador:** Estratégias Econômicas em Diálogo com a Agroecologia

### **Resumo**

O estudo se volta ao consumo de alimentos na sociedade contemporânea. Para tanto, serão estudadas as feiras agroecológicas, que vem expandindo sua presença nas cidades, nos últimos anos, inclusive na cidade de Recife. Assim, a pesquisa objetiva identificar quem é o consumidor dessas feiras; e a relação do perfil dele com as motivações de compra de alimentos nesses espaços em particular, que fomentam a prática e desenvolvimento da agroecologia. Este estudo apresenta dados parciais de pesquisas em andamento - em duas feiras agroecológicas da capital pernambucana. A Metodologia será a observação participante, entrevista e questionário. Por fim, pretende-se que o trabalho aprofunde o debate sobre práticas de consumo de alimentos na sociedade contemporânea, norteie outros estudos, como também promover uma discussão profícua a partir das políticas públicas que se voltam para estas temáticas, que, sabemos é de interesse público e privado para o desenvolvimento social e ambiental da sociedade.

**Palavras-chaves:** Consumo Sustentável; Feiras Agroecológicas; Alimentos Orgânicos.

### **Summary**

This study turns into food consumption in the contemporary society. To this end, agroecological opens market will be studied, these opens market, have recently been expanding their commercialization, in Recife city, as well. Thus, the research aims to identify who is the consumer of these opens market; and his profile and relation with the buying motivations in this agroecology environment, which foment the practices and agroecological development. This study presents partial data of ongoing research - at two agroecological opens market in the Pernambuco's capital. The methodology will be participants observation, interview and questionnaire. Finally, it is intended that the work will deepen the debate on food consumption practices in contemporary society, guide other studies, as well as promote a fruitful discussion based on the public policies that turn into these themes, which we know of being public and private interest, for the social and environmental society development.

**Keywords:** Sustainable Consumption; Agroecological opens market; Organics food.



VI CONGRESSO LATINO-AMERICANO  
X CONGRESSO BRASILEIRO  
V SEMINÁRIO DO DF e ENTORNO  
**12-15 SETEMBRO 2017**  
**BRASÍLIA- DF, BRASIL**

**Tema Gerador 12**

Estratégias Econômicas em  
Diálogo com a Agroecologia



## Introdução

Na sociedade contemporânea, há um sem-número de discussões que se voltam para o consumo. Dentre essas, destaca-se uma vertente em franco crescimento que tem como tema principal o consumo sustentável, que, por sua vez, liga-se à ideia de um consumo mais consciente e mais saudável que pode contribuir, inclusive, com a criação ou manutenção de uma melhor qualidade de vida para a população.

Este trabalho integra parte do Projeto de Dissertação que se encontra em andamento no Programa de Pós-Graduação em Consumo, Cotidiano e Desenvolvimento Social (PPGCDS da UFRPE) visa a contribuir com essas discussões acerca do consumo de alimentos, voltando-se à pesquisa para um espaço de práticas sociais que pretende instaurar novos hábitos ou reforçar a manutenção deles. As feiras agroecológicas contemplam essas duas possibilidades pois é possível obter um produto diferenciado ao ofertado nas feiras convencionais e supermercados influenciando novos hábitos de consumo, como também possibilitar ao consumidor resistir e manter seu hábito se já o possui.

De acordo com Sonati (2009), a identidade de um povo é consequência de sua língua e cultura alimentar. Nossas práticas alimentares determinadas ao longo do tempo passam a ser identificadas como patrimônio cultural, quando se fixam na sociedade. O ato de alimentar-se, além de ser biológico, abrange tecnologias e formas de cultivo, coleta de alimento e manejo, a escolha, o armazenamento e formas de preparo e de apresentação, compondo, no conjunto, um processo social e cultural.

Do ponto de vista antropológico, existe uma diferenciação entre “comida” e “alimento”. De acordo com DaMatta (1986 apud Sonati, 2009), “comida não é apenas uma substância alimentar mas é também um modo, um estilo e um jeito de alimentar-se. E o jeito de comer define não só aquilo que é ingerido, como também aquele que o ingere”. Uma das questões atribuídas ao pensamento de DaMatta explica que “o ato de comer” na contemporaneidade é produto de uma diferença de sentido entre comida e alimento, ou seja, existe uma relação simbólica de significados – onde o alimento, além de nutrir, ressignifica o indivíduo neste processo, e a partir desta representatividade simbólica designada por compor um determinado grupo, constitui-se um discurso que revela um pertencimento, e assim, uma identidade. (MACIEL, 2004) No caso em questão deste estudo, transcorre o hábito por uma alimentação saudável.

Dentre os vários elementos que historicamente se tornaram mercadorias, destaca-se o alimento (Caporal, 2010, p. 105). Mesmo o Brasil sendo um dos maiores produtores de grãos e fibras não conseguimos ter uma distribuição igualitária de seus produtos



VI CONGRESSO LATINO-AMERICANO  
X CONGRESSO BRASILEIRO  
V SEMINÁRIO DO DF e ENTORNO  
**12-15 SETEMBRO 2017**  
**BRASÍLIA- DF, BRASIL**

Tema Gerador 12

Estratégias Econômicas em  
Diálogo com a Agroecologia



para todos, ou seja, o alimento que chega à mesa da população brasileira depende da renda, da informação, da cultura e do acesso dessa população a ele. O grande questionamento que emerge dessa constatação é: Como que um país, com uma vasta extensão territorial e natureza abundante, não consegue suprir as necessidades básicas relativas à alimentação de sua população? Identificamos, então, que os sistemas de produção de alimentos estão cada vez mais concentrados nas mãos de grandes empresas transnacionais como oportunidade de geração de lucro e acumulação de capital (ENLAZADOR, 2007).

Apesar do crescente aumento das redes de super e hipermercados funcionando 24 horas por dia nas grandes cidades, há um processo de resistência, crescimento e diversificação de feiras livres que comercializam produtos alimentícios *in natura*, orgânicos, realidade que tem sido observada também em Recife/PE (ARAÚJO, 2015).

Atualmente, na capital pernambucana, existem 28 feiras livres tradicionais e 33 feiras agroecológicas distribuídas em diversos bairros da Região Metropolitana, conforme dispõe o Portal da Prefeitura do Recife e o Centro de Desenvolvimento Agroecológico Sabiá.

A concepção geral deste trabalho é demonstrar, através de um diagnóstico das práticas de consumo dos indivíduos que frequentam as feiras agroecológicas, como os consumidores “percebem” a realização de suas compras. De acordo com Miller (2002), por meio das compras realizadas podemos observar as práticas dos indivíduos, e perceber sua forma de se relacionar em sociedade, através de seus gostos e preferências. Sendo assim, é possível compreender algo sobre seus relacionamentos e direcionar qual a atividade fim do comportamento de compra do consumidor. Ou seja, Miller chama atenção sobre o fato de que as escolhas do consumidor são movidas por diversas práticas e significados. Em nosso trabalho, pretendemos compreender, através da pesquisa de campo, as diferentes relações que aparecem neste processo particular de consumo – o de alimento nas feiras agroecológicas.

## Material e Métodos

Esta pesquisa caminha pela abordagem qualitativa, que, de acordo com Richardson(2012), trata de uma abordagem que se caracteriza como uma tentativa de compreensão minuciosa dos significados e características das questões expostas pelos sujeitos da pesquisa, em lugar do levantamento de medidas quantitativas de situações ou comportamentos. A Metodologia utilizada nesta pesquisa em andamento será através de estudo de caso – na forma de uma pesquisa exploratória em duas Feiras Agroecológicas de Recife: UFPE e Casa Forte. Os sujeitos desta pesquisa, são considerados os consumidores/as que frequentam e realizam suas compras nestes espaços. Os



instrumentos de pesquisa utilizados para coletar dados serão através de observação participante, entrevista com roteiro e aplicação de questionário sobre: narrativas dos indivíduos sobre alimentação saudável, cotidiano e renda.

## Resultados e Discussão

Este trabalho integra, parte da pesquisa inicial de mestrado do PPGCDS e está em andamento, assim tem como objetivo geral identificar o perfil dos consumidores que circulam nas feiras. Então, apresentamos num primeiro momento a disposição das feiras, perfil de renda e crescimento nos territórios, destacando a Feira de Casa Forte e da UFPE que serão investigadas neste estudo. Considerando que a ida ao campo acontecerá a partir do segundo semestre de 2017, pretendemos analisar num segundo momento o perfil e as narrativas destes consumidores. Assim apresentamos o quantitativo de feiras agroecológicas no Recife, de acordo com Tabela 1, logo abaixo:

**Tabela 01** – Feiras Agroecológicas no Município de Recife

Especificação da Feira	Bairro/Localização	Instituição de Referência
Dois Irmãos	Em frente ao LAFEPE	Chico Mendes e Terra e Vida
Museu do Homem do NE	Casa Forte	Chico Mendes e Terra e Vida
Campo da polícia	Derby	CEPMMA
Praça Fazer Crescer	Rosarinho	CEPMMA
ITEP	ITEP	CEPMMA
Secretaria da Educação	Várzea	CEPMMA / APORG
Conjunto Inês Andreazi	Areias	CEPMMA
CEASA	Jardim Pão Paulo	IPA/SERTA
Praça Fleming	Jaqueira	CEPMMA
Sítio da Trindade	Sítio da Trindade	Chico Mendes
Espinheiro	lado da Matriz	Chico Mendes
Beira Rio	Torre	Chico Mendes
Espaço Agroecológico das Graças	Atrás do Colégio S. Luiz	Centro Sabiá
Espaço Agro. de Boa Viagem	Primeiro jardim BV	Centro Sabiá
Tribunal de Contas do Estado	TCE	APORG
Canal do Cavoco	Canal do Cavoco	APORG
Tribunal Regional do Trabalho	Bairro do Recife	SERTA



VI CONGRESSO LATINO-AMERICANO  
X CONGRESSO BRASILEIRO  
V SEMINÁRIO DO DF e ENTORNO  
**12-15 SETEMBRO 2017**  
**BRASÍLIA- DF, BRASIL**

**Tema Gerador 12**

Estratégias Econômicas em  
Diálogo com a Agroecologia



'Colégio Apoio	Casa Amarela	SERTA
<b>Praça de Casa Forte Centro*</b>	Casa Forte	CETPASS
<b>UFPE*</b>	Cidade Universitária	NECSO/UFPE
Tribunal Regional Eleitoral	T R E	APORG
Associação dos Funcionários	SUDENE	APORG
Shopping Recife	Estacionamento	APORG
Prefeitura do Recife	Recife Antigo	APORG
Instituto Agrônômico de PE	IPA	IPA
Pina	Pina	CETPASS
Por trás da SUDENE	Engenho do Meio	Chico Mendes
Setubal	Canal do Rio Jordão	Ass. Agroflorestal Terra & Vida
Espaço Agroec. de Santo Amaro	Santo Amaro	Centro Sabiá
Gervásio Pires	Santo Amaro	SERTA
INSS	Santo Amaro	SERTA
Fórum Des. Rodolfo Aureliano	Joana Bezerra	SERTA
Parque de Exposições	Cordeiro	SERTA/SARA

**Fonte:** Araújo, 2015, p. 44 – Núcleo de Economia Solidária, Universidade Federal de Pernambuco(NECSO-UFPE); Instituto de Pesquisa Agropecuária(IPA); Serviço de Tecnologia Alternativa(-SERTA); Centro de Estudo e Pesquisa de Manejo do Meio Ambiente(CEPMMA); Centro de Estudo, Tecnologia, Pesquisa e Gestão para os Ambientes Sustentáveis (CEPTASS); Secretaria de Cultura e Reforma Agrária(SARA); Associação de Profissionais da Agricultura Orgânica (APORG).

Em Pernambuco, as primeiras feiras que surgiram foram por iniciativa do Centro de Desenvolvimento Agroecológico Sabiá e da Associação dos Amigos do Meio Ambiente - Gravatá, em Recife, em 1997. Nas quatro últimas décadas, houve uma expansão na produção de alimentos agrícolas de base ecológica favorecendo principalmente os mercados locais, fortalecendo os pequenos produtores e agricultores familiares, desprovidos do acesso aos mercados maiores. Isto porque as questões ambientais foram se acentuando nas últimas décadas e como movimento de mercado impulsionou uma nova demanda através da oferta destes novos produtos, criando um novo “nicho de mercado”.

As feiras agroecológicas surgem como um movimento de resistência e diversificação ao modelo tradicional oferecido nas diversas feiras livres, como também numa perspectiva de frear ao modelo de produção do agronegócio oferecido nos grandes supermercados, excluindo a Figura do atravessador. Oferta, produtos livres de agrotóxicos e que proporcionem uma melhor qualidade de vida à população, são expostos nessas feiras.



VI CONGRESSO LATINO-AMERICANO  
X CONGRESSO BRASILEIRO  
V SEMINÁRIO DO DF e ENTORNO  
**12-15 SETEMBRO 2017**  
**BRASÍLIA- DF, BRASIL**

**Tema Gerador 12**

Estratégias Econômicas em  
Diálogo com a Agroecologia



Assim, buscamos a partir deste trabalho científico possibilitar o levantamento do perfil dos diferentes consumidores, o nível de renda, o cotidiano e as relações com suas práticas de alimentação, nas feiras em destaque: UFPE e Casa forte.

## **Conclusão**

Por fim, através do processo de levantamento, verificação e análise, pretende-se que o trabalho possa aprofundar o debate sobre as práticas de consumo de alimentos saudáveis, como também fomentar a discussão de políticas públicas de interesse para o desenvolvimento social e ambiental da sociedade.

Assim, trazemos aqui as feiras Agroecológicas como uma possibilidade de resistência e diversificação ao modo de produção da agricultura tradicional ou modelo do agronegócio apresentado atualmente. Essas novas feiras livres, agora denominadas “feiras orgânicas”, “espaços agroecológicos”, entre outras, atende as demandas por estes novos produtos. Este crescimento na demanda é provocado por uma crise de valores, por consumidores cada vez mais conscientes e por não concordarem com a utilização de insumos químicos e tóxicos, ou que se utilizem mão-de-obra barata, e ainda prejudiquem à natureza, beneficiando somente aqueles favorecidos detenedores dos meios de produção (LEÃO, 2010).

## **Referências bibliográficas**

ARAÚJO, T. P. Feiras **Agroecoógicas: institucionalidade, organização e importância para a composição da renda do agricultor familiar**. Fortaleza: Instituto de Desenvolvimento do Trabalho: Núcleo de Economia Solidária da Universidade Federal de Pernambuco, 2015.

CAPORAL, F. R.(org) Costabeber, JA, PAULUS, G; **Agroecologia: uma ciência do campo da complexidade**. Brasília,2009.

ENLAZADOR, T. **Sociedade de Consumo e Paz - um outro mundo possível**. In: **Cultura de Paz: educação do novo tempo**. Editora Universitária da UFPE, 2008. cap. 10. p. 185 a 204.

LEÃO, E.L.S; VITAL, T. W. **Evolução e situação atual da agricultura de base ecológica em Pernambuco**. 48 SOBER – Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural, Campo Grande: 2010.



VI CONGRESSO LATINO-AMERICANO  
X CONGRESSO BRASILEIRO  
V SEMINÁRIO DO DF E ENTORNO  
**12-15 SETEMBRO 2017**  
**BRASÍLIA- DF, BRASIL**

**Tema Gerador 12**

Estratégias Econômicas em  
Diálogo com a Agroecologia



MACIEL, M.E. **Olhares antropológicos sobre a alimentação.** Identidade cultural e alimentação. In: CANESQUI, A.M.; GARCIA, R.W.D. (Orgs.) **Antropologia e Nutrição: Um diálogo Possível.** Ed. Fiocruz, 2005. Cap2, p.49-55. Disponível em:< <http://books.scielo.org/id/v6rkd/pdf/canesqui-9788575413876-03.pdf>>. Acesso em 02 de Jan. 2017

MILLER, D. **Teoria das Compras: o que orienta as escolhas dos consumidores.** São Paulo, Nobel, 2002.

RICHARDSON, R. J.; PERES, J.A.S ... (et al). **Pesquisa Social: Métodos e Técnicas.** 3ª ed – 4ª reimpr. São Paulo: Atlas, 2012.

SONATI, J. G.; VILARTA, R. SILVA, C. C. **Influências Culinárias e Diversidade Cultural da Identidade Brasileira: Imigração, Regionalização e suas Comidas.** In: MENDES, R. T.; VILARTA, R.; GUTIERREZ G.L (Orgs.) **Qualidade de Vida e Cultura Alimentar,** ed. 1, IPES EDITORA, Vol. 1, 2009, cap.14, p.137-147, Disp. em:<[http://www.fef.unicamp.br/fef/sites/uploads/deafa/qvaf/cultura\\_alimentarcap14.pdf](http://www.fef.unicamp.br/fef/sites/uploads/deafa/qvaf/cultura_alimentarcap14.pdf)> Acesso em 02 de Jan. 2017