



Perfil dos consumidores de feiras agroecológicas na Paraíba em tempos de pandemia de COVID-19

Profile of consumers at agroecological fairs in Paraíba during the COVID-19 pandemic

MARINI, Fillipe Silveira¹; MENDES, Moisés Paiva da Rocha¹; MORAIS, Fernando Ferreira de¹; ARAÚJO, Sueila Silva¹

¹Universidade Federal da Paraíba, fsmarini@academico.ufpb.br;
mendes_agroecologia@hotmail.com; fernando.morais@academico.ufpb.br;
sueila.araujo@academico.ufpb.br

RESUMO EXPANDIDO

Eixo Temático: Sistemas Agroalimentares e Economia Solidária

Resumo: Esse estudo teve o objetivo de caracterizar os consumidores agroecológicos na Paraíba durante a pandemia de COVID-19. A pesquisa realizada foi de caráter qualitativo e quantitativo. Teve como campo experimental seis feiras agroecológicas distribuídas em três regiões do estado da Paraíba, em cinco municípios, sendo duas feiras na região da Zona da Mata; duas no Agreste e duas no Sertão. Foram aplicados 124 questionários com os consumidores. As questões levantadas foram sobre o perfil socioeconômico, das motivações para o consumo, hábitos e preferências. Observou-se que a renda e escolaridade estão correlacionadas a regionalidade das feiras no estado. Os consumidores preferem os alimentos orgânicos pelo hábito de saúde e que, entretanto, não conhecem a feira como certificada, mas confiam na procedência do alimento. Assim, é importante investir numa maior divulgação e visibilidade das feiras agroecológicas, assim como de sua metodologia e legalidade do trabalho para que o consumidor tenha as informações necessárias para o bom entendimento do processo produtivo.

Palavras-chave: agricultura familiar, agroecologia, desenvolvimento local, feira livre.

Introdução

A pandemia do COVID-19 teve repercussões de diversas formas na agricultura familiar e na vida da sociedade. Em decorrência dos decretos municipais impedindo a abertura das feiras houve diversos problemas econômicos e sociais devidos, principalmente, ao fechamento do transporte público e ao deslocamento de pessoas. Assim, foram necessárias estratégias locais para mitigar esses efeitos negativos (ZANINI e FARIÑA, 2021).

O circuito curto de comercialização é uma das principais ferramentas de comercialização e consumo dos alimentos produzidos por agricultores familiares, geralmente com preço justo para os agricultores e também para os consumidores, pelo fato de tirar do atravessador essa comercialização, possibilitando que o produto



chegue ao consumidor final com um preço mais barato e sendo mais bem pago ao agricultor que produziu o alimento.

O circuito curto de comercialização é uma das principais ferramentas de comercialização e consumo dos alimentos produzidos por agricultores familiares. Assim, os consumidores que procuram valorizar os agricultores e os alimentos que são produzidos nesses sistemas de produção, encontram nas feiras agroecológicas um espaço que reforça a noção de autonomia e ao mesmo tempo proporciona uma maior participação dos consumidores e na escolha do que será produzido, diversificando a produção. Esse tipo de mercado se caracteriza pela comercialização da produção local, com característica comunitária e informal (DAROUT et al., 2013).

Para que as feiras agroecológicas possam atender à demanda da população por alimentos em quantidade e qualidade, faz-se necessário conhecer o perfil dos consumidores de alimentos orgânicos e o que os motivam ou os limitam no seu consumo. Os consumidores de produtos orgânicos não apenas compram esses produtos e os levam para suas casas, mas buscam também interagir e informar-se sobre os alimentos que estão consumindo (BARBOSA, 2007).

Além disso, informações sobre o perfil dos consumidores e previsões de mercado, também, favorecem o direcionamento de políticas públicas governamentais, de modo a promover o crescimento do setor de orgânicos e, por conseguinte, estimular a expansão da agricultura familiar no país.

O objetivo dessa pesquisa foi traçar o perfil dos consumidores de feiras agroecológicas na Paraíba.

Metodologia

A pesquisa foi realizada em seis feiras agroecológicas distribuídas em três regiões do estado da Paraíba. As feiras estão localizadas em cinco municípios, sendo duas feiras em João Pessoa (ECOSUL e ECOVARZEA), uma em Solânea, em Serraria, em Patos e Nazarezinho. As visitas às feiras e aplicação dos questionários ocorreram no período entre outubro de 2020 e abril de 2021.

Com relação à abordagem, o trabalho possui um carácter qualitativo (MINAYO, 2007) e quantitativo (PEREIRA et al., 2018). Assim, foram aplicados 124 questionários semiestruturados com consumidores que aceitaram respondê-los. As questões levantadas foram sobre o perfil socioeconômico dos consumidores em diversas regiões do estado da Paraíba, suas motivações para o consumo, hábitos e preferências.

Este trabalho seguiu todos os procedimentos éticos que atendem às normas da Resolução Nº 466, de 12 de dezembro de 2012, do sistema de Comitê de Ética e



Pesquisa – CEP-CONEP, deliberados pelo Centro de Ciências da Saúde da Universidade Federal da Paraíba (CCS/UFPB), através do parecer do processo nº CAAE 55764622.9.0000.5188 e parecer nº 5.428.988.

Resultados e Discussão

Ao realizar as visitas às feiras e as entrevistas aos consumidores foram verificadas que maioria dos consumidores de orgânicos na Paraíba é do gênero masculino (53%), enquanto a população feminina foi de 47%. Isso reflete que os homens agora também ocupam esse espaço da cozinha da casa, iniciando uma mudança na cultura de que só as mulheres se preocupavam com a saúde (CERVEIRA e CASTRO, 1999). Porém, em duas das seis feiras pesquisadas, as mulheres representaram a maioria dos entrevistados, que foi no caso de Nazarezinho e Patos, as duas localizadas no sertão do estado. Tais resultados sugerem que as mulheres ainda ocupam lugar de destaque na responsabilidade com a casa e com o preparo dos alimentos nessas regiões.

Nas feiras agroecológicas estudadas, os jovens representaram apenas 6%, enquanto que 70% foram de 30 a 60 anos entre os consumidores (Figura 1).

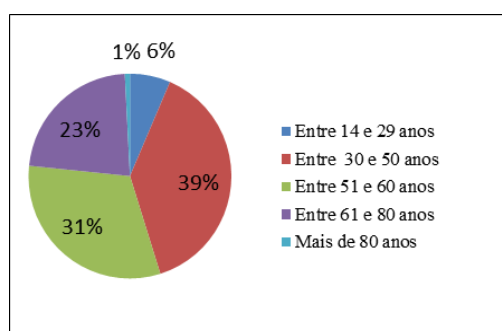


Figura 1. Faixa etária de consumidores de feiras agroecológicas na Paraíba.

O nível de escolaridade predominante entre os entrevistados das seis feiras foi o de Ensino Superior Completo (47%). A maioria dos consumidores com esse perfil está localizada nas feiras de João Pessoa, a capital do Estado. Entretanto, à medida que se vai interiorizando esse perfil muda e passa a ser do Ensino Fundamental. Nesse sentido, podemos perceber que na feira da ECOSUL chega a 81% e na ECOVARZEA 92% dos consumidores possuem o Ensino Superior Completo, enquanto que, em Nazarezinho, no sertão paraibano, chegou a 70% de consumidores do Ensino Fundamental Completo e 10% de analfabetos (Figura 2 e 3).

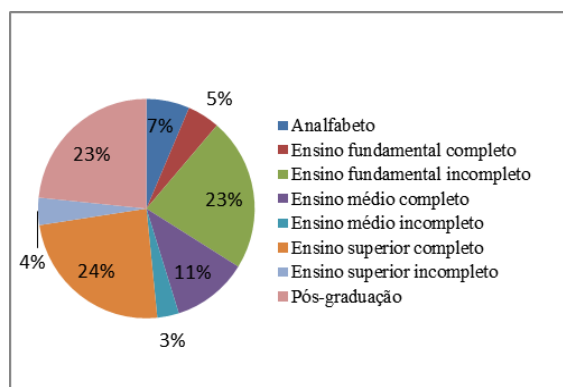


Figura 2. Escolaridade dos consumidores das feiras agroecológicas

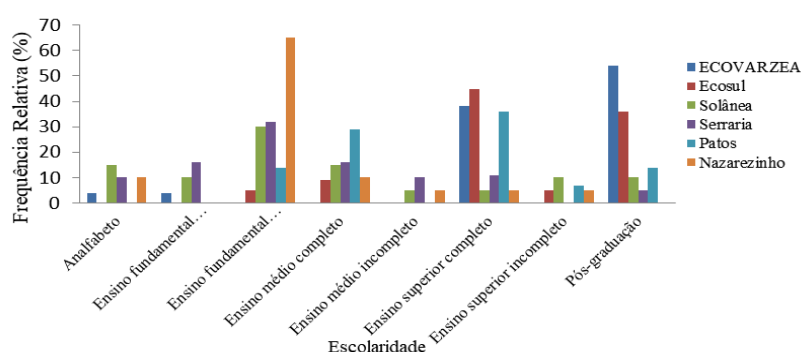


Figura 3. Escolaridade regional dos consumidores das feiras agroecológicas

Em relação à renda, podemos observar que a renda familiar mensal para 54% dos consumidores é de até dois salários mínimos. Esse comportamento está correlacionado ao grau de escolaridade dos consumidores. Os consumidores que moram em João Pessoa possuem os maiores salários, enquanto que nas feiras do interior do estado observaram-se os menores valores (Figura 4 e 5).

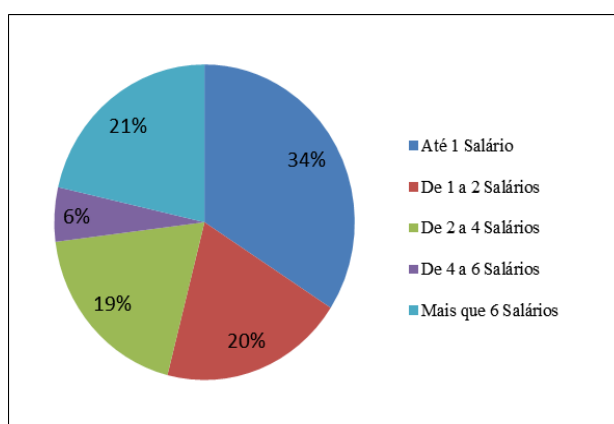


Figura 4. Renda dos consumidores das feiras agroecológicas

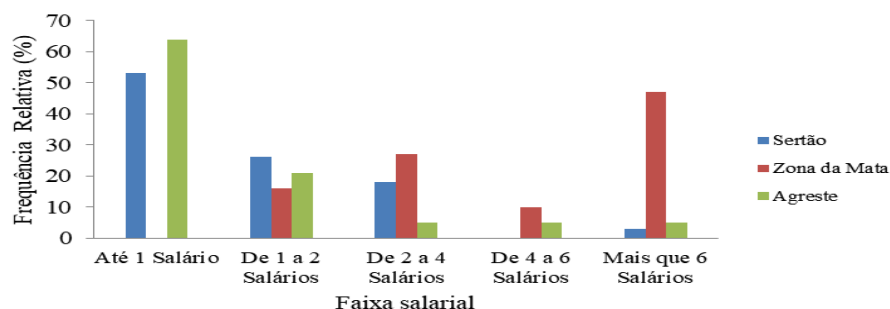


Figura 5. Renda dos consumidores de acordo com as diferentes regiões do estado

Foi observado neste estudo que o fator que mais motiva o consumidor de alimentos orgânicos foi o cuidado com a saúde (40%), sendo o segundo motivo o fato de não ter agrotóxicos e fertilizantes químicos em sua produção (23%) (Figura 6). Estes fatores, possivelmente, refletem a preocupação dos consumidores com os resíduos químicos que podem permanecer no organismo, o que pode sinalizar maior preocupação com a saúde pessoal, enquanto que a conservação ambiental só é considerada a principal motivação para 9% dos entrevistados.

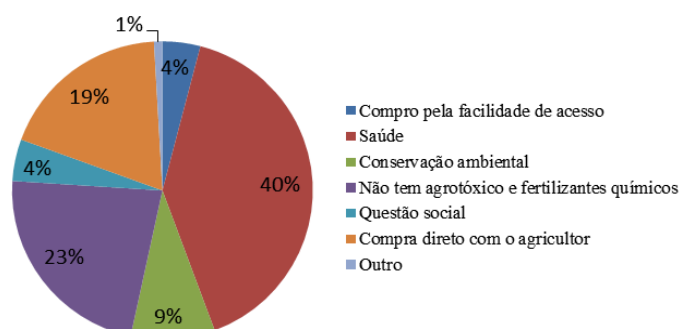


Figura 6. Motivação para o consumo de orgânicos das feiras agroecológicas estudadas

Na compra de alimentos a maior parte dos entrevistados, respectivamente, 36 e 17% citaram como hábito principal a compra em supermercados e mercadinhos, enquanto que somente 23 e 18% indicaram as feiras agroecológicas e feiras livres, sendo somente 3% compra pela internet. Isso ocorre devido à facilidade de encontrar supermercados em praticamente todos os bairros, assim como, a disponibilidade de mercados abertos quase que diariamente. Entretanto, a feira agroecológica é a preferida quando se fala em local para compra de alimentos orgânicos, com 59%, quando comparado, respectivamente, a 19; 11; 8 e 3% por supermercado, outras feiras, mercadinho e internet.

Outro ponto abordado foi o consumo diário de alimentos orgânicos. Nessa direção, 41% dos consumidores que afirmaram comer alimentos orgânicos todos os dias, enquanto os outros 55% disseram comer pelo menos uma vez por semana e o restante em momentos especiais.



Mesmo os consumidores alegando que comem alimentos orgânicos, 71% não sabem o que é de fato um alimento orgânico e somente 35% sabem que estão comprando alimentos em uma feira agroecológica certificada. Contudo, os 93% dos consumidores confiam na procedência, sinceridade, ética e da origem dos alimentos comprados nas feiras avaliadas. Assim, se observou que a qualidade dos alimentos, na percepção e observação dos consumidores foi, respectivamente, de 52; 46; 2 e 0% para excelente, boa, razoável e fraca. E para a diversidade de alimentos foi, respectivamente, de 12; 59; 25 e 4% para excelente, boa, razoável e fraca.

A feira agroecológica é muito mais do que um ambiente para comercialização de produtos orgânicos é, além disso, um ambiente de troca de experiências e saberes entre os agricultores e os consumidores, fortalecendo e resgatando as relações entre o campo e a cidade. Nicholls e Altieri (2020) ressaltaram que o papel dos consumidores é fundamental para incentivar a manutenção dos espaços solidários de comercialização, entendendo que comer é um ato político e ecológico. Assim, quando apoiam os agricultores locais, e não a cadeia alimentar corporativa, eles criam sustentabilidade e resiliência socioecológica.

Conclusões

Essa pesquisa trouxe uma avaliação dos perfis dos consumidores paraibanos nas feiras agroecológicas. Assim, verificou-se que a diferença de escolaridade e de salário dos consumidores está diretamente correlacionada a regionalidade do estado. Ao mesmo tempo em que a maioria busca o alimento orgânico para o aspecto de saúde e essa maioria não conhece o processo de produção. Entretanto, confiam na origem do alimento, em virtude do contato direto com os agricultores familiares. Assim, é necessário uma maior divulgação e visibilidade das feiras agroecológicas, bem como de sua metodologia e legalidade do trabalho para que o consumidor tenha as informações necessárias para o bom entendimento do processo produtivo.

Referências bibliográficas

BARBOSA, L. C. B. **A comercialização de produtos orgânicos como alternativa para a geração de sustentabilidade aos agricultores familiares**. Dissertação Mestrado (Universidade Federal de Alagoas). Programa Regional de Pós-Graduação em Desenvolvimento e Meio Ambiente. Maceió, 2007, 260p.

CERVEIRA, R.; CASTRO, M. C. Perfil socioeconômico dos consumidores de produtos orgânicos da cidade de São Paulo. **Boletim Agroecológico**, São Paulo, n. 12, p. 7, 1999.

DAROLT, M.R.; LAMINE, C.; BRANDEMBURG, A. A diversidade dos circuitos curtos de alimentos ecológicos: ensinamentos do caso brasileiro e francês. **Revista Agriculturas**, v. 10 n. 2, p: 8-13. 2013.

MINAYO, M. C. de S.; DESLANDES, S. F.; GOMES, R. **Pesquisa Social. Teoria, Método e Criatividade**. 21 ed. Petrópolis: Vozes, 2007. 108p.



NICHOLLS, I.; ALTIERI, M. **A agroecologia em tempos de covid-19**. Brasil de Fato, 4 jan. 2020. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2020/04/01/artigo-a-agroecologia-em-tempos-de-covid-19>. Acesso em: 16 jul. 2023.

PEREIRA, A. S., SHITSUKA, D. M.; PARREIRA, F. J.; SHITSUKA, R. **Metodologia da Pesquisa Científica**. [e-book]. Santa Maria: UAB/NTE/UFSM. 2018, 119p.

ZANINI, E. O.; FARIÑA, L. O. Impacto da pandemia nas atividades dos agricultores familiares da feira municipal de Cascavel – Paraná, Brasil. **Research, Society and Development**, v. 10. n. 9. 2021.