

267 - SENSIBILIZAÇÃO DO CONSUMIDOR DE PRODUTOS AGROECOLÓGICOS: PRODUÇÃO DE EVENTOS E MATERIAL EDUCATIVO

Karen Follador Karam¹

RESUMO

Com o objetivo de sensibilizar o consumidor urbano de produtos agroecológicos sobre a importância da produção de alimentos “limpos e saudáveis” para a saúde individual, social e ambiental e aproximá-lo da agricultura familiar agroecológica, promoveu-se um conjunto de eventos educativos e produziu-se e distribuiu-se vários tipos de materiais educativos para consumidores da região da Grande Florianópolis, no estado de Santa Catarina,

Palavras-chaves: **consumidor e produtos agroecológicos.**

1. INTRODUÇÃO

Produzir alimentos “limpos e saudáveis” vem se mostrando um processo viável técnica, econômica, ambiental, social e eticamente para importante parcela de agricultores familiares, em particular àqueles ligados ao movimento da agroecologia. Entretanto, articular as ações do meio social rural com consumidores urbanos é ainda um processo em construção, expresso em diferentes tipos de iniciativas que vêm ocorrendo em vários locais do país. A experiência que se relata a seguir é uma delas. Foi desenvolvida pelo projeto “Apoio a consumidores de produtos agroecológicos”, na região da Grande Florianópolis, em Santa Catarina, no período de agosto de 2002 a março de 2003, pelo CEPAGRO – Centro de Estudos e Promoção da Agricultura de Grupo, com recursos do Conselho Federal Gestor do Fundo de Direitos Difusos, órgão do Ministério da Justiça.

Para tanto adotou-se como estratégia a realização de eventos educativos – dois seminários e uma oficina de formação, e, a produção e divulgação de materiais educativos – quatro volantes, um folder, uma cartilha, uma apostila e um boletim informativo. A definição

¹ Professora/Pesquisadora PRODOC/CAPES no Mestrado em Agroecossistemas, Centro de Ciências Agrária/UFSC. Florianópolis/SC. Antropóloga, Dra em Meio Ambiente e Desenvolvimento. karen@cca.ufsc.br ; karenkaram@uol.com.br.

dos temas a serem abordados decorreu de uma pesquisa expedita realizada em locais de comercialização e com consumidores de produtos agroecológicos².

2. O PAPEL SOCIAL DO CONSUMIDOR AGROECOLÓGICO

O consumidor de alimento agroecológico foi o principal ator social a ser atingido pelo referido projeto. Neste contexto entende-se que o maior bem lesado à ser recuperado para o consumidor é a saúde. Isso porque nas últimas décadas a produção alimentar, baseada na agricultura convencional, a qual utiliza intensamente insumos químicos sintéticos e solúveis, como os agrotóxicos, mostra-se nociva à saúde individual, social e ambiental.

Acredita-se que a desinformação é uma das principais razões para que o consumidor possa decidir sobre os alimentos que levará à sua mesa. É cada vez maior o desconhecimento e a distância do consumidor urbano sobre o processo produtivo de alimentos, não sabe como, onde, quando e por quem são produzidos, as relações existentes entre a produção e os recursos naturais, sociais, culturais e políticas e as suas conseqüências na saúde em geral.

No âmbito deste trabalho tratou-se os alimentos agroecológicos como todos aqueles produzidos pela agricultura sustentável nos seus diferentes sistemas - agroecologia, agricultura orgânica, biodinâmica, permacultura e afins.

Em Santa Catarina e na região Sul do Brasil a agroecologia tem um papel de destaque. É entendida e desenvolvida pela agricultura familiar numa perspectiva que envolve todos os elementos do processo produtivo, da transformação/beneficiamento, da comercialização, e cada vez mais buscando aproximar-se do consumidor, como um importante aliado de todo o sistema.

3. EVENTOS EDUCATIVOS PARA CONSUMIDORES

Os quatro principais temas de interesse do consumidor identificados na pesquisa para este fim foram: como se garante sobre a procedência do produto agroecológico – a certificação; qual é a qualidade biológica dos alimentos, quais as diferenças entre os

² Esta pesquisa foi realizada nos meses de setembro a novembro de 2002, pelo CEPAGRO e o Instituto CEPA/SC, na região da Grande Florianópolis, conforme "Relatório da pesquisa sobre comercialização e consumo de produtos agroecológicos – região da Grande Florianópolis". CEPAGRO, Florianópolis, maio de 2003

sistemas de produção de alimentos; e, quem são e como vivem os agricultores que praticam a agroecologia.

A partir daí foram organizados os três eventos educativos programados pelo projeto³.

O primeiro deles foi o 1º Seminário para Consumidores de Produtos Agroecológicos, com o tema “O Papel Social do Consumidor”. Realizado em um dia, em dezembro de 2002, contou com a participação de cerca de 140 participantes. O principal objetivo foi introduzir o consumidor no debate sobre os produtos agroecológicos, apresentando uma discussão sobre a situação da agricultura sustentável no Brasil e no mundo, o papel do meio rural no conjunto da sociedade, a certificação de produtos agroecológicos, depoimentos de agricultores que praticam a agroecologia e de entidades assessoras e de consumidores atuantes nesta perspectiva. Como resultado preparou-se uma carta moção destinada à autoridades afins.

O segundo evento foi a “Oficina de Formação para Consumidores de Produtos Agroecológicos”, realizada em março de 2003, que contou com a participação de mais de 80 pessoas, em três dias de trabalho. O principal objetivo foi aprofundar os temas elencados pela pesquisa, apresentando-os em seis módulos, na forma de uma apostila e com atividade presencial de dois dias. Os temas abordados foram: Novas relações rural e urbano; História da agricultura e da agricultura sustentável; Princípios da economia solidária – a comercialização ética de alimentos; Certificação de produtos agroecológicos; Qualidade biológica dos alimentos agroecológicos e o Papel do consumidor na sociedade atual. O terceiro dia da oficina foi um dia de campo em uma propriedade de uma família de agricultores agroecológicas da região.

O terceiro evento foi o “Seminário sobre Consumo e Comercialização de Produtos Agroecológicos”, realizado no final de março de 2003, com um dia de trabalho e contando com a participação de cerca de 50 pessoas entre consumidores, técnicos de entidades assessoras da agricultura familiar agroecológica e técnicos de instituições governamentais. O principal objetivo foi conhecer as diferentes experiências de comercialização realizada por associações de agricultores, por distribuidores e por estabelecimentos da iniciativa privada, visando sensibilizar o poder público para políticas públicas para o setor.

³ O detalhamento das atividades estão descritas no Relatório Final do projeto “Apoio a consumidores de produtos agroecológicos”. CEPAGRO; Florianópolis, maio de 2003.

4. PRODUÇÃO E DIVULGAÇÃO DE MATERIAS EDUCATIVOS

Como parte das atividades programadas pelo projeto realizou-se a produção e a divulgação de materiais educativos. Tais materiais tiveram dupla função, de um lado servir de suporte para o desenvolvimento dos eventos educativos promovidos, e, de outro, divulgar informações sobre os produtos agroecológicos para aqueles que já são consumidores dos mesmos, como para os consumidores em geral.

Os temas decorreram da pesquisa realizada junto aos consumidores. A partir daí se buscou dar organicidade à cada uma das peças, trabalhando-as de tal maneira que integrasse os questionamentos e as respostas às informações buscadas pelo consumidor. Ao mesmo tempo deu-se um tratamento gráfico e estético às mesmas, por meio de ilustrações, tornando agradável e estimulante o conteúdo apresentado.

Foram produzidas 29.600 peças gráficas, distribuídas em quatro volantes com frente e verso (20 mil); um folder - frente e verso (5 mil); uma cartilha com doze páginas (3 mil); um boletim informativo (1,5 mil) e uma apostila com 50 páginas (100).

A divulgação dos materiais foi realizada em cada um dos eventos ocorridos. No primeiro seminário os volantes e o folder, na oficina de formação a apostila e a cartilha e no segundo seminário o boletim informativo. Os materiais de maior quantidade foram disponibilizados nos locais de comercialização pesquisados, à exceção dos supermercados, por impossibilidade de mantê-lo próximo a área dos produtos agroecológicos. Também foram distribuídos à várias entidades e associações de agricultores de Santa Catarina e do Paraná, pastorais da terra e da saúde, encontros, reuniões e palestras em que a equipe esteve presente, bem como na sede do próprio CEPAGRO.

A título de considerações gerais, o que verificou é que o consumidor foi bastante receptivo aos materiais, de tal maneira que ao final do projeto praticamente todo ele havia sido distribuído. As manifestações foram favoráveis aos conteúdos, atingido o objetivo da sensibilização do consumidor. Por outro lado, mesmo com a expressiva participação nos eventos promovidos, o consumidor pesquisado e convidado não respondeu efetivamente, tendo participado diferentes públicos com interesse na temática. O que se constatou, de um modo geral, é que o trabalho com o consumidor urbano exigirá estes, outros e novos procedimentos, a fim de motivá-lo para além da sua condição individual a atuar coletivamente.