



As relações de confiança nas feiras orgânicas em Sorocaba/SP: uma relação controversa

Trust relationships in organic street fairs in Sorocaba / SP: a controversial relationship

BUQUERA, Rodrigo Brezolin¹; Marques, Paulo Eduardo Moruzzi²;
Fernando Silveira Franco³

¹ESALQ, rodrigobbuquera@gmail.com; ²ESALQ, marques@usp.br; ³UFSCar – Sorocaba, fernando.agrofloresta@gmail.com

Resumo: As feiras orgânicas são uma alternativa para comercializar alimentos orgânicos e agroecológicos, estimulando os circuitos curtos de comercialização. A partir desta constatação, este trabalho discute as relações de confiança existente entre os feirantes e consumidores das feiras orgânicas em Sorocaba/SP. Para tal propósito, se utilizou dados coletados através de uma survey online de caráter quantitativo, além de entrevistas de tipo “relato de vida”, de caráter qualitativo, aplicadas junto aos consumidores. Como resultados, observou-se que os consumidores não possuem clareza do que são alimentos orgânicos e de que as relações de confiança, muitas vezes, são vistas como mais seguras para atestar a qualidade orgânica, o que gera conflito com a certificação. Essa dicotomia acaba estimulando a divisão entre um mercado formal e informal de orgânicos, expondo os desafios em torno da conscientização dos consumidores sobre os processos de obtenção de reconhecimento orgânico.

Palavras-chave: Transição Agroecológica; Agricultura Orgânica; Certificação.

Introdução

A alimentação nos dias atuais é regida pelas regras do chamado “sistema agroalimentar”, ou seja, toda a cadeia de atividades envolvendo os alimentos (produção, comercialização e consumo). Convém destacar, para nossos propósitos, que o sistema atual, com seu foco produtivista, tem se mostrado incapaz de fornecer alimentos de qualidade para a população (ESTEVE, 2017). Neste quadro, as feiras orgânicas representam uma maneira viável de comercializar alimentos orgânicos e agroecológicos, fomentando os circuitos curtos de comercialização (FANTINI et. al., 2018). Contudo, a incerteza, falta de informação, pouco conhecimento e até falta de confiança na certificação se mostram como uma barreira para o consumo de alimentos orgânicos (AGOVINO et al, 2017).

A partir deste quadro, este artigo discute as relações de confiança existente entre os feirantes e consumidores das feiras orgânicas no município de Sorocaba/SP, a partir dos resultados preliminares da tese de doutoramento de Rodrigo Brezolin Buquera, no Programa Pós-Graduação em Ecologia Aplicada da ESALQ/SP sob orientação do Prof. Dr Paulo Eduardo Moruzzi Marques e co-orientação do Prof. Dr. Fernando Silveira Franco.



Metodologia

Na primeira etapa da pesquisa, de caráter quantitativa, foi aplicada uma survey de caráter interseccional com amostragem não-probabilística por conveniência, através de questionário autoaplicável pela internet, com uma abordagem exploratória. Seu objetivo foi levantar as características gerais dos consumidores de alimentos orgânicos da região. A segunda etapa, de caráter qualitativo, buscou examinar os hábitos e motivações dos consumidores, através de entrevistas de tipo “relato de vida”, utilizando-se de uma pergunta central ampla como questão chave. As entrevistas foram em 5 feiras orgânicas; com consumidores de cestas e em um estabelecimento especializado em orgânicos. Para contrastar as informações obtidas aqui, foram realizadas entrevistas em 2 feiras livres convencionais. Neste trabalho, encontram-se informações de ambas etapas, utilizadas em conjunto para embasar a discussão.

A propósito da legislação, a Lei federal nº 10.831/2003 regulamenta a produção orgânica, reconhecendo como tal aquelas que: (1) são certificados por organismo reconhecido oficialmente ou (2) são produzidos por agricultores familiares inseridos em processos próprios de organização e controle social (OCS). Doravante serão considerados alimentos reconhecidos como orgânicos aqueles de ambos os casos (1) e (2); já os alimentos orgânicos certificados (que recebem o selo orgânico) apenas no caso (1); enquanto o caso (2) será indicado como produtos oriundos de OCSs.

De maneira similar, as relações de confiança também são distintas: a confiança nos selos é diferente daquela fundada em relações interpessoais. Estas últimas são fundamentais para compreendermos os mecanismos das OCSs. No entanto não são exclusivas desta modalidade, visto que qualquer relação entre consumidor e feirante está sujeita a uma relação de confiança.

Resultados e discussão

Na survey, foram contabilizados 452 participantes válidos, incluindo além de Sorocaba, quatro municípios adjacentes, pertencentes a uma mesmo circuito de comercialização: Sorocaba, Votorantim, Salto de Pirapora, Araçoiaba da Serra e Iperó. Por outro lado, foram realizadas 90 entrevistas com consumidores de alimentos orgânicos e 33 com consumidores convencionais. Dos consumidores orgânicos, 73 indicaram frequentar as feiras orgânicas na cidade. Nas entrevistas, foram abrangidas 5 feiras orgânicas: Parque Campolim, Parque Chico Mendes, Mercado Distrital, Shopping Sorocaba e UFSCar Sorocaba. Duas delas (UFSCar e Campolim) são feiras de transição agroecológica, aceitando agricultores familiares em transição agroecológica. Como feiras convencionais foram escolhidas aquelas do Parque São Bento e Varejão do Mercado distrital.

Convém realçar que uma especificidade encontrada nas feiras orgânicas é a relação de confiança com os feirantes. Em diversas entrevistas, o diálogo com



os feirantes, a troca de informações e até mesmo a consolidação de uma relação de amizade se mostraram como motivação para comprar os alimentos nas feiras.

É fato que as feiras livres são marcadas como pontos de sociabilidade que mantem viva a cultura local (GODOY e ANJOS, 2007). Este papel é ainda mais evidente nas feiras orgânicas, impregnadas desta particularidade: a relação de confiança entre o feirante e o consumidor muitas vezes acaba assumindo o papel de substituir a certificação orgânica. Para ilustrar essa situação, consideremos novamente os dados obtidos na survey. Aqui, questionou-se como o consumidor reconhece o produto orgânico. Das respostas, 178 (39,4%) se referem à credibilidade do vendedor enquanto 210 (46,5%) apontam para o selo ou certificado orgânico.

Em outra pergunta, os participantes foram questionados sobre os critérios para um alimento ser considerado como orgânico. Dentre as respostas, destacam-se que 406 (89,8%) mencionam a ausência de uso de agrotóxicos; 303 (67%) consideram o não uso de fertilizantes industriais e apenas 209 (46,2%) acreditam que os produtos passam por algum processo de certificação orgânica. Com esses dados, é possível observar que mais de 50% dos consumidores conhecem pouco ou não se importam com a certificação orgânica. Para a maioria dos consumidores, os alimentos orgânicos são aqueles que não foram tratados com agrotóxico. Por mais que esta percepção esteja parcialmente correta, não reflete exatamente o que é o alimento orgânico, repercutindo em problemas para sua comercialização.

Um efeito dessa situação se mostrou durante as entrevistas, onde muitos de nossos interlocutores indicaram adquirem orgânicos de fontes “informais” (sem reconhecimento orgânico) tais como vendedores de rua, hortas urbanas, bancas em feiras convencionais e outros.

Curiosamente, o mesmo se observou nas feiras convencionais, onde praticamente todos os entrevistados alegaram conhecer orgânicos e até mesmo consumir ocasionalmente, mas muitas vezes sem referências minimamente sólidas do que são alimentos orgânicos. Assim, estes consumidores mal informados escolhem consumir produtos orgânicos (na visão deles) oriundos principalmente de fontes informais, sem nenhum dispositivo de reconhecimento de qualidade orgânica. Além disso, em alguns casos, houve até mesmo confusão entre alimentos orgânicos com hidropônicos.

Nestas circunstâncias, é possível afirmar há existência de dois tipos de mercados: um mercado orgânico formal, que se submete ao reconhecimento orgânico, seja por via de certificação ou OCS, e outro informal, que existe exclusivamente mediante a relação de confiança entre o vendedor e o consumidor, sem nenhum mecanismo regulador.



Essa dicotomia entre o mercado formal e informal de orgânicos passa despercebida pela maioria dos consumidores, que associam o orgânico apenas ao não uso de agrotóxico, ignorando os outros aspectos envolvendo a produção orgânica.

Dessa forma, o nível de informação sobre orgânicos associado à forma de confiança preferida pelos consumidores geram uma diversidade de situações. Há aqueles que confiam nos métodos de reconhecimento orgânico, enquanto outros preferem depositar sua confiança exclusivamente nas relações interpessoais, como o caso de um consumidor:

"no país como o nosso que se duvida da credibilidade de tudo, no momento que você acessa o produtor, eu acho que você tem certeza da garantia do produto" (Entrevistado nº 70, 31 anos, eng. agrônomo)

Aqui é claro a valorização das relações interpessoais em detrimento da confiança na certificação orgânica. Este ponto é fundamental para a sustentação do mercado informal: uma confiança irrestrita nestas relações e muitas vezes até mesmo uma negação dos mecanismos formais.

Estes casos não são isolados. Na survey, 47 (10,4%) dos interlocutores alegaram haver uma falta de confiança na procedência/certificação. A mesma situação foi encontrada nas entrevistas, onde tanto as feiras quanto os mercados foram alvos de desconfiança.

Em nossas interlocuções de pesquisa, muitos feirantes mostram preocupação com casos de fraudes envolvendo orgânicos, o que prejudica a confiança depositada pelos consumidores nas feiras. De fato, muitas pessoas olham orgânicos com certa desconfiança: uma das entrevistadas (nº 78), por exemplo, quase não consumia orgânicos, pois seus pais acreditam que "orgânico no Brasil é uma farsa, vou pagar caro para uma coisa que é mentira". Portanto, é incontestável que fraudes potencializam os prejuízos para a imagem da produção orgânica.

Um último exemplo de como esta relação entre informação e confiança se manifesta foi observada nas feiras de transição agroecológica. Como indicado na legislação municipal (SOROCABA, 2018), as feiras orgânicas visam o desenvolvimento da agricultura orgânica no município e por esta razão permitem que agricultores em processo de transição participem das feiras, mesmo sem o reconhecimento orgânico. De fato, essa permissão estimula os agricultores a se tornarem orgânicos, permitindo que acessem as feiras. Contudo, a situação se torna peculiar: em um mesmo local há o suporte ao mercado formal e informal de orgânicos simultaneamente. Cria-se assim, uma situação onde as feiras de transição acabam validando o mercado informal no mercado formal. Esta problemática passa muitas vezes despercebida, mas não para todos os consumidores:



" as bancas que não tem certificação e acabam vendendo como produto orgânico, aí você fica naquela dúvida, será que é, será que não é? Esse também é um dos problemas, por isso acabamos comprando só daquelas pessoas que conhecemos, que temos certeza que é (orgânico), por isso acabamos comprando uma variedade reduzida, porque aquelas pessoas só têm aqueles produtos" (Entrevistada nº 82, 52 anos, funcionária pública).

Seu marido, manifesta a propósito o seguinte incômodo:

"inclusive eles praticam o preço de orgânico, mas não tem certificação, isso é um problema, porque são eles que tem a maior variedade, você fica preso nos mesmos produtos, porque não confia no outro (...) gera uma dúvida e você acaba não comprando" (Entrevistado nº 83, 61 anos, aposentado).

Estes casos, por mais que incomuns, expõe uma problemática antes invisível das feiras de transição agroecológica. Contudo, não é possível avaliar se, a longo prazo, estas feiras serão benéficas ou prejudiciais a comercialização de orgânicos: para tal averiguação, serão necessários estudos mais aprofundados no tema. Considerando os dados de nossa pesquisa, é evidente que há uma descrença e/ou um desconhecimento da necessidade do reconhecimento orgânico. Apenas uma parcela dos consumidores reconhece a importância do mesmo. Dessa forma, há espaço para que um mercado informal se sustente, valorizando mais as relações de confiança do que o mecanismo de reconhecimento orgânico.

A existência desse mercado informal é controversa por si só. Por um lado, os alimentos podem até mesmo seguir as premissas orgânicas, mas por outro, podem ser apenas uma dissimulação para acessar um nicho de mercado que está disposto a pagar por um alimento de maior qualidade. Existem diversas possibilidades a serem consideradas neste ponto: um agricultor orgânico que não possui recursos para certificação, produtores que não tem clareza do que é a produção orgânica e até mesmo atravessadores abusando da confiança dos consumidores. Em todo caso, estas nuances acabam gerando confusão e dúvida que deveriam ser resolvidas pelos mecanismos de reconhecimento de orgânicos. Mas devido à falta de informação sobre estes dispositivos, as incertezas acabam permanecendo.

Considerações finais

As relações de confiança entre produtores/feirantes e consumidores é um ponto muito presente, mas não exclusivo, das feiras orgânicas. Esta relação cumpre um importante papel de socialização e manutenção da cultura local. Contudo essa mesma relação, acaba abrindo brechas para uma divisão entre mercado formal e informal de orgânicos. Esta divisão prejudica a confiança nos mecanismos de reconhecimento orgânico. Nesse sentido, torna-se fundamental



a conscientização sobre a importância do reconhecimento orgânico, seja ela por certificação ou OCS.

Referências bibliográficas

AGOVINO et al. Good Taste Tastes Good. Cultural Capital as a Determinant of Organic Food Purchase by Italian Consumers: Evidence and Policy Implications. **Ecological Economics**, v. 14, p. 66–75, 2017.

BRASIL. **Lei nº 10.831**, 23 de dezembro 2003. Dispõe sobre a agricultura orgânica e dá outras providências. Brasília, DF, dezembro, 2003.

ESTEVE, E. V. **O negócio da comida**: quem controla nossa alimentação? 1º Ed. Expressão Popular, São Paulo/SP, 2017, 269p.

FANTINI, A. et al. Agroturismo e Circuitos Curtos de Comercialização de Alimentos Orgânicos na Associação “Acolhida na Colônia” – SC/Brasil. **RESR**, v. 56, n. 03, p. 517–534, set. 2018.

GODOY W. I.; SACCO DOS ANJOS, F. A importância das feiras livres ecológicas: um espaço de trocas e saberes da economia local. **Rev. Bras. Agroecologia**, Vol.2, N.1, fev. 2007.

SOROCABA (Município). **Lei nº 11.743**, de 6 de julho de 2018. Regulamenta a realização de feiras do produtor rural orgânico e de transição agroecológica e dá outras providências. Diário Oficial do Município de Sorocaba. 7 de julho de 2018.