



Do consumidor ao agricultor: perspectivas do consumo responsável na consolidação do paradigma agroecológico

From consumer to farmer: perspectives of Responsible Consumption in the consolidation of the agroecological paradigm

CORRÊA, Caroline Bastos¹; AMARAL, Leticia da Silva²; AZEVEDO, João Marcos de Souza³; LIMA, Maria do Socorro B. de⁴; PEREIRA, Vanuza da Silva⁵

¹ Universidade Federal Fluminense, cbastos@id.uff.br; ² Universidade Federal Fluminense, amaralleticia@id.uff.br, ³ Universidade Federal Fluminense, jm_azevedo@id.uff.br ⁴ Universidade Federal Fluminense, mslima@id.uff.br; ⁵ Universidade Federal Fluminense, vanuzasilva@id.uff.br

RESUMO EXPANDIDO

Eixo Temático: Sistemas Agroalimentares e Economia Solidária

Resumo: Pensar nos rumos da sociedade é buscar formas de mitigar os impactos causados pelo modelo predatório de consumo praticado, sobretudo nos países do Norte Global. No que tange a alimentação, trilhar novos caminhos é retomar a prática ancestral, a comida de verdade e fortalecer, cada vez mais, a Agroecologia tanto na produção, quanto no consumo. E nesse sentido, busca-se compreender como os grupos de consumo organizados em redes sociais contribuem para a consolidação do paradigma agroecológico. Através da leitura do referencial teórico, da construção de banco de dados, categorização dos dados por experiências, elaboração de gráficos e mapa, foi possível observar que experiências agroecológicas estão cada vez mais divulgadas nas redes sociais, promovendo a participação da população em debates que, até então, restritos a alguns grupos da sociedade, fazendo plantar sementes agroecológicas em prol de uma sociedade melhor para todos.

Palavras-chave: agroecologia; redes sociais; instagram; circuitos curtos de comercialização.

Introdução

Após algumas revoluções, duas grandes guerras e a transformação do mundo pela tecnologia, inúmeras foram as mudanças no cotidiano da sociedade. Atualmente observa-se a Sociedade do Consumo, resultado deste processo, disseminada e à beira de um colapso. A alimentação, sempre reflexo de momentos históricos, foi uma das mais impactadas. Inserção massiva de alimentos ultraprocessados, perda da cultura alimentar regional e ancestral, padronização dos alimentos e da alimentação, são exemplos que ajudam a compreender o cenário atual. No Brasil, come-se menos, com menos qualidade e menos frequência. Dados da Rede PENSSAN (2022) demonstram que 125 milhões de brasileiros possuem algum grau de insegurança alimentar.

Nesse sentido, é urgente a necessidade de repensar as práticas de consumo, sobretudo alimentar, visando a construção de um novo paradigma de sociedade,



ambiental, social e economicamente mais justo e viável. Para isso, é necessário pensar naquele que impacta e é impactado diariamente: o consumidor, ou como Poulain (2011) descreve, o *mangeur* (comedor). Um ator com papel central na Sociedade do Consumo, o consumidor tem sido apresentado à novas formas de consumir, de forma mais engajada política e socialmente, acompanhando o processo de produção e consumo de forma responsável. O objetivo deste trabalho é compreender como a mobilização, através de redes sociais, em prol de formas alternativas de consumo, contribuem para a consolidação de um novo paradigma agroecológico de sociedade.

Metodologia

Para criar escopo teórico, a construção da metodologia desta pesquisa inicia-se com o referencial teórico. Buscou-se compreender o consumidor e os grupos de consumo através da perspectiva de diversos autores, como Portilho (2005, 2020); Poulain (2011); Santana et al (2020), Mascarenhas e Gonçalves (2018) e compreender o que se entende por Agroecologia como ciência, prática e movimento social (PETERSEN, 2022; ALTIERI, 2004; CAPORAL, 2011; SCHAPPO, 2021).

A partir disto, foi elaborado um banco de dados através da rede social *Instagram*, utilizando palavras-chave (Agroecologia, consumo sustentável e consumo responsável) em busca de perfis que estivessem atuando como um grupo de consumo alternativo. A escolha de tal rede social se deu por conta de seu enorme alcance, sendo a rede social mais usada no Brasil em 2023 (FORBES, 2023).

Com o banco de dados coletado, foi elaborado uma classificação para os perfis. Essa classificação levou em conta os conteúdos publicados pelas páginas, que foram checadas individualmente. As categorias criadas foram – Agricultura urbana, Agroecologia universitária, Agrofloresta, Alimentação, Associações e/ou movimentos sociais, Divulgação e formação, Economia Solidária, Venda direta, Feiras e/ou cestas agroecológicas, Loja Virtual Agroecológica, Permacultura e Turismo Agroecológico.

Com os dados coletados e organizados, foram elaborados, através do Power BI um dashboard com gráficos que quantificavam o número de seguidores (ou o alcance), as regiões e Estados onde estes perfis e experiências estavam localizadas e a quantificação deles.

Por fim, foi elaborado um mapa de localização destes perfis através do *software* Qgis.

Resultados e Discussão

Perfis mapeados



Através do Instagram foi possível mapear 88 perfis no intervalo de 1 semana, a maioria dos perfis possuem um número reduzido de seguidores, entretanto, ao analisar os comentários em publicações, foi possível observar que grande parte procura essas experiências por curiosidade, oportunidade de adquirir um produto artesanal, e principalmente, pela facilidade de compreender de onde esse alimento está vindo. Esses perfis foram encontrados através das palavras-chave supracitadas. Inicialmente foi observado um impedimento causado pelo algoritmo elaborado pela plataforma, isso porque este é geograficamente influenciado, e uma vez que as pesquisas foram feitas no Norte do estado do Rio de Janeiro, a tendência aponta que os resultados das buscas estarão mais próximos do município. Destes 88 perfis, 54,55% estão localizados na região Sudeste, sendo 21 no Rio de Janeiro, 17 em Minas Gerais e 9 em São Paulo, entretanto, no estado do Espírito Santo foi encontrado apenas 1 perfil.

As categorias que são mais presentes nessa região são as de divulgação e formação, com perfis voltados para compartilhar o saber agroecológico, palestras, cursos e ensinamentos, que conta com quase 80 mil seguidores, seguido de Permacultura, com 37 mil seguidores e venda direta, feiras e cestas agroecológicas, que possuem 18 mil seguidores.

A segunda região no que tange a quantidade de perfis, é a Nordeste, sendo a Bahia o estado com maior número de perfis mapeados (8). Seguida por Sul, Norte e Centro-Oeste.

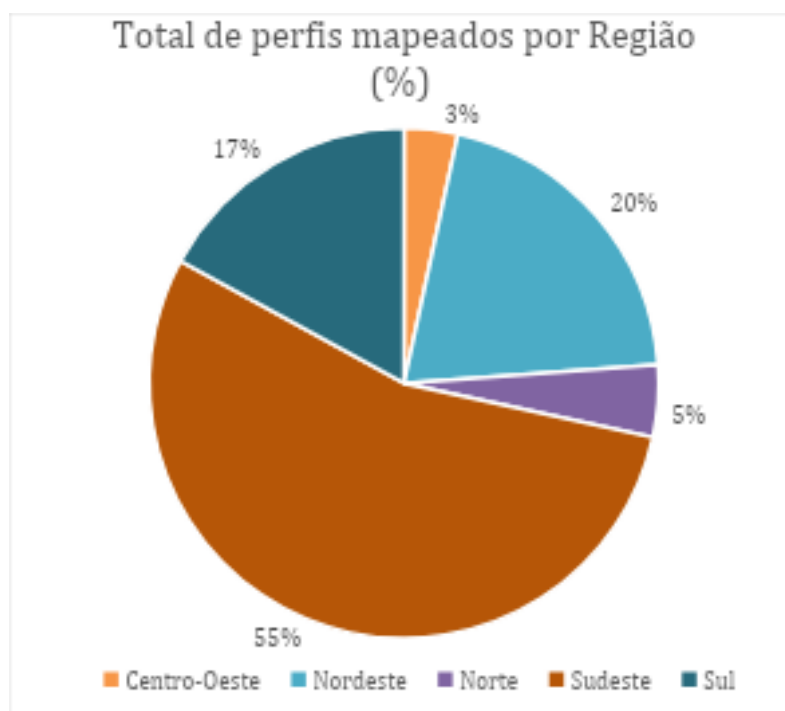


Figura 1 Localização regional dos perfis mapeados a partir dos dados coletados pelo Instagram

Fonte: Elaborado pela autora (2023)

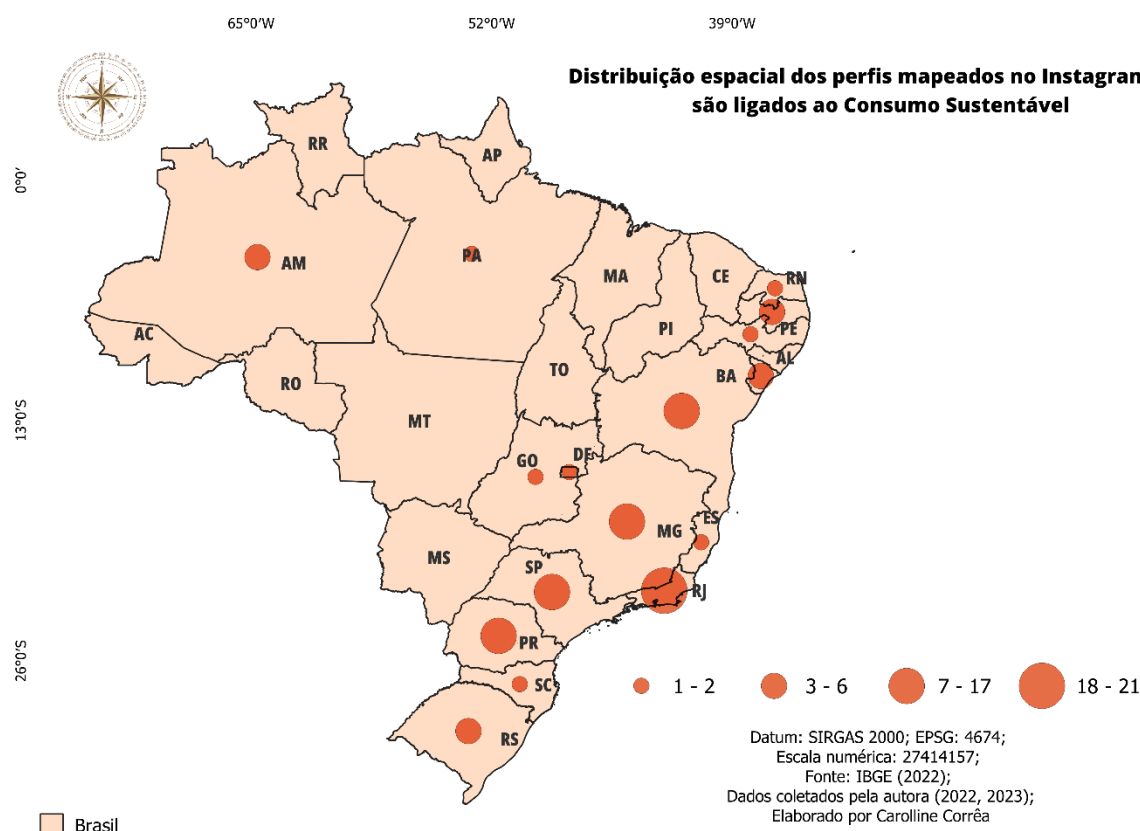


A sistematização destas informações demonstra como os debates a respeito do consumo responsável, estão cada vez mais extrapolando a bolha acadêmica e dos movimentos sociais, chegando a lugares que antes era impossibilitado. Pode-se observar que pelo menos 17 perfis foram criados no período da pandemia do Covid-19, o que aponta para como o momento histórico foi responsável pela promoção de práticas mais responsáveis de consumo.

Localização geográfica das experiências

A partir destes dados, foi elaborado um mapa com a distribuição espacial dos perfis por Estado.

Este mapa corrobora para a limitação que se tem por conta do algoritmo. Entretanto, pode-se analisar como estes perfis estão localizados, em sua maioria, no litoral do país, principalmente em áreas de grande densidade populacional, como o município do Rio de Janeiro.



Mapa 1 Distribuição espacial dos perfis mapeados no Instagram que são ligados ao Consumo Responsável

Fonte: Elaborado pela autora (2023)



Conclusões

Pode-se observar como o mundo tem alterado suas formas de consumir, buscando meios alternativos de consumo. O tema da agroecologia, está inserida cada vez mais no debate público, ganhando espaço na casa de pessoas que até então não a conheciam.

Durante a pandemia, observou-se o papel fundamental das redes sociais na promoção de formas de mitigar a Insegurança Alimentar no país através de campanhas de doação de alimentos, cozinhas comunitárias e almoços coletivos, além disso, é através dela que os grupos de consumo responsável estão resistindo e reinventando suas forças de atuação. Apesar de sua crescente, é possível observar que ainda há muito o que construir no que se refere ao vínculo entre agricultores e consumidores, pois, por mais que esses perfis estejam crescendo, observa-se uma baixa adesão desses consumidores, seja nas feiras, nas compras de cestas e até em participações em palestras e rodas de conversa.

Observa-se ainda o direcionamento do algoritmo criado pelas redes sociais, que correspondem as experiências de acordo com a localização geográfica, e por este motivo, é necessário reiterar que por mais que não tenham sido encontrado perfis em outros Estados, não significa que eles não existam. Percebe-se como as redes sociais surgem como um canal potencializador, conscientizando a população sobre questões sociais e políticas de grande importância. Além disso, apresenta à população novas formas de consumo e participação social através dos circuitos curtos de comercialização. E, por fim, é sempre importante reiterar a necessidade da inserção do paradigma agroecológico na agenda política do país, pois só assim, será possível uma transição para uma sociedade melhor para todos.

Agradecimentos

Agradecemos à PROGRAD/ProPet pelo financiamento de bolsas todos esses anos.

Referências bibliográficas

ALTIERI, Miguel. **Agroecologia: a dinâmica produtiva da agricultura sustentável**. 4.ed. – Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2004.

CAPORAL, Francisco Roberto. **Agroecologia: uma nova ciência para apoiar a transição a agriculturas mais sustentáveis**. In: CAPORAL, Francisco Roberto; AZEVEDO, Edisio Oliveira de. PRINCÍPIOS E PERSPECTIVAS DA AGROECOLOGIA. Paraná: IFF Paraná, 2011. cap. uma nova ciência para apoiar a transição a agriculturas mais sustentáveis, p. 83 - 111. Disponível em: <https://wp.ufpel.edu.br/consagro/files/2012/03/CAPORAL-Francisco-Roberto-AZEVEDO-Edisio-Oliveira-de-Princípios-e-Perspectivas-da-Agroecologia.pdf>. Acesso em: 15 jun. 2023.



GONÇALVES, Juliana; MASCARENHAS, Thais. **Grupos de consumo responsável no Brasil**: aproximando consumidores e produtores em redes agroecológicas e solidárias. In: PEREZZCASSARINO, J., TRICHES, R.M., BACCARIN, J.G., and TEO, C.R.P.A., eds. *Abastecimento alimentar: redes alternativas e mercados institucionais* [online]. Chapecó: Editora UFFS; Praia, Cabo Verde: UNICV, 2018, pp. 238-253. ISBN: 978-85-64905-72-6.

PETERSEN, Paulo. **Agroecologia**: prática, ciência e movimento em defesa da vida. REVISTA AGROECOLOGIA: PRÁTICA, CIÊNCIA E MOVIMENTO, Bahia, 2022. Disponível em: <https://sasop.org.br>. Acesso em: 21 jun. 2023.

POULAIN, Jean-Pierre. **Sociologias da alimentação**: os comedores e o espaço social alimentar. Conte: Florianópolis. Ed. da UFSC, 2004. 311p.

PORTILHO, Fátima. **Ativismo alimentar e consumo político** – Duas gerações de ativismo alimentar no Brasil. Redes , St. Cruz do Sul, v. 25, n. 2, p. 411 - 432, 2020. Disponível em: <https://online.unisc.br/seer/index.php/redes/article/view/15088>

PORTILHO, Fátima. **Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania**. São Paulo: Cortez, 2005, 255p.

REDE PENSSAN. **II Inquérito Nacional sobre Insegurança Alimentar no Contexto da Pandemia da COVID-19 no Brasil** [livro eletrônico]: II VIGISAN : relatório final/Rede Brasileira de Pesquisa em Soberania e Segurança Alimentar – PENSSAN. São Paulo: Fundação Friedrich Ebert, 2022.

SANTANA, Matheus Almeida Piau; GOMES, Almira Ferraz; BRITO, Anderson Dias. **Comportamento do consumidor universitário**: o consumo político e a sociedade de consumo. Temática, NAMID - Núcleo de Arte, Mídia e Informação Digital, do Curso de Comunicação em Mídias Digitais (DEMID/CCHLA/UFPB), ano XVI, n. 06, p. 227-243, 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/index.php/tematica/index>. Acesso em: 12 jul. 2023.

SCHAPPO, S. **Fome e insegurança alimentar em tempos de pandemia da covid-19**. SER Social, [S. l.], v. 23, n. 48, p. 28–52, 2021. DOI: 10.26512/sersocial.v23i48.32423. Disponível em: https://periodicos.unb.br/index.php/SER_Social/article/view/32423. Acesso em: 20 jun. 2023.