



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

Tema Gerador 5

Construção do Conhecimento Agroecológico



Feira de produtos orgânicos na UTFPR: atitudes e motivações em relação ao consumo de alimentos orgânicos

Organic products trade show at UTFPR: attitudes and motivations regarding the consumption of organic foods

PADILHA, Ana Flávia^{1,2}; VARGAS, Thiago de Oliveira^{1,3}; COSTA, Brendo Henrique da Silva^{1,4}; SOUZA, Daniel Macedo^{1,5}; OLIVEIRA, Aline Santos de^{1,6}

¹Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Câmpus Pato Branco, NEA-PR - Núcleo de Estudo em Agroecologia e Produção Orgânica do Sudoeste do Paraná; ²anaflaviap_@hotmail.com; ³thiagovargas@utfpr.edu.br; ⁴brendohenrique08@gmail.com; ⁵daniel.m.s@bol.com.br; ⁶alinesantosdeo@gmail.com;

Tema Gerador: Construção do conhecimento agroecológico

Resumo

Muito se tem discutido a respeito da produção de alimentos com base ecológica, bem como suas vantagens ao consumidor, principalmente do ponto de vista nutricional e do zelo com o meio ambiente, ainda que concomitante às inovações tecnológicas do mundo atual. Nesse sentido, a FEPOUT – Feira de Produtos Orgânicos da UTFPR surge como alternativa de aproximar esse tipo de produto com o consumidor, incorporando nesse termo acadêmicos, servidores e comunidade externa. Ademais, o projeto foi resultante da criação do primeiro Núcleo de Estudo em Agroecologia e Produção Orgânica do Sudoeste do Paraná (NEA_Sudoeste_PR). Dessa forma, a feira foi capaz de fortalecer práticas agroecológicas motivadoras da produção de alimentos orgânicos e a preservação de práticas locais e sua biodiversidade.

Palavras-chave: agroecologia; agricultura orgânica; diversificação; consumidor.

Abstract

Much has been discussed about the ecological food production, as well the advantages for the consumers, especially the nutritional view and zeal for the environment, considering the current world's technological innovations. In this way, FEPOUT - UTFPR's Organic Products Fair, is an alternative to approach the consumers to this type of product, including students, servers, and external community. By the way, the project results from the creation of the first Study Center of Agroecology and Organic Production of southwestern Paraná (NEA_Sudoeste_PR). Therefore, the fair was able to strength and motivated the agroecological practices of organic food production and the environment's preservation and biodiversity.

Keywords: agroecology; organic agriculture; diversification; consumer.

Contexto

Tem-se observado que a preocupação com uma alimentação mais saudável tem aumentado nos últimos tempos, simultaneamente com a dificuldade enfrentada pela agricultura familiar de se posicionar no mercado e em demais processos de comercialização (FINATTO et al., 2010).



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

Tema Gerador 5

Construção do Conhecimento Agroecológico



Nesse sentido, têm ocorrido modificações no setor agroalimentar, visando a diminuição e/ou eliminação dos efeitos de agrotóxicos em humanos ou nos ecossistemas em geral, culminando com a perda de biodiversidade e impactos na saúde humana (BARBOSA et al., 2011).

Aliado a esses pensamentos, tomando cuidado na adubação, manejo do solo, fertilização e fazendo uso de técnicas ecológicas, a agricultura orgânica é um método de contrapor a produção convencional, pensando na melhor administração do agroecossistema em questão. Essas estratégias estão associadas com a eliminação dos agrotóxicos, utilização de resíduos orgânicos oriundos da própria unidade de produção e permuta de insumos artificiais por processos biológicos naturais, tudo isso aliado ao aproveitamento dos conhecimentos empíricos do produtor (FINATTO et al. 2010).

A preocupação com os agrotóxicos provém da comprovação científica de que estes são responsáveis pela manifestação de diversas doenças como má formações, distúrbios neurológicos e até câncer. Mesmo causando inúmeros prejuízos com sua utilização permitida, ainda existe o problema do uso indiscriminado destes produtos. Diferentemente deste sistema, o manejo agroecológico preocupa-se inclusive com a proteção da natureza e promoção de qualidade de vida (PEREIRA et al., 2015).

Ainda analisando por essa perspectiva, existe a indagação a respeito dos métodos para que o alimento orgânico chegue até o consumidor, na qual encontram-se as feiras. Estas, além de permitir o contato do produto com o usuário, são geradoras do vínculo almejado no âmbito da sociabilidade. Agregado a esses fatores, as feiras são instrumentos de apoio e divulgação da produção orgânica, tal como seus benefícios para que facilite a promoção de transições nos hábitos alimentares (ARCHANJO, 2001).

Nesse Contexto, a FEPOUT – Feira de Produtos Orgânicos da UTFPR, teve como objetivo a aproximação do agricultor com a comunidade acadêmica e externa, a consolidação de práticas agroecológicas e motivacionais da produção orgânica e valorização da produção por meio da agricultura familiar.

Descrição da experiência

Tendo sua primeira edição no dia 17 de agosto de 2016, durante a realização do III FUCA – Festival Universitário de Cultura e Arte, a FEPOUT – Feira de Produtos Orgânicos da UTFPR, surgiu como alternativa, em um primeiro momento, aos universitários para obtenção de alimentos oriundos de produção de base ecológica e sustentável, de modo a assegurar a qualidade, organicidade e sanidade dos alimentos consumidos, além de viabilizar a sustentabilidade da agricultura familiar da região, não possuindo



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

Tema Gerador 5

Construção do Conhecimento Agroecológico



fins lucrativos. É desenvolvida pelo Curso de Agronomia da UTFPR – Câmpus Pato Branco, em conjunto com o Departamento de Extensão (DEPEX). A feira conta com a participação de agricultores familiares regionais pertencentes à Cooperativa de Produtores Orgânicos (Coopervereda) de Verê, certificados pela Rede Ecovida; família Madalosso de Pato Branco certificada pela TECPAR e a família do Sr. Juca de Quadros de Coronel Vívda assistidos pelo Projeto Redes, Referência para a Agricultura Familiar, uma parceria IAPAR e UTFPR-PB.

Com o sucesso da primeira edição, foi organizado um questionário com o intuito de conhecer o público alcançado, bem como suas pReferências no sentido de horários e produtos, por exemplo, além de oferecer a oportunidade de respostas abertas tendo a possibilidade de tomar ciência do entendimento do público em torno da produção agroecológica, onde se destaca a preocupação a respeito da utilização de agrotóxicos, e se costumam procurar por esse tipo de produto.

A partir da pesquisa via formulário, também foi possível estabelecer melhores métodos de divulgação, e saber opiniões a respeito da primeira edição. Nesse sentido, ressaltou-se o ótimo atendimento, qualidade dos produtos, preço acessível, organização, local, e o fato de compartilhar vivências com os agricultores feirantes, além de aproxima-los com a universidade e a comunidade em geral. Ainda, a pesquisa destacou a dificuldade de encontrar alimentos oriundos de produção orgânica, e também do considerado elevado preço nos mercados locais.

Sendo assim, a partir das sugestões dos consumidores, todas as edições da feira foram realizadas quinzenalmente nas quintas-feiras, dentro do câmpus, das 9h30min às 18h sendo aberta para acadêmicos, servidores e à comunidade externa, contando com produtos como hortaliças e frutas frescas, compotas, geleias, fubá, caldo de cana, melado, açúcar mascavo, dentre outros (Figura 1).

Partindo do pressuposto de que, cada vez mais, as pessoas estão conectadas a partir do advento da internet e ainda mais via redes sociais, a divulgação foi feita por meio de página em rede social de forma geral, e utilização de email institucional à todos os acadêmicos e servidores. Além disso, dias antes de cada edição, foram posicionadas faixas de divulgação com data, local e horário (Figura 2).

Outrossim, existe a segurança de que o produto chegue íntegro e com qualidade assegurada às mãos do consumidor, uma vez que se trata de uma cadeia curta de comercialização. Dessa forma, entende-se que a Feira de Produtos Orgânicos, encaixa-se



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

Tema Gerador 5

Construção do Conhecimento Agroecológico



na modalidade extensão, visto possuir caráter de aplicação no sentido de interação com a comunidade, produtores e academia, visando desenvolvimento social, cultural e socioambiental.

Dessa forma proporcionou, na instituição, a oportunidade de relação entre universidade e outras esferas da sociedade, de forma a combinar necessidades e interesses, como atores sociais no desenvolvimento regional. Concomitante, houve a vivência providenciada pela troca de saberes entre os agricultores e a comunidade (acadêmica ou não), aliada à interdisciplinaridade e estabelecimento de laços na construção do conhecimento, além da prestação de serviços.

Resultados

Com a implantação da Feira de Produtos Orgânicos na UTFPR, constatou-se o aumento na disponibilidade de alimentos orgânicos de qualidade, em concordância com a criação do primeiro Núcleo de Estudo em Agroecologia e Produção Orgânica do Sudoeste do Paraná (NEA_Sudoeste_PR).

Da mesma forma, obteve-se a possibilidade de fortalecimento de práticas agroecológicas motivadoras da produção de alimentos orgânicos além da preservação de práticas locais e sua biodiversidade.

Além disso, tornou-se possível a promoção de qualidade, organicidade e sanidade dos alimentos consumidos, além de viabilizar a sustentabilidade da agricultura familiar da região, não possuindo fins lucrativos.

Ainda, teve-se o estudo do perfil e preferências dos consumidores no sentido de horários e produtos, além de oferecer a oportunidade de respostas abertas tendo a possibilidade de tomar ciência do entendimento do público em torno da produção agroecológica, auxiliando na construção do conhecimento ecológico e alimentar. Nesse sentido, baseado nas respostas dos questionários, optou-se pela realização todas as quintas-feiras, das 9h30min às 18h, no pátio entre os blocos M e N.

Do mesmo modo, ter confirmada a integridade do produto com sua qualidade assegurada, e permissão de contato com os produtores fez possível a troca de experiências e vivências e fortalecimento de laços, além de aumento na conscientização no âmbito da segurança alimentar. Esses conhecimentos puderam ser adquiridos em oficinas de preparo de receitas utilizando PANCs (Plantas Alimentícias Não Convencionais), cultivo de cogumelos entre outras.



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

Tema Gerador 5

Construção do Conhecimento Agroecológico



Sendo assim, as perspectivas futuras são de análise de novas tendências e mercados diferenciados, além de não tornar-se restrito a determinados produtos, bem como estudo de alimentos nutracêuticos e investimento em marketing, tendo por objetivo dar maior visibilidade ao projeto.

Agradecimentos

Aos agricultores, pela disponibilidade e aceitabilidade do desafio, bem como oferecimento de produtos de qualidade. À comunidade acadêmica e externa pela recepção e procura de produtos, uma vez que são peça primordial na construção desse projeto. À UTFPR pelo apoio incondicional.

Referências Bibliográficas

ARCHANJO, Léa Resende; BRITO, Karla Francine W. de; SAUERBECK, Sally. **Alimentos Orgânicos em Curitiba: consumo e significado**. Revista Ca Dernos de Debate, Uma Publicação do Núcleo de Estudos e Pesquisas em Alimentação da Unicamp, Campinas, v. 8, p.1-6, 2001. Disponível em: <<http://www.unicamp.br/nepa/publicacoes/san/2001/VIII/docs/alimentos-organicos-em-curitiba-consumo-e-significado.pdf>>. Acesso em: 05 abr. 2017.

BARBOSA, Silmara de Carvalho et al. **Perfil do consumidor e oscilações de preços de produtos agroecológicos**. Pesquisa Agropecuária Tropical, Goiânia, v. 4, n. 41, p.602-609, dez. 2011. Disponível em: <<https://www.revistas.ufg.br/pat/article/view/11854>>. Acesso em: 05 mar. 2017

FINATTO, Roberto Antônio; CORRÊA, Walquiria Kruger. **Desafios e perspectivas para a comercialização de produtos de base agroecológica - O caso do município de Pelotas/RS**. Revista Brasileira de Agroecologia, Porto Alegre, v. 1, n. 5, p.95-105, 2010. Disponível em: <<http://www.aba-agroecologia.org.br/revistas/index.php/rba-agroecologia/article/view/9669/6638>>. Acesso em: 6 nov. 2016.

PEREIRA, Maristela Costamilan et al. **Mudança no perfil sociodemográfico de consumidores de produtos orgânicos**. Ciência & Saúde Coletiva, Rio de Janeiro, v. 9, n. 20, p.2797-2804, 2015. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1413-81232015000902797&script=sci_Abstract>. Acesso em: 05 mar. 2017.