

CONSUMO DE ALIMENTOS ORGÂNICOS NA CIDADE DO NATAL/RN: UM OLHAR A PARTIR DO COMPORTAMENTO DOS PRODUTORES E CONSUMIDORES

Priscila Daniele Fernandes Bezerra Souza (1); Daniele Bezerra dos Santos (Orientadora)

¹Universidade Federal do Rio Grande do Norte. prisciladani@yahoo.com.br; ² Centro Universitário UNIFACEX. danielebezerra@gmail.com

Resumo: O processo de industrialização da agricultura resultou em perdas na lucratividade de atividades agrícolas, desastres ambientais, exclusão do homem do campo, além da utilização de alimentos com resíduos nocivos à saúde humana. A agricultura orgânica visa à exclusão desses produtos químicos, propondo minimizar os impactos ambientais, aumentando também as chances de tornar o sistema agrícola sustentável. Este trabalho tem por objetivo investigar o estilo de vida e os hábitos alimentares de frequentadores, bem como dos produtores de duas feiras livres de produtos orgânicos em Natal, buscando identificar o significado que esta população atribui à atividade da agricultura orgânica a partir da utilização de questionário. A partir dos dados obtidos foi possível identificar que a principal preocupação para a utilização quanto para produção está voltada principalmente pelas questões de saúde e lucro, observando também que as questões ambientais se tornam de ordem secundária principalmente pela falta de compreensão das necessidades de realizar atividades de caráter sustentável, as quais beneficiem as futuras gerações, bem como garantam a continuidade da atividade agrícola.

Palavras-chave: meio ambiente, agricultura orgânica, sustentabilidade.

INTRODUÇÃO

O ambientalismo, entendido como o conjunto de ações voltadas para a preservação do meio ambiente hoje, tem um amplo apoio público. Todos ouvem e leem diariamente sobre uma lista cada vez maior de problemas ambientais, há de se reconhecer que grande parte dessas ocorrências resulta de processos produtivos e de produtos que, a cada dia, chegam ao mercado consumidor (CUPERSCHMID & TAVARES, 2001).

Na década de 70, no Brasil, a produção orgânica estava diretamente relacionada com movimentos filosóficos que buscavam o retorno do contato com a terra como forma alternativa de vida em contraposição aos preceitos tecnológicos da chamada agricultura moderna. A recusa de uso do pacote tecnológico da chamada agricultura moderna, intensivo em insumos sintéticos e agroquímicos e vigorosa movimentação de solo, acrescenta a vertente ecológica ao movimento (ORMOND et al., 2003). Paralelamente à industrialização da agricultura ocorreu, na educação, a super valorização dos conhecimentos acadêmicos e a separação das áreas de atuação nas atividades agrícolas, desvalorizando os conhecimentos acumulados pelo homem (ARY e DAVID 2000), no entanto, cientistas reconhecem que este contexto pode limitar as opções para o homem do

campo e trazer consigo consequências não previstas que, frequentemente, causam danos ecológicos e altos custos sociais.

A Instrução Normativa 007/99, do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), em seu item 1.1, considera “sistema orgânico de produção agropecuária e industrial todo aquele em que se adotam tecnologias que otimizem o uso dos recursos naturais e socioeconômicos, respeitando a integridade cultural e tendo por objetivo a auto-sustentação no tempo e no espaço, a maximização dos benefícios sociais, a minimização da dependência de energias não-renováveis e a eliminação do emprego de agrotóxicos e outros insumos artificiais tóxicos, organismos geneticamente modificados (OGM)/transgênicos ou radiações ionizantes em qualquer fase do processo de produção, armazenamento e de consumo, e entre os mesmos privilegiando a preservação da saúde ambiental e humana.” A Lei nº 10.831, de 23 de Dezembro de 2003, artigo 2º, declara: “Considera-se produto da agricultura orgânica ou produto orgânico, seja ele *in natura* ou processado, aquele obtido em sistema orgânico de produção agropecuário ou oriundo de processo extrativista sustentável e não prejudicial ao ecossistema local” (MAPA, 2003).

Segundo Roel (2002) as técnicas utilizadas em agricultura orgânica buscam mobilizar harmoniosamente todos os recursos disponíveis na unidade de produção, com base na reciclagem de nutrientes e maximização do uso de insumos orgânicos gerados *in loco*. É também fundamental a rotação de culturas, manutenção de áreas de matas nativas ou silvestres, para preservação de refúgios destinados a organismos benéficos. Com o crescimento da consciência de preservação ecológica e a busca por alimentação cada vez mais saudável, houve expansão da clientela por produtos orgânicos e, na década de 80, organizaram-se muitas das cooperativas de produção e consumo de produtos naturais. Na década de 90 proliferaram os pontos comerciais de venda de produtos naturais e, no final da década, os produtos orgânicos entraram, com força, nos supermercados (ORMOND et al., 2002).

Diante da necessidade de alternativas que proporcionem melhorias ao meio ambiente, no que se refere às práticas agrícolas, bem como melhorias sociais e econômicas, este trabalho teve objetivou investigar o estilo de vida e os hábitos alimentares de frequentadores, bem como dos produtores de duas feiras livres de produtos orgânicos na Cidade do Natal, buscando identificar o significado que esta população atribui à atividade da agricultura orgânica.

METODOLOGIA

O trabalho foi desenvolvido em duas feiras livres de alimentos orgânicos, uma localizada no Centro Administrativo e a outra no Campus da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, ambas no município de Natal-RN. A pesquisa é resultado de levantamento bibliográfico, assim como da obtenção de dados em fontes primárias as quais foram possíveis a partir da utilização de instrumento de pesquisa coletados diretamente nas áreas de estudo.

O instrumento de pesquisa utilizado foi o questionário estruturado com questões abertas e fechadas, sendo 13 perguntas para os produtores e 16 para os consumidores, sendo geralmente questões referentes à percepção do público alvo sobre a utilização, produção e benefícios da agricultura orgânica para o meio ambiente e a saúde humana. As aplicações foram realizadas no mês de outubro de 2017, sendo efetuadas durante os dias de feira, sempre no período da manhã, sextas e sábados.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Características Socioeconômicas

A partir dos dados colhidos e observados na Tabela 1, é possível verificar que grande parcela da população questionada, tanto para produtores quanto para consumidores, é do gênero masculino e o estado civil predominante é casado. Os produtores caracterizam-se pelo baixo nível de escolaridade, sendo grande parte inserida no Nível Fundamental Incompleto, 46,1%; quanto aos consumidores, observou-se um nível de escolaridade mais elevado, sendo 62% de Nível superior.

Segundo Guivant (2003) os consumidores orgânicos nos Estados Unidos se situam entre as faixas de maior escolaridade - 69% das mulheres e 74% dos homens, de mais alta renda, entretanto, não é difícil encontrar outros estudos que identificam o consumidor de alimentos orgânicos como tendo mais frequentemente uma melhor escolaridade, mas não necessariamente uma renda maior. Dados coletados em Maceió/AL mostram que 67,21 % dos consumidores possuem nível superior (BARBOSA e LAGES, 2006). Rucinski e Brandenburg (2002) realizaram estudos semelhantes na cidade de Curitiba- PR onde 58% dos consumidores cursam ou concluíram o 3º grau e argumentam que o grau de instrução possibilita articular melhor o conhecimento ambiental com relação a saúde e a alimentação.

Tabela 1. Perfil social de produtores e consumidores de alimentos orgânicos obtidos a partir de feiras especializadas.

PRODUTORES					
Gênero		Estado Civil		Escolaridade	
Masculino	53,5%	Solteiro (a)	30,8%	Ens. Fundamental Incompleto	46,1%
Feminino	46,5%	Casado (a)	46,2%	Ens. Fundamental Completo	15,4%
		Divorciado (a)	7,7%	Ensino Médio Completo	30,8%
		Viúvo (a)	15,3%	Ensino Superior	7,7%
CONSUMIDORES					
Gênero		Estado Civil		Escolaridade	
Masculino	62%	Solteiro (a)	19%	Ens. Fundamental Incompleto	4,7%
Feminino	38%	Casado (a)	62%	Ens. Fundamental Completo	9,5%
		Divorciado (a)	14,2%	Ensino Médio Completo	23,8%
		Viúvo (a)	4,7%	Ensino Superior	62%

Hábitos de Consumo dos Alimentos Orgânicos

Quanto aos hábitos alimentares foi observado que, apenas 15,3% dos produtores e 9,5% dos consumidores são totalmente vegetarianos, sendo a maioria onívora, onde 84,6% para produtores e 90,4% para consumidores. O consumo de produtos orgânicos para a maioria dos produtores (53,84%) e consumidores (52,28%) é diária. Apesar de não consumirem apenas esses produtos, fato que acontece, conforme os consumidores (76,19%), pela pequena oferta e variedade desses alimentos. Entre os consumidores desses produtos, 57,14% consomem a mais de 10 anos e 19,04% a menos de um ano. Ao perguntar sobre o significado dos alimentos orgânicos (Figura 2) foi verificado que os consumidores acreditam que se trata de produtos obtidos sem a utilização de agrotóxicos e menos agressivos ao ambiente.

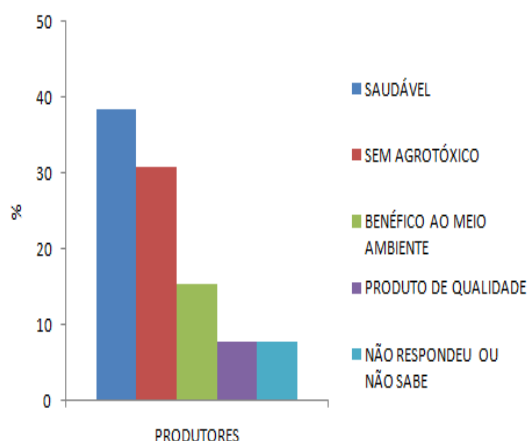


Figura 1: Compreensão de produtores quanto à definição de alimentos orgânicos.

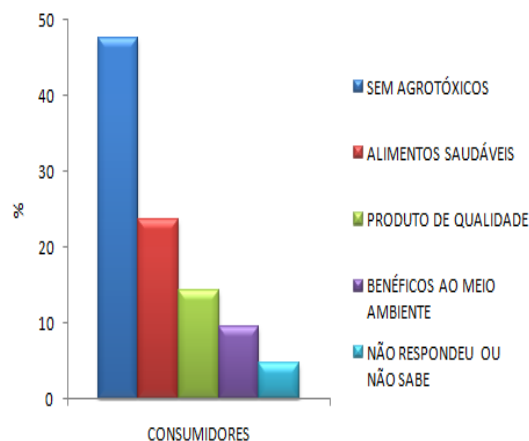


Figura 2: Compreensão de consumidores quanto à definição de alimentos orgânicos.

Dados obtidos por Rucinski e Brandenburg (2002) mostram que o consumidor associa a produção de orgânicos principalmente à agricultura sem agrotóxicos (42,9%) e a processo natural de cultivo (33,3%). Este fato corrobora com a definição dada por Roel (2002) que afirma que a produção orgânica se caracteriza pela não utilização de produtos químicos, minimizando as alterações nas áreas de cultivo/produção.

A maioria dos produtores associa os produtos orgânicos a alimentos saudáveis, e quando questionados sobre os motivos que os levaram a cultivar alimentos orgânicos, responderam que produzem por cultura, por gostar, por ser saudável, por respeito à natureza e as pessoas, por melhorar o meio ambiente e as condições de vida, além da vontade de ter seu próprio negócio e pela possibilidade de ter um trabalho ecologicamente correto.

Darolt (2001), em pesquisa realizada em Curitiba, indica que a saúde pessoal e da família e a questão econômica são os dois principais fatores que motivam os produtores a optarem pela produção orgânica. Apenas 35% desses produtores são comprometidos com a filosofia orgânica, pois passaram a produzir esses produtos por convicções ideológicas.

A principal vantagem de se produzir os alimentos orgânicos (Figura 3) foram as melhorias na saúde e na renda, sendo a preocupação com o meio ambiente um fator secundário nas prioridades desses produtores que se dizem preocupados com a questão ambiental.

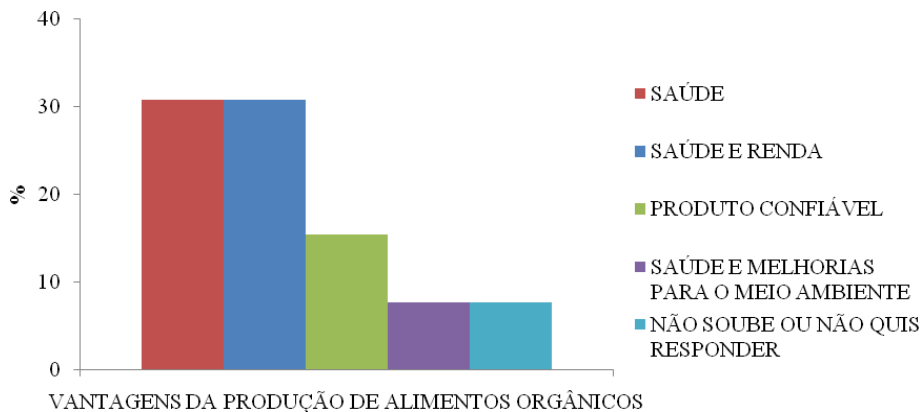


Figura 3: Relação de vantagens da produção de alimentos orgânicos citadas pelos produtores das feiras especializadas.

Quando questionados sobre o que motivou o consumo de produtos orgânicos 38,09% dos consumidores falaram que a busca por mais saúde foi a principal motivação, 19% que o conhecimento a respeito desses produtos influencia suas compras, sendo também citadas a qualidade dos produtos (14,2%) e a preocupação com o meio ambiente (14,2%).

De acordo com Assis et al. (1995) foi verificado que quanto aos tipos de motivações relacionadas ao consumo de alimentos provenientes de agricultura orgânica levantaram em ordem de preferência: a saúde pessoal e da família, a qualidade do produto, preocupação com o meio ambiente e o preço.

Conforme Spers & Kassouf (1995) os estudos de preferência de atributos em um alimento sugerem duas ponderações: por qualidades extrínsecas (aparência) e outra por qualidades intrínsecas (ausência de resíduos químicos, propriedades nutricionais e alimentícias), ou seja, por uma segurança alimentar intrínseca que é em geral exigida por consumidores mais informados e com maior poder aquisitivo.

Quando questionados sobre o fato de alimentos serem produzidos com agrotóxicos era uma preocupação para os consumidores, 100% responderam que sim e entre essas preocupações foram citadas a contaminação de alimentos originados de práticas tradicionais por agrotóxicos, a falta de assistência na saúde pública, a necessidade de conservação do meio ambiente e a má utilização dos recursos naturais ocasionados pelas demais atividades agrícolas. Os produtos mais citados como orgânicos pelos consumidores foram frutas e hortaliças, sendo apresentados também ovos, carnes, grãos, queijos e outros. Destes alimentos os mais consumidos (Figura 4) foram as frutas e

hortaliças. Esta resposta pode estar ligada ao fato de que as feiras onde a pesquisa foi realizada trabalham principalmente com os produtos em questão.

O caso das hortaliças é consequência da adequação do sistema de produção orgânica às características de pequenas propriedades com gestão familiar, seja pela diversidade de produtos cultivados em uma mesma área, seja pela menor dependência de recursos externos, com maior utilização de mão-de-obra e menor necessidade de capital (ORMOND et al, 2002).

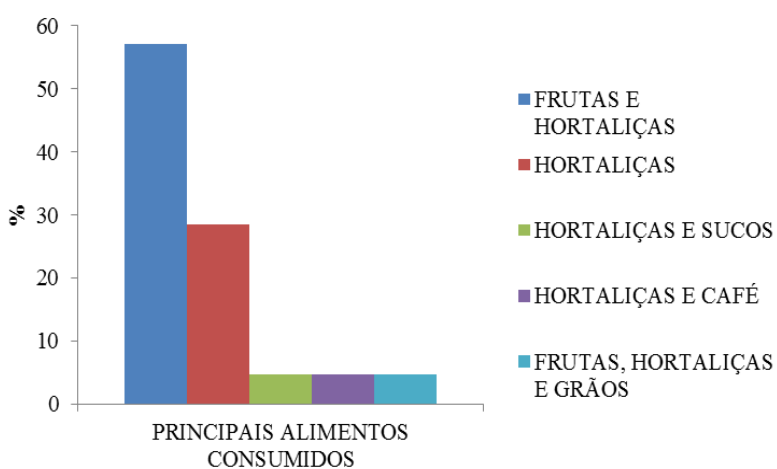


Figura 4: Principais alimentos citados como mais consumidos pelos frequentadores (consumidores) das feiras.

Os frequentadores (100%) da feira destacam a diferença de preço e de qualidade entre os produtos orgânicos e os convencionais, para eles os orgânicos são mais caros e alguns acreditam que esses produtos têm maior durabilidade. A venda direta do produtor ao consumidor, sem intermediários, possibilita a prática de preços mais baixos na feira do que nos supermercados. Além disso, os supermercados exigem embalagem para os produtos orgânicos e não se responsabilizam pelo custo dos produtos não vendidos, o que eleva o preço dos alimentos. O Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística – IBOPE (2006) constatou que 68% dos consumidores brasileiros entrevistados se dispõem a pagar mais caro por um produto que não agride o meio ambiente.

A pesquisa mostra que 95,3% dos consumidores confiam na procedência dos produtos comercializados nas feiras, pelo fato de terem uma relação de confiança com o produtor. Apenas 4,76% disseram não confiar na origem dos

produtos alegando que os produtores não passam confiança nas explicações sobre os alimentos produzidos.

Na negociação direta entre consumidor e produtor, o produtor garante a seu cliente que a mercadoria foi obtida por processos de manejo orgânico, e este aceita a garantia, por confiar na fonte de informação, influenciado pela proximidade (ORMOND et al., 2002). Os consumidores também destacam a importância do atendimento personalizado na feira e do contato direto com o produtor. Através desse contato o consumidor estabelece uma relação de confiança com o produtor e com o produto orgânico, independente da presença do selo que ateste a procedência do alimento (ARCHANJO et al., 2001). Foi verificada unanimidade (100%) pelos entrevistados sobre os benefícios do cultivo de alimentos orgânicos para o meio ambiente, favorecendo dessa forma, uma atividade sustentável, porém verifica-se que mesmo cientes dos benefícios que tal atividade promove os entrevistados não colocam este fator como prioridade para o cultivo e consumo desses alimentos.

CONCLUSÃO

A presente pesquisa permitiu alcançar os objetivos previamente propostos no sentido de melhor conhecer atitudes do produtor e consumidor em relação ao meio ambiente e sua influência na compra de alimentos. A partir dos resultados obtidos é possível observar que produtores e consumidores se preocupam com a degradação ambiental por meio dos agrotóxicos e isto se reflete em atitudes relacionadas à escolha por alimentos orgânicos para produção e consumo, contribuindo para a preservação ambiental, mesmo não sendo este o principal fator que influencia nas atitudes.

REFERÊNCIAS

ARCHANJO, L. R.; BRITO, K. F. W.; SAUERBECK, S. **Os alimentos orgânicos em Curitiba: consumo e significado**. Cadernos de Debate. 2001.

ASSIS, R. L.; AREZZO, D. C. de; DE-POLLI, H. Consumo de produtos da agricultura orgânica no estado do Rio de Janeiro. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 30. n.1, p.84-89, jan./mar. 1995.

CUPERSCHMID, N. R. M.; TAVARES, M. C. **Atitudes em relação ao meio ambiente e sua influência no processo de compra de alimentos.** In: Anais do XV Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração, Campinas: ANPAD, 2001.

DAROLT, M. R. **A sustentabilidade do sistema de agricultura orgânica: um estudo na região metropolitana de Curitiba.** 2001. Disponível: site planeta orgânico. URL: <http://www.planetaorganico.com.br/trabdarolt2.htm>. Consultado em 08 de outubro de 2010.

GUIVANT, J. S.. Os supermercados na oferta de alimentos orgânicos: apelando ao estilo de vida ego-trip. **Ambient. soc.**, Campinas, v. 6, n. 2, 2003.

Legislação Brasileira. Disponível em: site \Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento(MAPA).Disponível:

<http://www.prefiraorganicos.com.br/agrorganica/legislacaonacional>. Acessado em: 22 de novembro de 2017.

ORMOND, P.J. et al. **Agricultura Orgânica: Quando o passado é futuro.** Rio de Janeiro: BNDS Setorial, 2002.**Quem é o consumidor de produtos orgânicos?** Disponível em: site SEBRAE. URL: <http://www.sebrae.com.br/uf/espírito-santo/areas-de-atuação/agro/agriculturaorganica>. Consultado em 18 de novembro de 2010.

RUCINSKI, J; BRANDENBURG, A. Consumidores de alimentos orgânicos em Curitiba. In: I ENCONTRO ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS GRADUAÇÃO E PESQUISA EM AMBIENTE E SOCIEDADE. Indaiatuba: ANPPAS, 2002.

ROEL, A. R. Interações: A Agricultura Orgânica ou Ecológica e a Sustentabilidade da Agricultura. **Revista Internacional de Desenvolvimento Local:** v.3, n.4, p.57-62, mar de 2002.

SPERS, E. E.; KASSOUF, A. L . A abertura de mercado e a preocupação com a segurança alimentar sob o enfoque qualitativo. In: XXXIII CONGRESSO BRASILEIRO DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL. **Anais...** Curitiba: SOBER, 1995.