



Feiras agroecológicas online como estratégia na manutenção da renda no campo e alimentação saudável na cidade em tempos de pandemia
Online agroecological farmers' markets as a strategy for maintaining income in the countryside and healthy eating in the city in times of pandemic

SOUZA, João Henrique de¹; UEMATSU, Melissa Harumi²; ALMEIDA, Rosemeire Aparecida de³

¹ UFMS, joao.henrique@ufms.com.br; ² UFMS, harumi.uematsu@ufms.br; ³ UFMS, rosemeire.almeida@ufms.br.

RESUMO EXPANDIDO TÉCNICO CIENTÍFICO

Eixo Temático: Campesinato e Soberania Alimentar

Resumo: O objetivo deste trabalho foi apreender sobre o processo de funcionamento online da feira agroecológica do Assentamento 20 de Março e analisar a percepção dos consumidores-apoiadores (CA) acerca dessa experiência, realizada via Projeto de Extensão (PE) durante a Covid-19. Assim, o PE se manteve ativo ao digitalizar o sistema de compras da feira de forma online utilizando a plataforma CognitoForms, gerando renda para o assentado no campo e acesso aos alimentos agroecológicos aos moradores da cidade. Trata-se de uma pesquisa descritiva, de método misto-qualitativo, com aplicação de questionário online, totalizando 40 respondentes. Conclui-se que, em 2020, foram cadastrados 117 CA, sendo a maioria mulheres, na faixa etária de 43 anos. As respostas apontam que os CA consideraram estratégica a iniciativa do PE de feira online na Covid-19, relatando mudanças em seus hábitos alimentares ao optar por alimentos agroecológicos de qualidade, com preços acessíveis, de acesso e entrega facilitados.

Palavras-chave: agricultura familiar; assentamento; canais curtos de comercialização; transição agroecológica; covid-19.

Introdução

Uma das modalidades que ajudou a população brasileira a driblar, durante a Covid-19, o desafio de manter uma alimentação saudável no ambiente urbano foi a comercialização de alimentos advindos da agricultura familiar, além de projetos de hortas comunitárias e de alimentação escolar (FAO et al., 2021). Assim, cabe destacar o papel dos agricultores familiares que, passando pela mesma doença e tendo igualmente perdas, atuaram diversificando os canais de comércio na cidade em meio a epidemia da Covid-19. Ou seja, resistiram mantendo a comercialização urbana de alimentos saudáveis de qualidade, livre de agentes químicos e a preços justos em contraponto aos produtos comercializados à base de agrotóxicos e de alta especulação inflacionária.

O problema de pesquisa a ser respondido é: A feira agroecológica online foi percebida pelos consumidores-apoiadores como estratégica na manutenção da alimentação saudável em tempos de pandemia? O objetivo central da pesquisa é apreender os benefícios da compra de alimentos agroecológicos por parte dos consumidores-apoiadores do Projeto de Extensão Agroecologia e Organização do



Consumo: Feiras e grupos de consumos em Três Lagoas/MS (online e presencial), no período 2020-2021 (ALMEIDA, 2021).

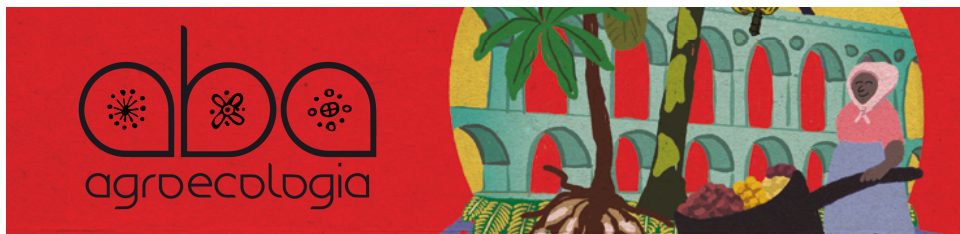
O presente artigo marca um diferencial em relação às demais bibliografias, uma vez que busca dar continuidade as investigações, todavia inovando ao analisar os resultados alcançados pelo projeto de extensão. Tendo como foco o período de transição do projeto, com o fim do uso das plataformas online e a retomada das ações presenciais na UFMS/Campus de Três Lagoas, num cenário pós-vacina/pós-pandêmico iniciado em 2022. Neste sentido, usa-se os dados de um novo questionário de avaliação da satisfação dos consumidores-apoiadores nesses dois anos de uso das plataformas digitais de comercialização, posicionando a relevância da parceria dos projetos institucionais da Universidade envolvidos na ação, a saber: extensão, pesquisa e Programa de Educação Tutorial. Portanto, este artigo caminha na direção de pensar a contribuição destas ações para a transição dos agricultores do método convencional de cultivo para a Agroecologia, bem como no apoio aos assentados no contexto pré-pandêmico, pandêmico e Pós-Pandêmico.

Entende-se que analisar esta experiência tem relevo social na medida que a participação no processo de transição agroecológica, e na implementação de canais curtos de comercialização da agricultura familiar, na cidade de Três Lagoas/MS, permite entender os meandros da reprodução da agricultura familiar na região do Bolsão Sul-mato-grossense, região localizada no estado de Mato Grosso do Sul, por meio da análise do assentamento 20 de Março, oriundo da luta pela reforma agrária. Por outro lado, são conhecidas as dificuldades práticas para a comercialização dos alimentos produzidos pelas famílias assentadas frente ao esfacelamento de políticas públicas para o campo, situação agravada na pandemia.

Academicamente contribui também ao relatar as experiências vividas por acadêmicos, consumidores-apoiadores e assentados, bem como ao registrar, aprofundar e expandir os conhecimentos agregados nesse processo de adaptação da comercialização da feira presencial para os canais curtos na modalidade online. Experiência essa que poderá nortear políticas públicas em potenciais eventualidades como a da Covid-19, tornando o processo de adaptação mais elaborado, organizado, referenciado e menos traumático.

Metodologia

Para atingir o objetivo da pesquisa, qual seja, apreender os desdobramentos da Feira Online considerando a percepção dos sujeitos diretamente impactados, o caminho da pesquisa articulou revisão bibliográfica, análise histórica e aplicação de questionário estruturado online a fim de caracterizar os sujeitos (consumidores-apoiadores) e apreender suas avaliações do processo. O método misto foi adotado, com enfoque qualitativo, sendo a pesquisa definida como do tipo exploratória e descritiva.



Quanto aos sujeitos da pesquisa, os possíveis respondentes eram os 117 consumidores-apoiadores da cidade de Três Lagoas/MS e que participavam do grupo no aplicativo WhatsApp de nome Consumo Agroecológico, no ano de 2021.

O cronograma de aplicação do questionário com os respondentes contou com uma pergunta piloto referente ao Processo de Consentimento Livre e Esclarecido, contando com a participação de 60 consumidores-apoiadores, obtendo 14 respondentes que não concordaram e 46 respondentes que concordaram em receber o link do questionário no particular de seu número no WhatsApp. Assim, as respostas do questionário foram colhidas remotamente entre os dias 27 de outubro a 7 de novembro de 2021, totalizando 40 respostas válidas.

A elaboração do questionário teve base nos objetivos da pesquisa, no referencial teórico previamente estudado e nos diálogos tidos em conjunto com os demais membros responsáveis pelas ações de extensão. Assim, o questionário contou com 16 questões no total, sendo 12 questões fechadas e 4 questões abertas, sendo opcional a dimensão de sugestões e comentários. Posteriormente, os dados foram organizados por meio do software Excel.

Resultados e Discussão

A partir dos dados recolhidos, é possível fomentar debates acerca da caracterização destes respondentes para investigar quem são esses consumidores, qual o seu perfil de compra e outras características de avaliação descritas a seguir.

Em relação a idade dos consumidores-apoiadores da feira, obteve-se um total de 35% dos respondentes entre 30 e 39 anos de idade, enquanto 38% possuem entre 40 e 59 anos. Com base na análise, a idade média dos CA é de 43 anos, representando a faixa etária mais engajada no projeto.

Como observado por Mercadante e Almeida (2019), antes da pandemia de Covid-19 o público consumidor dos produtos da Feira agroecológica era majoritariamente formado por docentes, técnicos, discentes e funcionários terceirizados. Na presente pesquisa, notou-se, ainda, uma maior participação do mesmo nicho, sendo que 92% dos respondentes eram estudantes ou funcionários da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul. Estes resultados apontam a necessidade do projeto avançar além dos muros da universidade. Além disso, dos 40 respondentes, 37 possuíam ensino superior. Este número representa 93% do total de participantes da pesquisa.

Quanto à renda mensal dos consumidores, 15% dos participantes possuem renda de três a quatro salários-mínimos, enquanto para 73% esse valor passa dos quatro salários-mínimos. Apenas 10% alegam possuir renda que vai de um a dois salários-mínimos e um único respondente (2%) afirmou não possuir renda.



A pesquisa objetivou também entender o alcance da Feira junto à comunidade mais ampla, logo foi importante dimensionar, entre os consumidores-apoiadores respondentes, como essas pessoas conheceram o projeto. Os resultados mostram que 62% eram consumidores da Feira presencial da UFMS, enquanto 35% conheceram a Feira Agroecológica Online através de indicação de amigos. Apenas 3% dos respondentes conheceram o projeto através das redes sociais. Os números parecem indicar, novamente, a latente necessidade de maior divulgação e sensibilização quanto ao projeto.

Quanto ao conhecimento dos consumidores-apoiadores a respeito da identidade dos assentados-feirantes, 67% dos respondentes afirmam ter conhecimento que se trata de assentados da reforma agrária, enquanto outros 33% responderam que não conheciam a origem. Quanto aos hábitos de consumo dos respondentes, procurou-se entender a frequência de consumo, a média de valor da compra em reais e quantas pessoas, por residência, tinham acesso aos itens adquiridos na Feira. 50% dos respondentes afirmam consumir produtos da Feira semanalmente, enquanto 40% consomem quinzenalmente e apenas 10% dos respondentes realiza consumo mensal.

Em relação ao valor da compra em reais, 47% dos consumidores gastam, em média, de R\$ 20,00 a R\$ 40,00, outros 43% costumam realizar compras que vão de R\$ 41,00 a R\$ 70,00 e os outros 10% costumam realizar compras que custam R\$ 71,00 ou mais. 43% dos respondentes afirmaram que três pessoas em sua residência tinham acesso aos produtos agroecológicos da Feira, 35% afirmaram que somente duas pessoas consomem esses produtos, 20% afirmaram que mais de quatro pessoas tem acesso aos itens da Feira e somente 2% alegou que esses itens só chegam a uma pessoa da residência.

Outra questão importante levantada é a seguinte: os consumidores-apoiadores notaram mudança em seus hábitos alimentares guiada pelo consumo na Feira Agroecológica? À essa questão, 52% responderam positivamente, enquanto os outros 48% responderam negativamente. Aos que responderam positivamente, houve espaço para que explicassem como. Assim, duas das respostas selecionadas foram, a primeira: “Passei a me preocupar ainda mais com a procedência dos alimentos e consumir mais verduras e legumes” (RESPONDENTE 1, 2022). Por fim, a segunda: “Como mais verduras. Consumo mais tomates, pimentão, por saber que não tem agrotóxicos” (RESPONDENTE 2, 2022).

Também foram questionados os participantes em relação ao nível de seu interesse quanto ao hortifrúti, indústria doméstica e criação caipira. Notou-se que o interesse nos itens de hortifrúti (90% - Sempre utilizado) é disparadamente maior em relação aos outros campos como Indústria doméstica (43% - Às vezes utilizado) e Criação caipira (47% - Nunca utilizado).

Investigou-se, ainda, o quão benéficas os respondentes consideram algumas características marcantes da Feira. Nota-se que a maior apreciação dos



consumidores-apoiadores é direcionada à produção livre de agrotóxicos, sendo considerada totalmente benéfica por 94% dos respondentes, a relação mais estreita entre o consumidor e o produtor (considerada totalmente benéfica por 75%) e a entrega em domicílio (considerada totalmente benéfica por 83%), também foram muito valorizados.

Quando questionado se seria viável manter a Feira Agroecológica Online em conjunto com a Feira Agroecológica Presencial, tendo em vista a percepção positiva da entrega feita na casa do consumidor-apoiador, o assentado-feirante Júlio Saito, presidente da associação de agricultores do Assentamento 20 de março, assim asseverou: “é inviável tendo em vista o grande percurso entre o assentamento e a cidade. [o percurso é de 43 km]. Soma-se o deslocamento no interior da cidade, logo o tempo gasto e o custo inviabiliza manter as duas modalidades de feira (EM ENTREVISTA, 2022).

Quadro 1. Percepção do benefício da feira agroecológica online

	Benefício total	Há vários benefícios	Indiferente	Há algum benefício	Não há benefícios
Produção livre de agrotóxicos	94%	4%	--	2%	--
Relação agricultor-consumidor	75%	18%	3%	2%	2%
Preço	30%	38%	13%	17%	2%
Qualidade	58%	35%	--	5%	2%
Comodidade de entrega	83%	15%	--	2%	--
Produtos de origem local	88%	10%	--	2%	--
Produtos de origem local	88%	10%	--	2%	--

Fonte: dados da pesquisa (2022).

Buscou-se entender, ainda, quais produtos eram requisitados pelos consumidores apoiadores. Assim, nota-se uma grande demanda por maior variedade de frutas (algumas delas sendo a melancia, banana, jabuticaba e pitanga), batata inglesa e itens da indústria doméstica, como leite fresco, manteiga (que já é oferecida quando há disponibilidade de ingredientes) e carne.

Outra questão levantada pela pesquisa foi quanto ao conhecimento dos consumidores a respeito da sazonalidade dos alimentos, sendo este um fator importante na produção, principalmente, dos itens de hortifrúti. 75% daqueles que responderam ao formulário alegaram perceber a influência da sazonalidade na disponibilidade dos produtos da feira, enquanto 25% responderam negativamente.

Apesar da percepção positiva da influência da sazonalidade nos alimentos disponíveis, o presidente da associação de agricultores do Assentamento 20 de Março, quando entrevistado, observou que, apesar dos itens de hortifrúti, como a



alface, estarem em época de safra no inverno, este é o período com menor procura desses alimentos pelos consumidores-apoiadores. Ressaltando que o tema ainda precisa de maior debate para conscientização do consumidor.

Conclusões

Conclui-se que na percepção dos consumidores-apoiadores a feira agroecológica online foi estratégica para a manutenção da alimentação saudável durante a Covid-19. Dentre os detalhes que mais chamam atenção estão a contribuição para mudança de seus hábitos alimentares, a relação de escolha de alimentos agroecológicos pelo seu preço acessível, o acesso seguro e facilitado - via entrega domiciliar e, por fim, a avaliação positiva da qualidade desses alimentos.

Durante a maior crise da atualidade em termos sanitários, o projeto de extensão universitária permitiu aos assentados movimentar uma renda média mensal de doze mil reais dividida entre os agricultores de acordo com a sua participação na feira, entre 2020 e 2021, e contribuiu, com dignidade e esperança, para a continuidade da luta pela permanência na terra via resistência dos assentados-feirantes em Três Lagoas-MS. Deste modo, efetivou a construção de uma transição agroecológica que possibilita a soberania alimentar no campo e na cidade.

Os possíveis limites da ação de extensão relacionam-se com a dificuldade de retorno dos questionários, sendo que a própria situação de pandemia de Covid-19, e necessidade de distanciamento social, impunha barreira para criação de outras estratégias para participação mais efetiva dos consumidores-apoiadores.

Referências bibliográficas

ALMEIDA, Rosemeire A. de. Agroecologia e Organização do Consumo: feiras e grupos de consumos em Três Lagoas/MS (online e presencial). **Projeto de Extensão**. EDITAL N° 34/2021 - EXT - UFMS/PROECE, 2021.

FAO et al. **The State of Food Security and Nutrition in the World 2021**. Transforming food systems for food security, improved nutrition, and affordable healthy diets for all. Rome, FAO, 2021.

MERCADANTE, Patrícia T. M.; ALMEIDA, Rosemeire A. Reforma Agrária e Transição Agroecológica: Experiências de Sustentabilidade no Assentamento 20 de Março em Três Lagoas/MS. **REVISTA NERA**, n. 49, p. 111-139, 2019.