

AGRICULTURA DE BASE ECOLÓGICA NO BRASIL: VISÃO DO CONSUMIDOR

María Aico Watanabe

EMBRAPA - Meio Ambiente. 13820-000 Jaguariúna – SP. e-mail: watanabe@cnpma.embrapa.br
Aceito para publicação em: 27/11/2008.

ABSTRACT

ORGANIC AGRICULTURE IN BRAZIL: THE VISION OF THE CONSUMER.

This research was conducted as fulfillment of part of the activities of Proambiente Project which is being conducted by Embrapa Meio Ambiente with technical assistance and orientation of DARCOF (Danish Research Center of Organic Farming). Aiming to analyze consumer's preference concerning to local ecological-based product (LEP), imported ecological-based product (IEP) and local conventional product (LCP), the motives and the consequences of their options on their own health, on the farmer's income and on the environment, 12 consumers who buy organic products in free markets in Campinas, SP, Brazil, were interviewed. Brazilian consumer prefers LEP, and between IEP and LCP, he prefers the latter, showing preference for local products and rejection for IEP. This is due to the quality and freshness of local products and because they consider unnecessary, as Brazil produces all the vegetables and fruits we consume. The consumer is conscious of his social commitment when buying LEP he is supporting/strengthening the small farmer who produces with low environmental impact and with ecological equilibrium conservation and creates jobs at the farmside. If they buy IEP, they would not be supporting Brazilian farmers. On the other side, the farmer who has social commitment and respect to consumer and his employees, produces better quality foods, less agrotoxic-contaminated, and then helps to preserve consumer's and employee's health who are less exposed to agrochemicals in the field. Consumers who buy organic products in markets show rejection to supermarkets, due to preference to direct or short

circuit, the inferior quality of supermarket's products and its higher price.

Key-words: Consumer, market, ecological-based products, food mileage, commercialization circuit

RESUMO

Esta pesquisa foi realizada como cumprimento de parte das atividades do Projeto Proambiente que está sendo conduzido pela Embrapa Meio Ambiente com assistência técnica e orientação da DARCOF (Danish Research Center for Organic Agriculture), Dinamarca. Com vistas a analisar as preferências dos consumidores quanto a produto de base ecológica local (PEL), produto de base ecológica importado (PEI) e produto convencional local (PCL), os motivos e as consequências de suas opções sobre a sua própria saúde, sobre a renda do agricultor, sobre o meio ambiente e sobre o fortalecimento dos produtores familiares de base ecológica, foram entrevistados 12 consumidores que compram produtos orgânicos em feiras livres de Campinas, SP, Brasil. O consumidor brasileiro prefere o PEL e entre PEI e PCL, prefere o último, mostrando preferência por produtos locais e rejeição a PEI. Isso é devido aos prejuízos da longa milhagem de alimento sobre a qualidade do produto e por considerar desnecessário já que o Brasil produz todas as hortaliças e frutas que consumimos. O consumidor tem consciência de seu compromisso social quando comprando PEL está apoiando/fortalecendo o pequeno agricultor que produz com conservação e equilíbrio ecológico e gera empregos no campo. Se comprasse PEI, segundo os consumidores brasileiros, não estariam ajudando os agricultores brasileiros. Por outro lado, notou-se que o agricultor assume compromisso social e tem respeito pelo consumidor e pelos seus

empregados, produz alimentos buscando melhor qualidade, e assim contribuindo para preservar a saúde do consumidor e de seus empregados que ficam menos expostos aos agrotóxicos no campo. Os consumidores que compram produtos ecológicos em feiras mostram rejeição a supermercados, devido a preferência pelo circuito curto ou direto, a qualidade inferior dos produtos de supermercados e o preço mais elevado. Finalmente, buscou-se também entender a origem da produção e destino da produção de Campinas e comparar com os dados do Projeto Proambiente.

Palavras-chave: Consumidor, feiras-livres, produtos de base ecológica, milhagem de alimento, circuito de comercialização.

INTRODUÇÃO

O aumento da produção de alimentos ecológicos no Brasil tem levado os agricultores a buscarem pontos de comercialização de suas colheitas mais diversificados, passando de além de feiras-livres a ofertar seus produtos a supermercados, lojas de produtos naturais e exportação. São países compradores de produtos orgânicos do Brasil, alguns países da Europa, Estados Unidos e o Japão (KLEDAL, 2003).

O volume da produção brasileira de base ecológica tem aumentado no estado de São Paulo. A exportação de produtos ecológicos abre oportunidades para que países desenvolvidos possam ajudar agricultores de países em desenvolvimento a gerarem renda econômica (SIRIEIX et al, 2007). Entretanto, identificamos na literatura especializada que temos poucos estudos sobre a cadeia de produção local e nacional que indiquem as preferências dos consumidores brasileiros, relativos às diferentes opções de consumo de alimento de origens distintas.

Neste trabalho procurou-se analisar se os consumidores tem consciência de que comprando produtos ecológicos no Brasil, podem contribuir para a geração de renda do agricultor, a gerar empregos

no meio rural e ao mesmo tempo contribuir para a conservação do meio ambiente (SIRIEIX et al 2007). Esta pesquisa procurou mostrar também como as exigências e as preferências do consumidor levam ao aumento da agrobiodiversidade e a oferta de produtos de melhor qualidade e em maior quantidade.

Está sendo avaliado também como o agricultor que assume o compromisso social e tem respeito pelo consumidor e pelos seus empregados, tem a percepção de que pode contribuir para a preservação da saúde do consumidor e a de seus empregados, e promover justiça social no campo pagando melhores salários aos empregados, e abrir acesso de camadas da população menos favorecidas economicamente aos produtos ecológicos, cujo preço é ainda considerado alto no Brasil. Uma consequência social da geração de empregos no campo é a redução da marginalização, exclusão social e do êxodo rural.

O estudo contempla mostrar com dados secundários, como o impacto do crescimento da população urbana no Brasil e da melhoria das condições econômicas e do poder aquisitivo da população, pode influenciar o consumo de produtos ecológicos (SIRIEIX et al 2007).

MATERIAIS E MÉTODOS

Esta pesquisa teve como objetivo atender parte das atividades propostas no Projeto Proambiente e está sendo conduzida pela Embrapa Meio Ambiente, com o apoio técnico e orientação do DARCOF (Danish Research Center for Organic Farming), da Dinamarca. O trabalho faz parte do estudo de caso de agricultores de Ibiúna, SP e os consumidores de produtos de base ecológica em feiras-livres e supermercados.

As atividades visam a caracterização social e econômica dos consumidores de produtos de base ecológica, a análise das motivações (individuais e altruísticas) que levam esses consumidores a comprar esses produtos e as

conseqüências econômicas e agrônômicas dessas opções sobre os pequenos agricultores, e a sua contribuição para a conservação/restauração do equilíbrio do agroecossistema e conservação da agrobiodiversidade.

Através de questionários, foram entrevistados 12 consumidores que compram produtos de base ecológica em feiras-livres mantidas no Parque Ecológico e no Parque dos Jequitibás, em Campinas, SP.

O questionário contempla perguntas sobre:

- a. As idéias, concepções, pensamentos que os consumidores tem sobre PEL, PEI e PCL.
- b. As preferências dos consumidores brasileiros quanto a PEL, PEI e PCL, e os motivos que os levam a fazer as opções.
- c. Qual a preferência entre PEI e PCL, suas razões e em que condições os comprariam.
- d. Qual a opinião sobre os preços de PEL, PEI e PCL.
- e. Se tem consciência de que comprando produtos de base ecológica está apoiando/fortalecendo o pequeno agricultor que produz com baixo impacto ambiental e conservando o equilíbrio ecológico.
- f. Se conhece o efeito da milhagem de alimento e circuito de comercialização sobre a qualidade do produto de base ecológica.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

O volume da produção brasileira de produtos de base ecológica tem aumentado, a ponto de o Brasil estar se tornando um dos maiores produtores mundiais desses produtos (BELLON et al 2007).

No estado de São Paulo, há produção de hortaliças nas regiões de Mogi das Cruzes, Guaratinguetá, Registro, Itapeva, Sorocaba, Campinas, Piracicaba, Bragança Paulista, Botucatu, Limeira, Mogi Mirim, São João da Boa Vista, Araraquara, Ribeirão Preto, Jaboticabal, Catanduva, Barretos, Bauru e Ourinhos, sendo o principal produtor do Brasil (ANDRADE, 2006).

Para atender aos objetivos desta pesquisa, interessa-nos responder às seguintes questões:

Qualquer que seja o tipo de agricultura praticada – de base ecológica ou convencional – é preciso se preocupar com as questões: 1. O que produzir ? 2. Como produzir ? 3. Para quem produzir ?

Os consumidores podem fornecer importantes contribuições para as duas primeiras questões. As preferências dos consumidores quanto a diferentes e novas espécies de hortaliças, como por exemplo, ou suas novas variedades, contribuem para que o agricultor passe a cultivá-las em suas unidades de produção, aumentando a agrobiodiversidade. As preocupações dos consumidores quanto à sua saúde e com os problemas ambientais (SIRIEIX et al 2007) podem conduzir o agricultor a mudar seu sistema convencional de produção para um sistema de base ecológica, que além de permitir oferta de produtos mais saudáveis permite conservar e/ou restaurar o equilíbrio agroecológico (BELLON et al 2007).

A terceira questão pode ser atendida quando a redução do custo de produção de hortaliças com a adoção do sistema de base ecológica, que dado a menor necessidade de uso de insumos químicos externos (ALTIERI, 2004) permite a oferta de produtos a preços menores, abrindo o acesso aos produtos de base ecológica a classes sociais de consumidores menos favorecidos economicamente, promovendo justiça social.

Os consumidores comprando os produtos de base ecológica oferecidos por pequenos agricultores, vão compor a alça de retro-alimentação beneficiando e fortalecendo essa classe de produtores (SIRIEIX et al, 2007). Através de suas exigências, os consumidores contribuem para que os agricultores passem a oferecer produtos de melhor qualidade.

Os benefícios à saúde conseguidos com o consumo de produtos de base ecológica e a divulgação das propriedades desses alimentos entre

a população contribui para o aumento da demanda por esses produtos uma outra alça de retro-alimentação que leva os agricultores a aumentarem a sua produção e a conseqüente oferta ao mercado. Para aumentar a produção é preciso aumentar a área dos cultivos, vindo a necessitar de mais mão-de-obra para tocar as atividades da unidade de produção. Isso contribui para a geração de novos empregos, ajudando a fixar os membros da família na unidade de produção, reduzindo a marginalização e a exclusão social impostas pelo desemprego. Este é um compromisso social assumido pelo consumidor (que ajuda o agricultor) e do agricultor (que gera empregos no campo).

Observou-se que o consumidor brasileiro de feiras de produtos ecológicos, no caso estudado, de Campinas, SP, tem preferência em primeiro lugar pelo PEL e entre comprar PEi e PCL, prefere o segundo, mostrando claramente a sua preferência por produtos de origem local, por serem mais frescos. A opção pelos produtos de base ecológica produzidos localmente está ligada à confiança que o consumidor tem nos produtos devido à sua procedência e mesmo ao conhecimento pessoal do agricultor que os produz.

Os motivos da rejeição pelos PEi se deve ao fato de o Brasil produzir quase tudo que o consumidor procura, sendo a compra desses produtos considerada desnecessária. Outros motivos são os preços bem mais elevado em comparação aos produtos nacionais, e a milhagem do alimento – um produto que vem de longe, além da poluição do transporte, tem a qualidade prejudicada pela longa viagem.

O consumidor de base ecológica brasileiro por vezes compra produtos convencionais quando não encontra os produtos de base ecológica ou tem dificuldades de acesso a eles (trabalham durante o dia e não tem possibilidades de ir às feiras-livres de hortaliças e frutas de base ecológica que são mantidas no período da manhã) ou quando a oferta

dos convencionais é maior e o seu preço mais baixo.

O consumidor brasileiro que compra produtos de base ecológica em feiras-livres mostra clara rejeição aos supermercados. Para ele a qualidade dos produtos vendidos em supermercados é inferior à qualidade dos produtos das feiras-livres e ainda o preço é mais alto que nas últimas. Além disso, afirmam que comprando em supermercados não está ajudando os pequenos agricultores, já que os supermercados compram de grandes fornecedores ou de atravessadores.

Classificamos da seguinte maneira os comportamentos e atitudes dos consumidores diante do consumo de produtos ecológicos:

1. Comportamento individualista – Ego-eco
 2. Comportamento altruísta – Sócio-eco
 3. Comportamento ecológico – Ecológico-eco
- (Fonte: Abreu, 2007).

Com a preferência por produtos de base ecológica produzidos localmente, o consumidor brasileiro está apresentando o comportamento e atitude individualista, que denominamos ego-eco (adepto ao consumo ecológico, para atender a interesses pessoais) quando procura esses produtos para a conservação de sua saúde ou para o tratamento de doenças, e uma postura altruística quando os procura para apoiar/fortalecer os pequenos agricultores e contribuir para melhorar o salário do trabalhador rural (SIRIEIX et al, 2007), promovendo justiça social; denominamos esse grupo de sócio-eco. Este é um compromisso social assumido pelo consumidor e pelo agricultor para com seus empregados.

Outra importante contribuição do consumidor que compra os produtos de base ecológica preocupado com o meio ambiente é com a contribuição que o agricultor faz relativa à conservação e/ou recuperação do equilíbrio agroecológico, a conservação do solo, da água, do

agroecossistema e da agrobiodiversidade. Este é um compromisso ambiental assumido pelo consumidor e pelo agricultor. Esse grupo, com esse estilo de comportamento comprometido com os recursos naturais, denominamos ecológico-eco.

Encontramos outras modalidades de comportamentos que envolvem o comprometimento e as diversas dimensões da sustentabilidade da produção ecológica; nestes casos, acrescentamos os diminutivos do egocêntrico (ego), altruísta (sócio) e o ecológico (ecológico).

Oferecendo produtos de melhor qualidade, com menos resíduos de agrotóxicos, o agricultor contribui para a redução dos riscos de intoxicação do trabalhador rural e para a conservação da saúde do consumidor. Este é um compromisso social e de respeito do agricultor para com seus empregados e para com o consumidor.

Em todo o mundo a população urbana tem aumentado em relação à rural (IBGE, 2000). O melhoramento das condições econômicas de um modo geral no Brasil, leva ao aumento do poder aquisitivo dos consumidores. Tanto pelo aumento da população urbana como pelo aumento do poder aquisitivo das famílias, há aumento do consumo de produtos de base ecológica, cujo preço no Brasil ainda é considerado alto (SIRIEIX et al, 2007). Fica assim, aberto o acesso de novas classes sociais aos produtos de base ecológica, beneficiando a saúde de parcelas maiores da população brasileira, um compromisso social assumido pelo agricultor.

Em Campinas, ANC (Associação de Agricultura Natural), responsável pela certificação das unidades de produção dos agricultores que participam das feiras-livres do Parque Ecológico e do Parque dos Jequitibás, realizam divulgação/sensibilização dos produtos dentro das próprias feiras, e visitam as unidades de produção ecológica, com os objetivos de conhecer as práticas e as formas de funcionamento da produção, tendo acesso livre à maioria das unidades. A partir desta

relação com o meio rural, criam-se laços de inter-relações sociais baseados na confiança.

Comparando a origem (hortaliças e frutas produzidas ecologicamente por pequenos agricultores) e o destino da produção (feiras-livres e supermercados) verificou-se que diferentemente do que ocorre em Campinas, a origem da produção de Ouro Preto do Oeste, RO, são os sistemas agroflorestais e o respectivo destino são as cooperativas e armazéns que compram os produtos agroflorestais dos agricultores familiares estabelecidos na APA (Associação dos Produtores Alternativos).¹

CONCLUSÕES

O desenvolvimento sustentável global passa necessariamente pelo poder de escolha dos consumidores. Os consumidores de produtos ecológicos são os atores principais da sustentabilidade, tratando-se de uma escolha de proporção e reflexo político, podendo exercer ou não o poder de pressão seja diretamente no mercado ou orientando as mudanças e alterações na produção.

Concluimos que a tendência de crescimento da produção ecológica no Brasil e em especial em Campinas, ocorre com a presença de um número fabuloso de consumidores, a partir da sensibilização dentro dos circuitos de comercialização, e muitas vezes essas práticas são implementadas pelos próprios consumidores.

LITERATURA CITADA

- ALTIERI, M. 2004. **Agroecologia, a dinâmica produtiva da agricultura sustentável**. Porto Alegre, Editora da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 4ª edição, 110 p.
- ANDRADE, F.R.P. de 2006. **Situação atual do desenvolvimento da agricultura de base ecológica no estado de São Paulo**. Piracicaba, ESALQ/USP, Relatório Final do Estágio Profissionalizante, 59 p.

BELLON, S.; ABREU, L. S. de; BLANC, J.; SCHICKMANN, S.; WATANABE, M. A. 2007.

Organisations and transitions of horticultural organic producers in a peri-urban area of São Paulo, Brazil. OFS/2007/INF. Ttp://ftp.fao.org. p. 23-25.

IBGE Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo de 2000.**

KLEDAL, P. 2003. Analysis of organic supply chains – A theoretical framework. In: Working paper no. 15-2003, acessado em:

<http://www.foi.dk/Publikations/wp/2003/wp/Vo15-03.pdf>.

SIRIEIX, L.; ABREU, L. S. de; WATANABE, M. A.; KLEDAL, P. 2007. Comparing urban consumers in developed and developing countries: First results from Brazil and France. Apresentado na SOBER Conference, 2007.
