

ABREVIANDO DISTÂNCIAS ENTRE A ROÇA E O PRATO: o caso da Feira de Produtos Orgânicos de Belém

Nathalia Costadelle Pacheco¹

Aquiles Simões²

Resumo

O trabalho apresenta a Feira de Produtos Orgânicos de Belém como um caso de circuito espacial alimentar de cadeia curta, identificando os fluxos materiais e as relações entre os diferentes agentes neste contexto, a partir de revisão bibliográfica, entrevistas estruturadas e semiestruturadas e observação participante. Considera-se que este trabalho contribua para a caracterização do movimento de disseminação das feiras de venda direta, enquanto atividade econômica inserida em um novo sistema agroalimentar, orientado a partir da demanda, no âmbito de uma cadeia produtiva de base ecológica, cuja produção e consumo são fortemente caracterizados por valores sociais. Assim, acredita-se que o sistema alimentar, das etapas anteriores à produção até o consumo, pode ser construído de modo a criar benefícios ao pequeno produtor rural e ao consumidor urbano, e que a venda direta agrega valor e confere maior identidade e autonomia aos produtores, quando comparado com o comércio convencional.

Palavras-chave: Circuitos Alimentares de Proximidade, Feira de Produtos Orgânicos, Belém-Pará.

Introdução

Entendendo os sistemas agroalimentares enquanto uma arena com atores de interesses distintos, propõe-se o estabelecimento de circuitos de proximidade como alternativa para o desenvolvimento rural e para a qualidade de vida urbana. O estudo de caso que contextualiza a Feira de Produtos Orgânicos (FPO), em Belém, Pará, do ponto de vista histórico, institucional e das relações que esta forma comporta. Concluindo, em linhas gerais, que a partir dessa experiência, pode-se pensar em inovações sociais e institucionais para a construção de mercados que primem pela produção ecológica.

A industrialização capitalista reforça o projeto de modernidade que compreende uma separação do homem e da natureza. Ao se alimentar basicamente de produtos processados pela grande indústria a sociedade ocidental tende a perder as noções de sazonalidade e de ciclos, homogeneizando culturas. Quando se reaproxima as esferas da produção e do consumo, torna

¹ ncostadelle@gmail.com

² Universidade Federal do Pará

possível recriar esse fio que conecta sociedade e natureza, partindo do (re) conhecimento dos tempos de cada lugar e de outras particularidades territoriais que configuraram diferentemente cada circuito espacial dos alimentos.

Portanto, a partir da identificação da possibilidade dessa reconexão, apresenta-se a Feira de Produtos Orgânicos de Belém como um caso de circuito espacial alimentar de cadeira curta, identificando fluxos e os diferentes agentes no contexto da Feira de Produtos Orgânicos. Para isso, foram realizadas entrevistas de perguntas fechadas e abertas com consumidores, distribuídos entre as três edições da FPO: sábado na Praça Brasil; sábado na Praça Batista Campos; e quarta-feira na Praça Brasil, com o objetivo de obter maior diversidade entre o público entrevistado. Estas entrevistas permitiram uma visão acerca da fidelização da clientela, deslocamento, perfil e motivação desses consumidores. Além desses agentes, foram entrevistados uma representante da Secretaria Municipal de Economia (SECON) e produtores, dentre eles a presidente da Associação dos Produtores Orgânicos do Pará (Pará Orgânico). A técnica de observação participante foi fundamental para a obtenção de informações junto aos produtores, haja vista que muito mais pôde ser apreendido por meio de conversas com o gravador desligado, que com as entrevistas semiestruturadas. Acompanhá-los na feira exigia certa flexibilidade na abordagem, uma vez que estavam em horário e local de trabalho. As entrevistas marcadas para os momentos de menor fluxo eram comprometidas pela pressa em desmontar as bancas e fazer o balanço das vendas, decorrente do manifesto cansaço de quem madrugou para ali começar a comercializar sua própria produção às sete. Por isso, acabava por serem mais ricas em informações as conversas iniciadas informalmente, por vezes pela curiosidade mútua sobre o trabalho desenvolvido naquele momento, por outras pela interação típica da sociabilidade nos ambientes de feiras.

A Feira de Produtos Orgânicos de Belém

A feira, neste trabalho, aparece enquanto um nó que conecta, por meio dos fluxos de materiais e de todo conteúdo social que estes carregam, os espaços rural e urbano. Ressalta-se a importância da paisagem urbana na análise dos circuitos de proximidade; a origem da produção pode estar no rural - ou, como no nosso estudo de caso, em áreas intermediárias entre ele e o urbano (perirural/periurbano) -, mas, como dito, é a feira, na cidade, que comporta a experiência da troca material e simbólica; é a paisagem urbana que torna possível a associação

de materializações diversas de frações do tempo, corroborando também a diversidade dos comportamentos econômicos e sociais. É justamente essa diversidade que legitima a coexistência de mercados e circuitos espaciais da produção específicos, com suas racionalidades próprias. “Na cidade, para um mesmo bem e serviço, instalam-se diversos modos produtivos, várias modalidades de intercâmbio e múltiplas formas de distribuição e de consumo, segundo níveis de capital, de trabalho, de informação e de organização” (SANTOS, 2008, p. 308).

A Feira de Produtos Orgânicos é realizada em Belém por produtores da Associação de Produtores Orgânicos do Pará – Pará Orgânicos, e acontece semanalmente, das sete da manhã ao meio dia, nos dias de quarta-feira, na Praça Brasil, e em dias de sábado, alternando entre esta e a Praça Batista Campos. Também semanalmente, aos sábados, das nove horas da manhã às duas horas da tarde, produtores da Pará Orgânico comercializam seus produtos nas dependências de um *shopping center* voltado ao público de classe média alta, em Belém. Esta edição não entrou no estudo de caso, no entanto, acredita-se que o acesso restrito (*shopping*) e o horário incomum dão pistas sobre quem compõe essa demanda que vão em direção do consumo de orgânicos como *distinção social*.

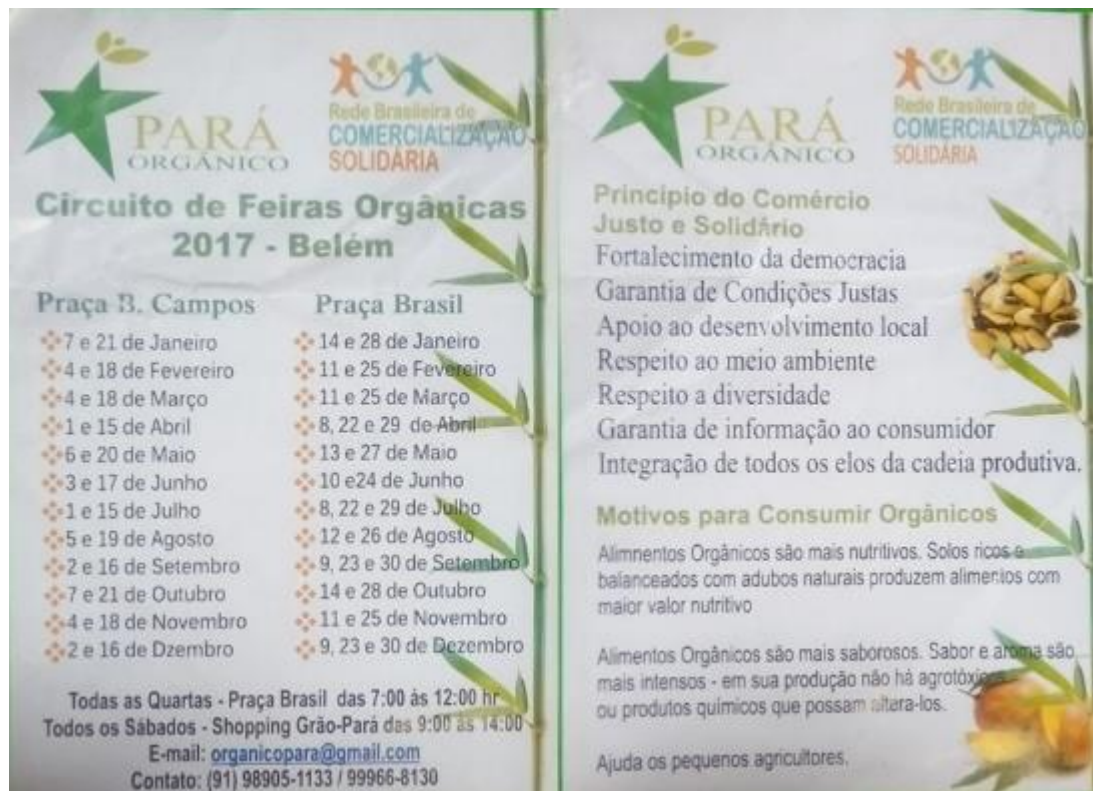


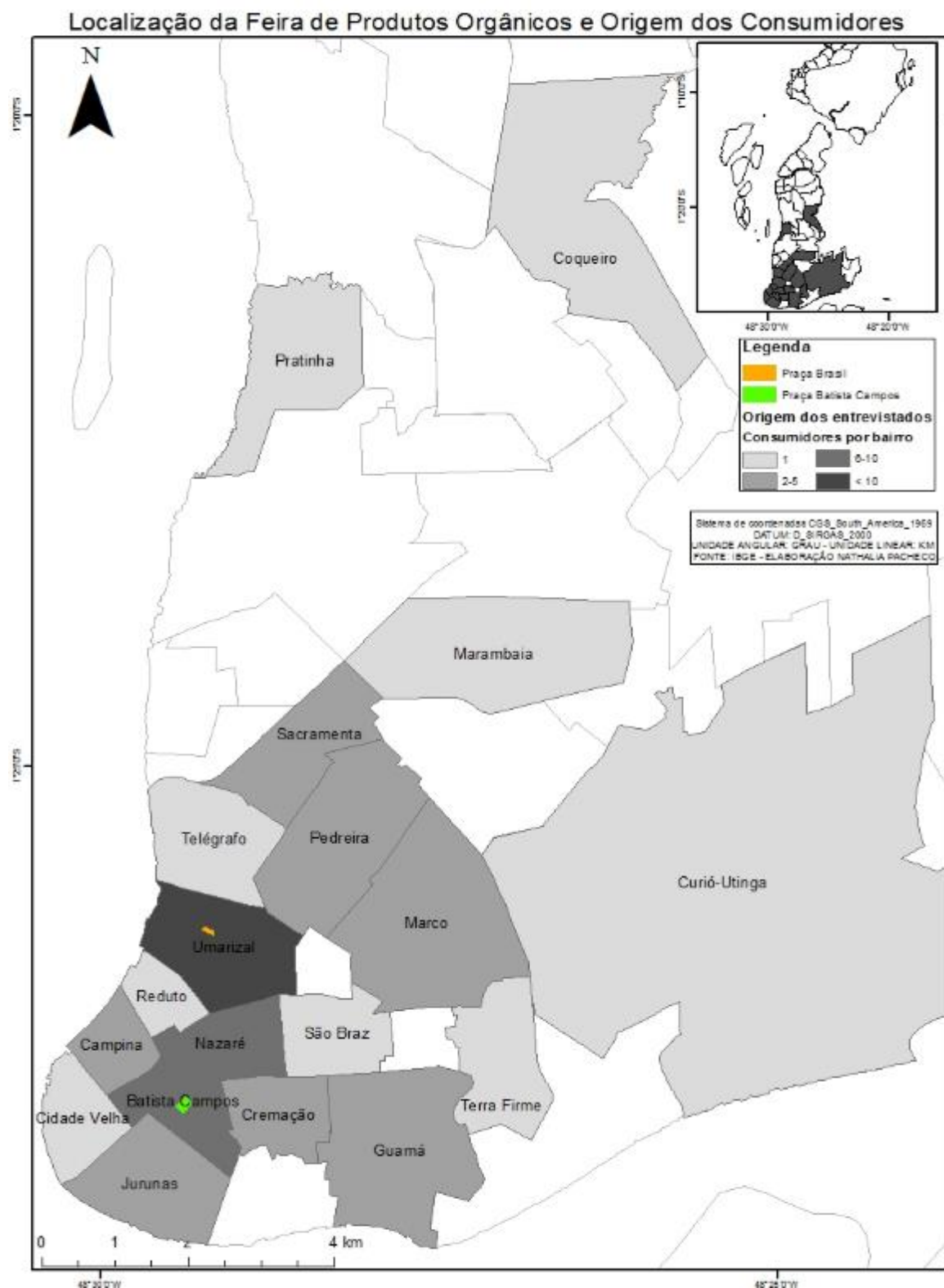
Imagem 1: Panfleto de divulgação da FPO – Belém

As feiras estão localizadas em bairros centrais, constituindo difícil opção para moradores da periferia, o que pode ser constatado no mapa temático a seguir (mapa 1), que traz a localização das feiras e mostra a concentração dos consumidores entrevistados nos bairros do Distrito Administrativo de Belém, região que historicamente exerce centralidade na dinâmica urbana do município de Belém, concentrando serviços e equipamentos urbanos. Fator que condiciona e é condicionado pelo perfil dos consumidores, demonstrando como uma vida sustentável na metrópole exige uma espacialidade menos desigual, caso contrário será privilégio de classe.

A experiência da FPO corrobora a literatura consultada (DAROLT, 2013) sobre circuitos curtos de venda direta, ou seja, baseada em regulamento que exclui atravessadores e que apontam que as feiras são concebidas e administradas por parcerias entre o poder público local, as associações de produtores e de consumidores, e as instituições de apoio à agricultura ecológica (empresas de extensão rural, universidades, institutos de pesquisa, organizações não governamentais). Logo, afirma-se que FPO se encaixa na caracterização genérica dos espaços de comercialização de produtos de cadeias curtas, constituindo uma espécie de tipologia onde é possível identificar todos esses elementos: produtos regionais; administração por meio de parcerias entre poder público e instituições de apoio ao desenvolvimento rural; certificação participativa; importância enquanto espaço de trocas sociais, culturais, de informações sobre alimentação e saúde.

Uma vez que a produção orgânica tenha se tornado alvo de apropriação da grande indústria agroalimentar, convém caracterizar a produção comercializada na FPO não apenas em termos do não uso de insumos químicos, mas como *produção ecológica* (DAROLT, 2013), uma vez que estão presentes os seguintes aspectos: pequenas áreas, mão de obra familiar, produção diversificada em menor escala, autonomia dos agricultores, ligação forte com o consumidor, preservação da biodiversidade, valorização da paisagem, da qualidade alimentar e da saúde. Situação que Abinael Miranda, um dos produtores, explica, sem poupar palavras. Sempre muito disposto à conversa, esclarece que a produção orgânica envolve a fertilização do solo através da compostagem e que nela o controle de pragas pode ser realizado com a combinação de plantas aromáticas, que funcionariam como repelentes naturais, e, orgulhoso, afirma que sua produção não é boa só para a saúde de quem consome, mas para o ambiente. Sua fala segura e empolgada chama atenção dos clientes, que aproveitam para tirar dúvidas

sobre o cultivo de ervas e hortaliças.



Mapa 1: Localização da FPO e bairro de residência dos consumidores entrevistado

A primeira edição da FPO foi realizada no dia 09 de novembro de 2007, na praça Batista Campos, como mobilização de agentes vinculados ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), à Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural (Emater), à Embrapa, à SECON e, à antiga Secretaria de Agricultura do Estado do Pará (SAGRI), hoje Secretaria de Desenvolvimento Agropecuário (SEDAP), a partir do contexto de criação da Comissão de Produção Orgânica do Pará (CPOrg³ – PA)⁴, em 2006, estabelecendo uma rede que conecta técnicos engajados, poder público, produtores, militantes da agroecologia e consumidores em geral (GUERRA *et al*, 2007; PARRY *et al*, 2013, informação verbal⁵).

Destaca-se que é fruto desta mobilização a própria Associação dos Produtores Orgânicos (Pará Orgânicos), que hoje conta com cerca de 30 associados e é registrada como Organização de Controle Social (OCS)⁶. A vinculação do produtor a uma OCS isenta o produto de conter o selo de qualidade expedido por auditoria externa⁷, mas também não permite rotulagem com vinculação à marca SisOrg. A venda, nesse caso só é permitida se for direta ao consumidor, à merenda escolar (através do PNAE) ou à CONAB (pelo PAA). Esse tipo de certificação concede ao produtor a responsabilidade de garantir a qualidade orgânica, porém, com instrumentos que permitam o acompanhamento pela sociedade. Para sua conformidade, não é relevante o número de membros que compõem a organização, desde que o controle seja exercido pela sociedade.

³ As Comissões de Produção Orgânica - CPOrg são fóruns compostos por representantes da rede de produção orgânica a nível estadual, que são divididos por entidades governamentais e não governamentais. A CPOrg se reúne regularmente e tem várias atribuições, atribuídas pela Instrução Normativa nº 54, de 22 de outubro de 2008, como, por exemplo, coordenar ações e projetos de fomento à produção orgânica, sugerir adequação das normas de produção e controle da qualidade orgânica, auxiliar na fiscalização, através do controle social, e propor políticas públicas para desenvolvimento da produção orgânica.

⁴ Atualmente, a CPOrg – PA é composta por entidades governamentais: MAPA, Comissão Executiva do Plano da Lavoura Cacaueira - CEPLAC, EMBRAPA, SEDAP, Universidade Federal Rural da Amazônia - UFRA, EMATER, Prefeitura Municipal de Belém - PMB, CONAB; e não-governamentais: Associação Novo Encanto de Desenvolvimento Agroecológico; Cooperativa Mista Agroextrativista do Tapajós, SEBRAE, Pará Orgânico, e Cooperativa Agropecuária de Benevides

⁵ Entrevistas concedidas à Nathalia Pacheco por representante do Departamento de Apoio à Produção da Secretaria Municipal de Economia e pela presidente da Pará Orgânico.

⁶ Segundo a alínea VIII do Art. 2 do Decreto Nº 6.323/07, a OCS é definida como "*grupo, associação, cooperativa ou consórcio a que está vinculado o agricultor familiar em venda direta, previamente cadastrado no Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, com processo organizado de geração de credibilidade a partir da interação de pessoas ou organizações, sustentado na participação, comprometimento, transparência e confiança, reconhecido pela sociedade.*".

⁷ Alguns produtores têm o selo de auditoria externa, mas como se trata de duas situações pontuais, que são resultado de trajetórias externas à discussão da FPO, optou-se por não destacar no trabalho essa situação.

Ao se cadastrarem como Organização de Controle Social, os produtores da Pará Orgânico assinaram um Termo de Compromisso comprometendo-se a atender aos princípios e diretrizes da produção orgânica preconizados no Decreto nº 6.323/07. Portanto, é exigida uma vigilância interna, entre os próprios membros, tornando a coletividade e a integração à associação, enquanto grupo, importantes para a manutenção da qualidade. Para o cadastramento como OCS, a associação precisou basicamente da declaração oficial de cada produtor comprovando a condição de agricultor familiar por meio da Declaração de Aptidão ao Pronaf (DAP), e formulários que relatem como se dão os controles interno e social sobre a produção e comercialização⁸. Com esse modelo de certificação, é reforçado que em uma economia de qualidade específica, como no caso da Feira de Orgânicos, faz-se necessários mecanismos de coordenação entre os diferentes elos da cadeia produtiva para a garantia da qualidade.

Nesse caso, a garantia está pautada na relação de confiança entre quem vende e quem compra. A identificação se dá através da Declaração de Cadastro, que deve estar à disposição do consumidor, e no caso da FPO é mantida em lugar visível na maioria das barracas, ainda que alguns consumidores nem a perceba. Foi o caso de dois consumidores entrevistados, na FPO da Praça Brasil, que se queixaram de não ter acesso a documentos, selos ou qualquer tipo de certificado que aumentassem a segurança sobre a origem do produto. Quando questionados sobre a declaração, surpresos, eles disseram nunca ter reparado no documento exposto e que, da mesma forma, desconhecem qualquer meio de fácil acesso que disponibilize informações confiáveis sobre a certificação desses agricultores. Na OCS, os produtores também autorizam a entrada dos órgãos de fiscalização, sempre que preciso, bem como que os consumidores visitem sua propriedade, a fim de verificar o que é e como é produzido. Com mais ou menos frequência os produtores entrevistados recebem visitas de consumidores, contudo seus relatos denotam o interesse em visitar o sítio muito mais voltado ao estabelecimento de uma sociabilidade, com base em relações de troca de experiências e convívio, com até certa ludicidade, do que à fiscalização *per se*.

⁸ O MAPA não estabelece um formulário padronizado para a descrição dos procedimentos, pois os meios de controle social sobre a produção e comercialização poderão variar entre os diferentes grupos e princípios agroecológicos utilizados. Entretanto, a descrição do controle social deve conter, no mínimo, a frequência de reuniões entre os membros; das visitas entre os membros das unidades de produção que são controladas pela OCS; as medidas para garantir a rastreabilidade dos produtos; e as providências tomadas pelo grupo quando algum membro não cumpre com as normas da produção orgânica acordadas.

Este ano completará 10 anos desde a primeira edição da Feira de Orgânicos. Para os consumidores que acompanham a feira desde o início, a relação com os produtores já está além do fornecimento do alimento, do lado dos produtores a lógica é a mesma. Tanto, que muitos já “relaxaram” e precisam ser cobrados pelos outros associados para que continuem devidamente identificados. Sobre o fato dos clientes não pedirem para checar a declaração da OCS, uma produtora diz que:

eles não são tão exigentes assim, e eu acho que deveriam, sabe. Porque isso aí também nos disciplina. Nós temos aqui alguns que ficam fugindo, que de vez em quando querem fugir da regra. Isso aqui [apontando para crachá], o certificado da OCS, nossas roupas, os aparatos da feira, isso tudo deveria ter, e nós já tivemos. Todo mundo tinha esse crachá aqui, a desculpa é que esqueceu, que não sabe onde tá, mas todo mundo ganhou o seu crachá. Ganhamos um banner, que cada um colocava na sua barraca e ficava escrito lá qual a localidade, o nome do produtor cadastrado... A gente vai pegar outro pela rede solidária nacional. A ajuda que eles dão é isso, eles não dão dinheiro, eles dão esse tipo de ajuda, de propaganda, banner, nossos calendários, eles que fizeram. Mas nossos clientes não são exigentes quanto a isso (informação verbal⁹).

“Desde o início da organização da Feira havia a pretensão de se ter uma representação da produção de orgânicos do Estado do Pará” (GUERRA, et al, 2007). Porém, uma feira, em Belém, que apresente um panorama da produção de orgânicos de todo o Estado sé inviável considerando as distâncias absolutas e relacionais num contexto amazônico, o que tem restringindo a feira aos usos de produtores da Região Metropolitana de Belém (RMB) e da mesorregião do Nordeste Paraense.

Os produtos que percorrem maior distância, são os de um apicultor, que tem sua produção (mel, própolis e pólen) localizada em São João de Pirabas, a uma distância média de 190 km até Belém. E dos agricultores da *Rede Bragantina de Economia Solidária*, que produzem (feijão, farinha, gergelim, ovos, frango abatido) em Santa Luzia do Pará, a cerca de 200 km da capital paraense. Evidenciando que alguns parâmetros internacionais para a definição dos circuitos curtos, como o estabelecimento de um raio menor que 100 km partindo do ponto de comercialização até a produção, não são aplicáveis à realidade brasileira, tampouco à da Amazônia.

Por se tratar de produtos orgânicos, a sazonalidade dos alimentos é um fator preponderante sobre a oferta, mas em linhas gerais pode-se listar a comercialização dos seguintes produtos: ervas frescas e hortaliças (acelga, alface, almeirão, cariru, cebolinha,

⁹ Entrevista concedida à Nathalia Pacheco, em fevereiro de 2017, por produtora da Pará Orgânicos.

chicória, coentro, couve, espinafre, hortelã, jambu, manjeriço, mostarda e vinagreira), frutas (banana, laranja, mamão, polpas congeladas e frutas da estação), raízes e tubérculos (açafrão-da-terra, batata doce, cenoura, gengibre, macaxeira), cereais e sementes (feijões, gergelim, milho), ovos de galinha e de pata, frango e pato congelados. Destaca-se também a comercialização das PANC (Plantas Alimentícias Não Convencionais), como a taioba, folha de amora, folha de algodão, moringa e outras. Apesar do maior volume de alimentos in natura, também são comercializados alimentos processados artesanalmente (Imagem 3), como farofa, bolo, biscoitos, pães, condimentos, molhos de pimenta, geleia de frutas, chocolates. Na FPO, ainda é possível encontrar mudas de hortaliças, de plantas ornamentais e medicinais, e adubo. Alguns produtores trabalham com cosméticos e compostos de ervas, óleo de copaíba e de andiroba, que são utilizados como remédios por consumidores que dizem não fazer da feira uma alternativa apenas ao supermercado, mas à farmácia. Durante as entrevistas, era recorrente pessoas que chegavam descrevendo seus sintomas e pedindo indicação de ervas, plantas em geral, para amenizar os eu mal, em uma delas um senhor apresentava seu amigo à produtora: “Explica para ele como preparar a folha do algodão. Ele tá com catarro no peito”.



Imagem 3: Produtos da FPO processados artesanalmente. Fotografia por Madylene Barata, 2017.

Entre os produtores existe uma diversidade de trajetórias e, num primeiro momento, o que os conecta são as relações com agentes institucionais representados nesse caso pelo MAPA, pela EMBRAPA, e pela EMATER, esta última, responsável, em parceria com SEBRAE, por terem capacitado alguns dos agricultores que hoje estão na feira (informação verbal). Enquanto alguns nasceram e cresceram em meio a produção ecológica e atribuem aos pais e avós o saber-

fazer do cultivo orgânico, uma agricultora afirma que ela e o marido, também agricultor, tiveram contato com agricultura orgânica por meio de uma revista:

A gente produzia só um tipo de produto, era só cebolinha, ficamos alguns anos só nisso. Aí a gente veio a conhecer a forma orgânica através de uma revista do Globo Rural, um amigo nosso botou na nossa mão e aí a gente se encantou, a gente achou maravilha. Era o certo para o lugar que a gente tinha comprado, para o sítio lá. [E teve assistência técnica?] Nenhuma, só mesmo lendo, pesquisando, perguntando... como dizem por aí, sendo autodidatas.

De modo geral, a pequena agricultura familiar costuma ter dificuldades de acesso ao mercado (BRANDENBURG, FERREIRA, 2008), podendo ter como causa a insuficiência de recursos – por estes recursos pode-se dizer de meios de produção e financiamento das atividades produtivas, conhecimentos técnicos ou terras suficientes e adequadas para desenvolver as culturas comerciais mais conhecidas – ou mesmo a falta de meios de comercialização, como escoamento da produção, acesso a preços compensatórios. No caso dos produtores, a consolidação da feira, com o estabelecimento de datas e lugares de referência para a comercialização, representou uma forma de contornar parte dessas dificuldades, proporcionando aumento da renda e a busca (e o encontro) de estratégias para aumentar a oferta e ainda continuar dando conta do trabalho.

A concessão de espaços públicos para a comercialização desses produtos implica a construção de novas territorialidades. Para Saquet (2010 p.129) “a territorialidade é o acontecer de todas as atividades cotidianas, constitui o território da vida de cada pessoa ou grupo social num determinado lugar”, é, pois, fundamental para a construção da identidade e para a reorganização da vida cotidiana. Ela se materializa no lugar e reflete dimensões culturais, políticas, econômicas e sociais.

Até 2011 os produtores contavam com o apoio da SECON para a realização das feiras. Até essa data, a secretaria disponibilizava o transporte e o depósito para materiais como cadeiras, barracas e bancadas que eram cedidas pelo MAPA; disponibilizava material para identificação, como faixas e banners; e, ajudava na divulgação das feiras, tanto em mídia, como pessoalmente, com a distribuição de folders e folhetos. A divisão de apoio à Produção da SECON lamenta ter tido que retirar o apoio por questões orçamentárias e de reformulação das atribuições do órgão, mas acredita que o trabalho realizado gerou bons resultados (informação

verbal)¹⁰. Com base na fala dos produtores e do próprio órgão, é possível depreender que essa retirada de apoio, acabou por representar mais autonomia e independência dos produtores em relação ao Estado, já que, apesar das dificuldades, estão conseguindo conduzir a feira, cuja demanda só aumenta, cada vez mais “com as próprias pernas”. Hoje, responsabilidade com a estrutura é toda dos produtores, “cada um coisa do seu”. Quando questionado de quem era essa responsabilidade, a resposta foi direta “Toda nossa, de chegar, se tiver sujo, arrumar, limpar, varrer, e sair e deixar tudo limpo. As barracas também, tudo nosso, montar, arrumar, levar” (informação verbal).

Atualmente, a contribuição da Prefeitura Municipal de Belém se limita à autorização do funcionamento da feira em via pública; no caso da SECON em relação à Feira de Batista Campos (que não acontece na área da praça, mas na calçada na rua dos Tamoios, entre as ruas Presidente Pernambuco e Padre Eutíquio) e da Secretaria Municipal de Meio Ambiente - SEMMA, na Praça Brasil. A ação de fiscalização do Departamento de Mercados, Feiras e Portos desta secretaria, auxilia indiretamente os produtores por fiscalizar e coibir a permanência de comerciantes infiltrados, que se aproveitam do *status* da feira para vender, mas que acabam pondo em risco a credibilidade dos produtores.

Sobre as parcerias atuais foi dito: “olha, praticamente estamos por conta própria. A gente depende da SEMMA e da SECON, que todo ano a gente tem que ir renovar a licença. Apoio do BASA, da SEDUC, que cedem espaço para algumas edições da feira, e de alguns particulares, como escolas, faculdades, que chamam para eventos”¹¹. Além dessas, foi citada também a parceria com a Rede Brasileira de Comercialização Solidária – Rede ComSol, que procurou a Pará – Orgânicos para oferecer apoio de *marketing* e divulgação. A Rede ComSol é uma cooperativa entre o Ministério do Trabalho e Emprego e União Brasileira de Educação e Ensino, executado pelo Instituto Marista de Solidariedade, em parceria com o Fórum Brasileiro de Economia Solidária, que tem por objetivo articular, organizar e animar uma rede constituída por empreendimentos econômicos Solidários comerciais (feiras permanentes, lojas e centros públicos de economia solidária) e como estratégia de fortalecimento da economia solidária e de arranjos econômicas de comercialização solidária com vistas à integração nacional das políticas

¹⁰ Entrevistas concedidas à Nathalia Pacheco por representante do Departamento de Apoio à Produção da Secretaria Municipal de Economia

¹¹ Entrevista condida à Nathalia Pacheco por representante da Pará Orgânico.

de comercialização e promoção do desenvolvimento territorial sustentável e a superação da pobreza extrema no âmbito do Plano Brasil Sem Miséria¹².

No que diz respeito à assistência técnica, atualmente, as respostas variaram entre os produtores entrevistados, por isso, optou-se por trazer a fala da presidente da Pará Orgânicos para contemplar a situação:

Esses órgãos só são presentes quando são solicitados, e, assim, esses órgãos são representados por cada município, cada município tem o seu representante. A pessoa solicitando, talvez eles vão lá dar uma assistência. Agora como associação, Pará Orgânico, já é mais difícil, a gente tem que ter da própria associação uma pessoa, como a gente já tá tendo. Já tem gente se formando aí, filho de produtor se formando em agronomia, essas coisas assim, mas também nós estamos tendo ajuda de alunos da UFPA, inclusive tem um que ganhou uma bolsa para o Rio [de Janeiro] (...) nunca ouvi falar que tenha aqui, ele vai ser engenheiro agrônomo mas voltado para agricultura orgânica, não ouvi falar que tenha aqui. Ele vai nos ajudar. Ele até veio nos falar, que os alunos da UFPA vão retomar, vão voltar para o projeto com a gente, essas formações que eles fazem que nos ajudam muito, eles dão umas boas dicas pra gente (informação verbal)¹³.

O papel da demanda é decisivo na estruturação dos circuitos alimentares de proximidade. O sistema agroalimentar tem se reestruturado sob o paradigma da qualidade e tem se orientado a partir da demanda construída em bases socioculturais. O surgimento de movimentos em busca de mercados ecológicos e solidários demonstra uma crescente insatisfação dos consumidores e produtores com as estruturas de mercado dominantes e seus efeitos em relação à segurança alimentar. Com a velocidade e alcance da informação no período atual, a confiança dos consumidores no sistema agroalimentar tem sido posta à prova a cada divulgação de escândalos no processo de produção da matéria-prima, como é o caso dos surtos do *mal da vaca-louca*, da contaminação por dioxina através do consumo da carne, dos envenenamentos por agrotóxicos, das incertezas quanto aos organismos geneticamente modificados; e, mais recentemente, nas etapas de transformação, como o uso cada vez maior de aditivos alimentares, açúcares refinados e gorduras trans.

O perfil dos consumidores entrevistados, suas motivações, e práticas reforçam mais o quadro da insegurança mencionada acima, do que a hipótese da construção deliberada de um mercado agroecológico a partir de um consumo fundamentado especialmente em bases éticas e políticas. Não se trata, pois, de um consumo entendido como manifestação política

¹² Informações do site do Grupo Marista, disponível em: http://marista.edu.br/ims/?page_id=811

¹³ Entrevista concedida à Nathalia Pacheco por produtor da FPO em fevereiro de 2017.

baseado em princípios ecológicos e sociais. O trabalho de Julia Guivant (2003) sobre o perfil de consumidores orgânicos é referência em apontar as peculiaridades deste setor. Ela cria dois conceitos para distinguir tipos ideais de consumidores, um motivado por questões de saúde individual (*ego-trip*) e estilo de vida focado no bem-estar, e outro cujas motivações estão mais ligadas a um senso de responsabilidade socioambiental (*eco-trip*). O caso dos consumidores da FPO corresponderia ao primeiro conceito.

A partir do gráfico 1, depreende-se que a FPO conta uma clientela relativamente fidelizada, já que mais da metade dos consumidores entrevistados afirmam comprar semanalmente. “Esporadicamente” é a categoria daqueles que não souberam informar uma regularidade na frequência ou que afirmaram intervalo maior que um mês entre uma ida e outra. Mais da metade dos entrevistados são frequentadores assíduos, que comparecem semanalmente. Categoria que inclui os que compram aos sábados, independente da Praça, ou que compra aos sábados e às quartas-feiras, apenas na Praça Brasil. Na categoria quinzenalmente, estão os consumidores que optam por comprar em apenas uma das praças. Entre os frequentadores assíduos, observamos o uso maior do carro como meio de transporte.

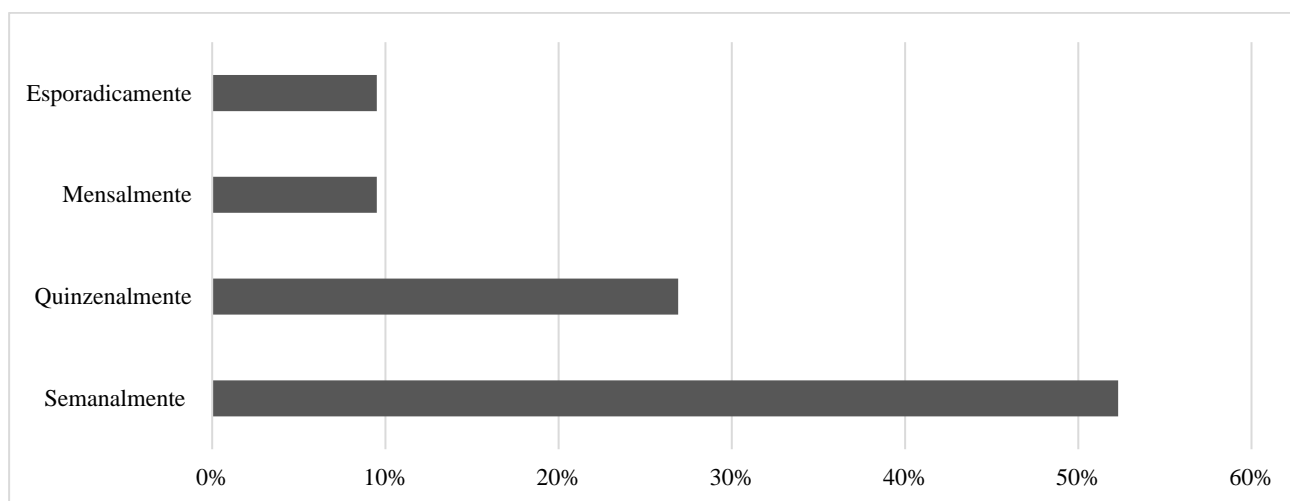


Gráfico 1: Frequência com que os consumidores entrevistados compram na FPO.

Sobre o deslocamento, como já mostrou o mapa 1, os consumidores se concentram na área central de Belém. Cerca de 65% dos entrevistados moram em bairros do Distrito Administrativo de Belém, que compreende os bairros de Batista Campos, Campina, Cidade Velha, Fátima, Marco, Nazaré, Reduto, São Brás e Umarizal. Historicamente é onde se concentram as atividades administrativas, de controle, e serviços especializados, além de ser amplamente ocupado por edifícios de alto padrão e residências de classes mais abastadas. Para

ir até a feira, usam, predominantemente (68%) carro particular, o que contribui à constatação da fragilidade do discurso ambiental entre esses agentes (gráfico 2).

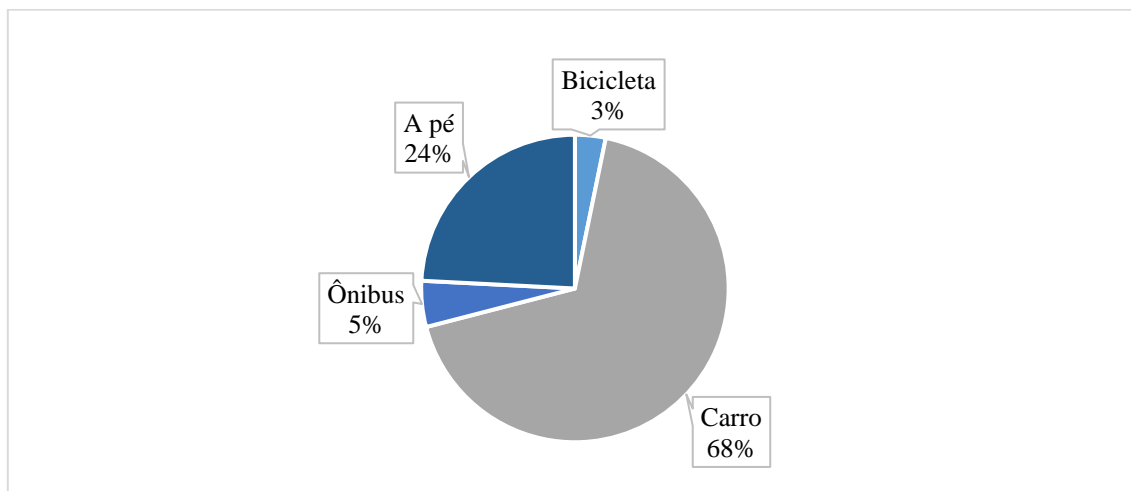


Gráfico 2: Meios de transporte utilizados pelos consumidores da FPO

Para entender as motivações na construção da demanda, partiu-se do comportamento de consumo, investigando hábitos alimentares e de compras. Para saber se está relacionado ao perfil descrito por Guivant (2003), em que as opções de consumo são moldadas por práticas que extrapolam a alimentação. Em linhas gerais, a maioria afirma ter uma dieta diversificada com o consumo de carne vermelha. A maior parte das restrições também não tem a ver com opções políticas ou questionamentos éticos, como no caso dos veganos¹⁴, mas sim com questões médicas, como hipertensão, diabetes e colesterol.

Os trabalhos de Brandenburg (2008) e Portilho (2009) também nos serviram de referência para descrever o perfil de consumidores de orgânicos. Nossa pesquisa, assim como a desses autores, constata o predomínio de pessoas altamente escolarizadas entre os consumidores (gráfico 3). O primeiro autor parte da interpretação de o nível de escolaridade alto proporcionaria percepção mais clara das relações estabelecidas entre a opção pelo alimento e as implicações fisiológicas, ambientais e sociais desta escolha. Durante o trabalho de campo, optou-se por não incluir perguntas diretas sobre o rendimento individual ou familiar dos consumidores, uma vez que estas, para serem eficientes, dependeriam de outras variáveis como

¹⁴ Ativistas da causa animal, que pregam a exclusão de produtos que tenham por origem a exploração animal, não só da dieta.

composição familiar, que alongariam o tempo de entrevista, preferencialmente curto, haja vista que a abordagem era feita na saída ou chegada desses clientes à feira. Assim, a caracterização desse consumidor se dá pela idade, escolaridade, motivação para o consumo de orgânicos e hábitos alimentares. Destaca-se que, além da maioria significativa dos consumidores ter nível superior completo, 20% destes graduados tem pós graduação, evidenciando o alto grau de escolaridade de parte significativa dos consumidores de orgânicos.

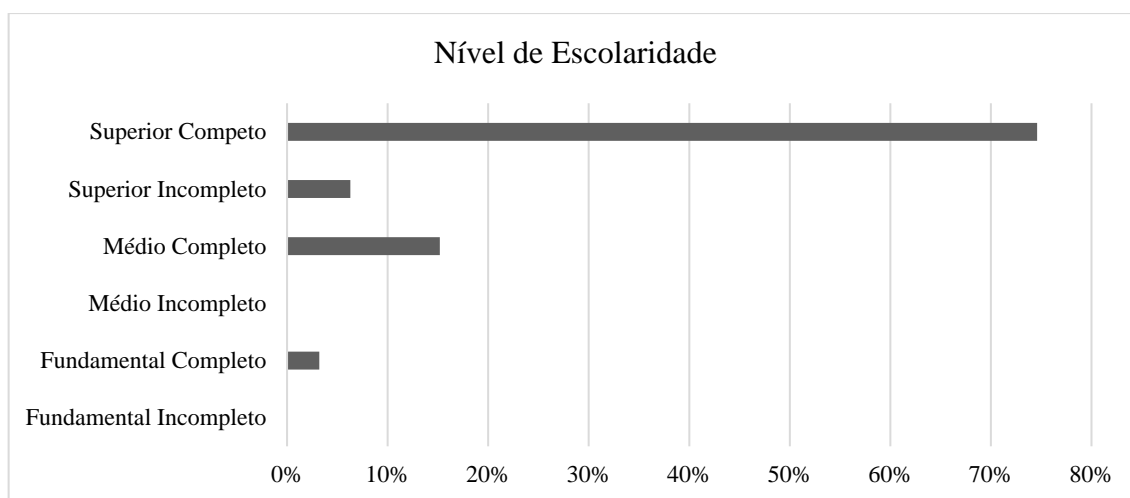


Gráfico 3: Grau de escolaridade dos entrevistados em três edições da FPO

Parte-se da premissa de que existem condições sociais que fundamentam preferências de consumo. “As preferências dos consumidores por alimentos orgânicos podem ser compreendidas com base nas diferentes posições que os mesmos ocupam no espaço social” (BARREIROS, 2013, p. 12). O gosto funciona como elemento de coesão dentro das classes, que vincula uma pessoa socialmente classificada a toda uma série de objetos, pessoas, saberes, opiniões, discursos (BOURDIEU, 2008).

Entender a posição social ocupada por esses consumidores é importante porque um código cultural específico é necessário a esse grupo, para que eles decodifiquem os valores implícitos e distintivos que os produtos orgânicos carregam. Perceber como os alimentos orgânicos estão alinhados com uma visão de mundo, tanto do ponto de vista da sustentabilidade quanto da saúde, em si mesma abstrata, exige acesso a informações que compõem um capital cultural. “É necessário que o agente tenha sido exposto a este esquema cognitivo da

sustentabilidade no âmbito do consumo, o qual permite que um consumidor possa descortinar a cadeia produtiva da qual seu produto escolhido faz parte”. (BARREIROS, 2013, p.17).

Considerações finais

O sistema alimentar moderno evidencia, desde etapas anteriores à produção até o espaço de consumo, as marcas das relações capitalistas de produção. Ideias e, sobretudo, ações são construídas em contrariedade aos danos sociais e ambientais que as atividades que compõem esse sistema provocam, que vão desde a profunda degradação de ecossistemas até a extinção de sabores e saberes, por conta de uma cultura alimentar homogeneizada. A insustentabilidade desses sistemas faz ganhar força o debate da agroecologia, que para além de técnicas produtivas, propõe uma nova relação da sociedade com o meio, mediada por práticas agrícolas que respeitem este, sem negligenciar seu conteúdo sociocultural.

No caso empírico do qual este trabalho trata, vemos os produtos muito próximos desses preceitos, pois além da produção limpa, o trabalho é de base familiar, em pequenas propriedades e a comercialização é direta ao consumidor. Portanto, os apontamentos desse trabalho vão ao encontro das possibilidades de construção de um mercado agroecológico, com princípios de comércio justo, segurança alimentar, fortalecimento da produção de base familiar. Enquanto exemplo de inovação social e institucional, a FPO é uma ação que vai além da construção de um mercado que prima pela produção ecológica. Ela converge às novas proposições de desenvolvimento local (DAROLT, 2013) que incorporam não apenas variáveis técnico-produtivas, econômicas e ambientais, mas também valores éticos, sociais e culturais. Princípios como autonomia, solidariedade, segurança alimentar, justiça social, respeito à cultura e tradição locais passam a ser incorporados nas relações entre produção e consumo.

Contudo, infelizmente contata-se que o acesso ao debate sobre a produção orgânica e a imersão em sistemas alimentares sustentáveis é bastante restrito a uma classe média altamente escolarizada, mostrando que optar por uma vida saudável em meio a metrópole ainda é um privilégio. O que leva a concluir que há uma forte solidariedade e interdependência entre os espaços de produção e consumo, uma vez que relação entre a distribuição de bens, diretos e oportunidades na cidade é parte do motor que impulsiona o desenvolvimento rural. A saúde

concedida pelo alimento não deve ser restringida ao sistema do indivíduo que irá ingeri-lo. A premissa para a construção de mercados agroecológicos é a de que a saúde deve se estender a todo sistema, ou seja, ela também deve ser proporcionada àquele que o produz, bem como ao ambiente por onde ele circula. A reconexão com o alimento nos permite pensar de forma mais sistêmica, aumentando nossa consciência e percepção da nossa responsabilidade perante o mundo.

Referências Bibliográficas

BOURDIEU, P. **A distinção: crítica social do julgamento**. Porto Alegre: Zouk, 2008.

BARREIROS, B. C. O consumo de alimentos orgânicos como questão de gosto: uma discussão teórica das bases sociais do fenômeno do consumo sustentável. 37º Encontro Nacional da ANPOCS. 2013. 24 p.

BRASIL, Lei 10.831/2003 dispõe sobre a agricultura orgânica e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/2003/L10.831.htm

_____. Decreto 6323/2007. Regulamenta a lei 10.831/03 e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2007/2010/2007/Decreto/D6323.htm

_____. Ministério da Agricultura, Pecuária e do Abastecimento: Produção Orgânica. Disponível em: <http://www.agricultura.gov.br/portal/page/portal/Internet-MAPA/pagina-inicial/desenvolvimento-sustentavel/organicos/regularizacao-producao-organica/control-social-rpo>

DAROLT, M.R. Circuitos Curtos de Comercialização de alimentos ecológicos reconectando consumidores e produtores. In: NIEDERLE, P.A.; ALMEIDA, L. de; VEZZANI, F.M. (orgs) **Agroecologia – Práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura**. Curitiba: Kairós, 2013.

FERREIRA, A.D.D; ZANONI, M. Outra agricultura e a reconstrução da ruralidade: In: BRANDENBURG, A.; FERREIRA, A.D.D (orgs). **Para pensar outra agricultura** Curitiba: Editora UFPR, p.311. 2008

GUIVANT, J. S. Os supermercados na oferta de alimentos orgânicos: apelando ao estilo de vida egotrip. In: **Ambiente & sociedade**, Campinas, Unicamp, v. VI, n. 2, p. 63-82, 2003.

GUERRA, Armando Diniz et al. **Feira de Produtores Orgânicos em Belém. Militância, agroecologia e sociabilidade**. Anais do VIII congresso Latino-americano de Sociologia Rural, Porto de Galinhas, 2010.

PARRY, Martha et al. **Feiras orgânicas: um estímulo ao aumento da produção de produtos seguros**. Resumos do VIII Congresso Brasileiro de Agroecologia, Porto Alegre/RS ,2013.

PORTILHO, F. Novos atores no mercado: movimentos sociais econômicos e consumidores politizados. **Revista Política e Sociedade**, v. 8, p. 199-224, 2009.

SANTOS, M. **A Natureza do Espaço: técnica e tempo, razão e emoção**. 4. Ed. São Paulo: EdUSP, 2008.

SAQUET, M.A. **Abordagens e concepções de território**. 2ª ed. São Paulo: Expressão Popular, 2010