

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FACULDADE DE FILOSOFIA, LETRAS E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA

ANA PAULA GASPAR TEIXEIRA

Orgânicos na Zona Leste de São Paulo: Perfil de consumidores das Feiras Orgânicas de
Itaquera e Tatuapé

Organics in the East Zone of São Paulo: Consumer profile of the Organic Fairs of Itaquera
and Tatuapé

São Paulo

2021

ANA PAULA GASPAR TEIXEIRA

Orgânicos na Zona Leste de São Paulo: Perfil de consumidores das Feiras Orgânicas de
Itaquera e Tatuapé

Trabalho de Graduação Integrado (TGI) apresentado
ao Departamento de Geografia da Faculdade de
Filosofia, Letras e Ciências Humanas, da
Universidade de São Paulo, como parte dos requisitos
para obtenção do título de Bacharel em Geografia.

Área de Concentração: Geografia Humana

Orientador: Prof. Dr. Valeria de Marcos

São Paulo

2021

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Catalogação na Publicação
Serviço de Biblioteca e Documentação
Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo

T266o Teixeira, Ana Paula Gaspar
Orgânicos na Zona Leste de São Paulo: Perfil de
consumidores das Feiras Orgânicas de Itaquera e
Tatuapé / Ana Paula Gaspar Teixeira; orientadora
Valeria de Marcos - São Paulo, 2021.
71 f.

TGI (Trabalho de Graduação Individual)- Faculdade
de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da
Universidade de São Paulo. Departamento de Geografia.

1. Perfil de consumidores. 2. Alimentos orgânicos.
3. Feiras orgânicas. 4. Soberania alimentar. 5.
Agricultura urbana. I. Marcos, Valeria de, orient.
II. Título.

Dedico este trabalho aos meus pais, os melhores orientadores que eu poderia ter na vida.

AGRADECIMENTOS

À Prof^a Dr^a Valeria de Marcos, pela paciência durante esses anos de convivência, aos aprendizados e também por contribuir pelo meu aperfeiçoamento.

À Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, pela oportunidade de realização do curso e ao Departamento de Geografia por me proporcionar os melhores anos da minha vida.

Aos meus pais, Mauro e Cecilia, que me apoiaram desde a escolha do curso até todos os outros planos futuros em que a Geografia vai me levar. Obrigada por serem meus exemplos sempre que precisei. Amo vocês.

Aos meus amigos queridos, em especial à Beatriz, por ser um suspiro nesses tempos difíceis. Você é a pessoa que eu quero compartilhar desde as menores coisas da vida! Agradeço imensamente por ter te encontrado.

Obrigada também à Daniele que de perto ou de longe sei que vai sempre torcer pelo meu sucesso, assim como eu torço pelo seu. Sempre. A sua amizade é muito importante para mim!

Não poderia deixar de agradecer ainda à Isabela, Jonathan, Leonardo, Matheus Oliveira e Mateus Porto. Sem vocês eu já teria desistido. Meu obrigada a cada um de vocês pelo incentivo e pelas conversas durante esses anos de amizade! Amo vocês e espero compartilhar muitos momentos como geógrafos formados que somos/seremos.

Aos demais que fizeram parte dessa caminhada, muito obrigada por sempre acreditarem em mim! Guardo cada momento da graduação com muito apreço. Essa pesquisa só foi possível com o incentivo de cada um e espero poder retribuir esse carinho com o presente agradecimento.

RESUMO

TEIXEIRA, Ana Paula Gaspar. **Orgânicos na Zona Leste de São Paulo:** Perfil de consumidores das Feiras Orgânicas de Itaquera e Tatuapé. 2021. 71 f. Trabalho de Graduação Individual (TGI) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2021.

A alimentação é um tema presente no dia a dia de todos os seres vivos. Podemos tratar deste assunto de diversas maneiras, sendo que a abordagem proposta nesta investigação presume uma compreensão mais ampla sobre a ingestão de alimentos como um ato acima de tudo político e social, além de natural. Portanto, buscaremos nesta pesquisa identificar e analisar diferenças de consumo entre frequentadores de duas feiras orgânicas, envolvendo a identificação da origem dos produtos, hábitos dos consumidores e motivação em frequentar essas feiras. Para realizar essa comparação foram coletadas respostas à um questionário aplicado via *internet* e que contou com a participação de 19 consumidores das feiras orgânicas de Itaquera e do Tatuapé, sendo consultados ainda artigos, teses e notícias relacionadas ao tema. Os dois bairros pertencem à mesma região do município de São Paulo, a Zona Leste, porém apresentam características socioeconômicas diferenciadas, o que se reflete nas características de consumo observadas nas duas feiras analisadas. Os frequentadores da feira do Tatuapé possuem um perfil de renda mais elevado do que os consumidores da feira de Itaquera, o que influencia as variáveis estudadas nesta pesquisa, como a frequência do consumo de orgânicos, a frequência da compra de orgânicos e a constância na aquisição de alimentos convencionais por parte dos consumidores. Além disso, foi realizada uma contextualização sobre a situação alimentar brasileira, enfocando algumas dificuldades que precisam ser enfrentadas para que se possa alcançar a soberania alimentar. Dentre essas dificuldades temos as carências alimentares enfrentadas por milhões de brasileiros, o acesso limitado à alimentos frescos de maior qualidade como os orgânicos, e os agrotóxicos que causam problemas de saúde e também no meio ambiente. Esse panorama foi traçado para entendermos que é preciso avançar em direção a um novo paradigma alimentar, devendo-se buscar soluções a partir de um resgate histórico que nos revele alternativas viáveis em direção à situação almejada. Neste sentido, a soberania alimentar pode, portanto, ser alcançada por meio de um novo olhar em relação às feiras, à agricultura urbana e periurbana e à formação de associações que visam levar alimentos de qualidade para a mesa do brasileiro.

Palavras-chave: Feiras orgânicas. Acesso. Soberania alimentar. Tatuapé. Itaquera.

ABSTRACT

TEIXEIRA, Ana Paula Gaspar. **Organics in the East Zone of São Paulo:** Consumer profile of the Organic Fairs of Itaquera and Tatuapé. 2021. 71 f. Trabalho de Graduação Individual (TGI) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2021.

Food is a theme present in the daily lives of all living beings. We can deal with this subject in several ways, and the approach proposed in this investigation assumes a broader understanding of food intake as an act that is above all political and social, as well as natural. Therefore, in this research, we will seek to identify and analyze differences in consumption between attendees of two organic fairs, involving the identification of the origin of products, consumer habits, and motivation to attend these fairs. In order to carry out this comparison, responses were collected to a questionnaire applied via the internet, which was answered by 19 consumers from the organic fairs of Itaquera and Tatuapé, and articles, theses, and news related to the topic were also consulted. The two neighborhoods belong to the same region of the municipality of São Paulo, the East Zone, but have different socioeconomic characteristics, which is reflected in the consumption characteristics observed in the two fairs analyzed. The regulars at the Tatuapé fair have a higher income profile than consumers at the Itaquera fair, which influences the variables studied in this research, such as the frequency of organic consumption, the frequency of buying organic products, and the constant acquisition of conventional foods by consumers. Besides, a contextualization was made about the Brazilian food situation, focusing on some difficulties that need to be faced in order to achieve food sovereignty. Among these difficulties are the food shortages faced by millions of Brazilians, limited access to higher-quality fresh food such as organics, and the use of pesticides that cause health problems, and also harm the environment. This panorama was designed to understand that it is necessary to move towards a new food paradigm, and solutions should be sought from a historical rescue that reveals viable alternatives towards the desired situation. In this sense, food sovereignty can, therefore, be achieved through a new look concerning fairs, urban and peri-urban agriculture, and the formation of associations that aim to bring quality food to the Brazilian table.

Keywords: Organic fairs. Access. Food sovereignty. Tatuapé. Itaquera.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Mapa contendo feiras, mercados, sacolões e redes de fast food de São Paulo.	17
Figura 2 - Certificado de Transição Agroecológica.	36
Figura 3 - Localização da Loja Sabor da Vitória.	36
Figura 4 - Localização da Feira Orgânica do Tatuapé.	36
Figura 5 - Declaração de conformidade com as normas da produção orgânica.	37
Figura 6 - Horta urbana de orgânicos Sabor da Vitória.	39
Figura 7 - Horta urbana de orgânicos Sabor da Vitória.	39
Figura 8 - Foto da Feira Orgânica do Tatuapé.	40
Figura 9 - Foto da Feira Orgânica do Tatuapé focalizando alguns dos produtos ofertados.	40

LISTA DE MAPAS

Mapa 1 - Mapa contendo as Feiras Orgânicas de São Paulo.	30
Mapa 2 - Hortas da Associação dos Agricultores da Zona Leste (AAZL).	35
Mapa 3 - Localização da Horta, da Feira Orgânica de Itaquera (endereço antigo) e a Loja de Orgânicos Sabor da Vitória (endereço novo).	38
Mapa 4 - Localização da produção da Feira Orgânica do Tatuapé e o ponto de comercialização.	41
Mapa 5 - Renda média domiciliar do Município de São Paulo.	45
Mapa 6 - Origem dos consumidores da Feira Orgânica de Itaquera.	47
Mapa 7 - Origem dos consumidores da Feira Orgânica do Tatuapé.	48

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1a e 1b - Renda dos consumidores das feiras orgânicas de Itaquera e Tatuapé.	44
Gráfico 2a e 2b - Comparação do valor do rendimento nominal médio mensal.	45
Gráfico 3 - Bairros de origem dos consumidores da Feira Orgânica de Itaquera.	46
Gráfico 4 - Bairros de origem dos consumidores da Feira Orgânica do Tatuapé.	47
Gráfico 5a e 5b - Meios de transporte utilizados.	49
Gráfico 6a e 6b - Frequência de consumo de orgânicos nas feiras de Itaquera e Tatuapé.	49
Gráfico 7a e 7b - Frequência da compra de produtos orgânicos.	50
Gráfico 8a e 8b - Até quanto o consumidor pagaria para adquirir orgânicos.	52
Gráfico 9a e 9b - Fontes de consulta sobre produtos orgânicos.	53
Gráfico 10a e 10b - Motivação do consumo de produtos orgânicos.	54
Gráfico 11a e 11b - Consumo de alimentos convencionais.	56
Gráfico 12a e 12b - Diversidade de produtos comercializados pelas feiras orgânicas.	57
Gráfico 13a e 13b - Qualidade dos produtos e satisfação com a feira de Itaquera.	58
Gráfico 14a e 14b - Qualidade dos produtos e satisfação com a feira do Tatuapé.	58

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AAO	Associação de Agricultura Orgânica
AAZL	Associação de Agricultores da Zona Leste
POF	Pesquisa de Orçamentos Familiares
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
FAO	Food and Agriculture Organization
OCS	Organismo de Controle Social
SIRGAS	Sistema de Referência Geocêntrico para as Américas

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	11
CAPÍTULO 1 – PANORAMA ALIMENTAR BRASILEIRO	16
1.1 ACESSO	16
1.1.1 <i>Consumo e acesso físico</i>	16
1.1.2 <i>Produção e acesso</i>	18
1.1.3 <i>Renda e acesso econômico</i>	19
2.1 CARÊNCIAS ALIMENTARES	20
3.1 AGROTÓXICOS	23
CAPÍTULO 2 – A SOBERANIA ALIMENTAR POR MEIO DAS FEIRAS E DA AGRICULTURA ORGÂNICA	25
1.1 SOBERANIA ALIMENTAR	25
2.1 AS FEIRAS COMO MEIO TRADICIONAL DE AQUISIÇÃO DE ALIMENTOS	27
3.1 AGRICULTURA URBANA E PERIURBANA	31
4.1 ASSOCIAÇÃO DE AGRICULTORES DA ZONA LESTE (AAZL)	33
5.1 PANORAMA DAS FEIRAS ESTUDADAS	36
CAPÍTULO 3 – PERFIL DE CONSUMIDORES DAS FEIRAS ORGÂNICAS ESTUDADAS	42
CONCLUSÕES	60
BIBLIOGRAFIA	64
APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO	66

INTRODUÇÃO

A manutenção da vida humana decorre em grande medida a partir da ingestão de alimentos. Sem se alimentar, o organismo humano padece em poucos dias. Pressupondo uma dieta equilibrada, deve-se considerar a qualidade dos alimentos ingeridos, além da quantidade suficiente de calorias para a preservação das funções vitais do ser-humano. Quando essa alimentação não é balanceada, problemas de saúde como a obesidade e o diabetes podem se tornar presentes (DURAN, 2013), ou ainda quando essa alimentação é extremamente deficitária, nos deparamos com a fome, a desnutrição ou a subnutrição.

Traçando um breve panorama histórico para melhor contextualizar a questão da alimentação nos dias atuais, é importante observar a ocorrência de alguns fatores responsáveis por influenciar a nossa alimentação. Dentre estes fatores notamos progressos técnico-científicos referentes à industrialização e à urbanização, sendo causadores de mudanças no consumo e estilo de vida. Essas alterações se refletem no âmbito da alimentação, quando observarmos que a sedentarização aliada ao desenvolvimento industrial foram facilitadores do consumo de alimentos já preparados e com uma quantidade de calorias elevada, causando problemas de saúde. As mudanças dos hábitos alimentares, portanto, estão fortemente relacionadas ao sistema de produção e distribuição dos alimentos, os quais influenciam ainda o estilo de vida e a saúde dos indivíduos (ABREU *et al.*, 2001).

Assim, nesta pesquisa identificamos e analisamos alguns aspectos relacionados com o consumo alimentar de orgânicos a fim de traçar um caminho adequado para compreender melhor o perfil de consumidores e observar possíveis contradições, falta de políticas públicas e dificuldades de acesso.

Julgamos oportuno nesta pesquisa apresentar a definição de alimentos orgânicos que consta na legislação brasileira (BRASIL, 2020), na qual “considera-se produto orgânico, seja ele in natura ou processado, aquele que é obtido em um sistema orgânico de produção agropecuária ou oriundo de processo extrativista sustentável e não prejudicial ao ecossistema local”. A referida legislação estabelece ainda que:

Para serem comercializados, os produtos orgânicos deverão ser certificados por organismos credenciados no Ministério da Agricultura, sendo dispensados da certificação somente aqueles produzidos por agricultores familiares que fazem parte de organizações de controle social cadastradas no MAPA, que comercializam exclusivamente em venda direta aos consumidores (BRASIL, 2020).

Neste sentido, buscou-se realizar uma análise qualitativa expressando possíveis contradições em relação ao acesso e consumo em uma região específica do município de São Paulo, cidade que possui a maior concentração de recursos do país, estabelecendo como área de estudo da pesquisa os bairros Tatuapé e Itaquera. Dito isso, essa pesquisa tem como objetivo entender as relações de consumo nas feiras orgânicas dos bairros Tatuapé e Itaquera, buscando entender semelhanças e diferenças, a partir da aplicação de questionários compostos por questões abertas que darão ensejo a uma análise qualitativa. Os dois bairros foram selecionados por apresentarem características distintas, permitindo com isso que se possa compreender a dinâmica de consumo dentro da mesma região do município de São Paulo, a Zona Leste.

Nota-se que a feira orgânica é um elemento observado nos dois bairros, presença que foi determinante para a escolha inicial dos bairros em questão. Esse tipo de feira constitui uma fonte de acesso a alimentos frescos de qualidade, relacionando-se a fatores como localização, preço, variedade, entre outros. No caso do Tatuapé, observa-se a feira de orgânicos localizada próxima ao Centro Esportivo Recreativo Educativo do Trabalhador (CERET), realizada às terças-feiras. De outro lado, estudaremos também a feira de orgânicos no bairro Itaquera, a qual se realiza aos sábados, próxima ao Parque do Carmo.

A presença das duas feiras orgânicas servirá de base para compreender algumas características do consumo dos indivíduos, sendo analisadas conjuntamente a outros fatores determinantes como localização da feira, variedade dos gêneros comercializados e perfil de consumidores para se entender como o território em que estão inseridas as feiras influencia o consumo e, assim, compreender a procura por parte dos moradores do bairro em relação a este tipo de feira.

Considerando que a feira de produtos orgânicos em Itaquera e a do Tatuapé podem minimizar o problema do acesso para a parcela da população que reside próxima ao local de venda desses gêneros alimentícios, entendemos ser importante observar se há um consumo significativo por parte da população deste tipo de alimento, o que será abordado adiante, à medida que buscaremos compreender a origem dos consumidores que frequentam as feiras.

A partir do que foi colocado, temos o intuito de analisar como o consumo alimentar é influenciado pela facilidade de acesso aos produtos, se revelando pelas práticas e hábitos de uma amostra de moradores dos bairros Tatuapé e Itaquera, obtida a partir do delineamento do espaço geográfico da pesquisa.

A necessidade de tratar o tema da alimentação sob uma perspectiva geográfica se verifica quando são observados os números referentes às quantidades de alimentos em geral

que são produzidos em comparação com a parcela de brasileiros que ainda padece de carências nutricionais em relação ao território em que se encontram. Portanto, podemos notar possíveis problemáticas na distribuição de alimentos de qualidade como são os orgânicos, ao invés da produção em si e do seu subsequente acesso.

De acordo com o geógrafo Castro (2008, p. 24), realizar uma pesquisa sob a perspectiva geográfica remete a “localizar com precisão, delimitar e correlacionar os fenômenos naturais e culturais que ocorrem à superfície da terra”. Portanto, iremos analisar locais de distribuição de alimentos obedecendo esses princípios geográficos de lugar, abrangência, causalidade, relação e universalidade, complementando com a identificação das ações e reações dos indivíduos frente à influência do meio, esclarecendo possíveis causas naturais e sociais que influenciam o consumo alimentar (CASTRO, 2008).

Além disso, é válido ressaltar a importância de uma pesquisa que aponta e analisa os fatores que influenciam o consumo alimentar, possíveis deficiências alimentares em termos qualitativos, de distribuição e acesso a alimentos de qualidade, sendo um primeiro passo para que haja uma reflexão acerca das estruturas dominantes na sociedade atual e como elas possivelmente condicionam hábitos alimentares, afetando primordialmente a qualidade da alimentação e, conseqüentemente, a saúde da população.

É necessário justificar ainda que o mecanismo por trás do controle da alimentação de grande parte das pessoas deve ser entendido para que se busque superar eventuais fragilidades que possam ser encontradas no decorrer da pesquisa, pois o setor alimentar é a chave para diversos processos econômicos e sociais que movem a nação e que podem contribuir para o seu desenvolvimento.

Como objetivo central da pesquisa temos identificar, mapear, comparar e analisar os perfis de consumidores das feiras orgânicas nos bairros Tatuapé e Itaquera, ambos pertencentes à Zona Leste do município de São Paulo, entendendo melhor o acesso aos alimentos orgânicos.

Nesta pesquisa abordamos o panorama alimentar brasileiro atual, as alternativas para um consumo mais responsável e, por fim, os fatores que influenciam o consumo alimentar de alguns dos moradores dos dois bairros Tatuapé e Itaquera, realizando comparações, identificando semelhanças e diferenças entre os pontos de vendas de alimentos, as feiras orgânicas, assim como identificar sua localização dentro dos dois bairros. Além disso, o mapeamento irá considerar elementos de análise como a origem dos produtos comercializados, origem dos consumidores, entre outros fatores, apontando os deslocamentos realizados para a

aquisição dos alimentos. Esse mapeamento permite evidenciar a dinâmica de consumo de orgânicos nas feiras estudadas.

Como trajeto metodológico da presente pesquisa, inicialmente foi realizado um levantamento bibliográfico referente aos temas que serão retratados. Buscamos analisar criticamente os dados levantados a partir do IBGE (2010), Guia Alimentar para a População Brasileira (2014), Pesquisa de Orçamentos Familiares (2019), além de outros relatórios oficiais, conforme a perspectiva de Esther Vivas (2017), Duran (2013), Josué de Castro (2008), Cerveira e Castro (1999), Pereira *et al.* (2015) e Perosa *et al.* (2009).

Devido à situação atual enfrentada, na qual uma série de restrições foram impostas pela pandemia do COVID-19, os trabalhos de campo programados inicialmente foram substituídos por questionários aplicados virtualmente. Esses formulários de 21 questões foram divulgados por meio das redes sociais das feiras orgânicas do Tatuapé e de Itaquera no Instagram e Facebook, os quais totalizaram 19, ao longo de vinte e oito dias (13/01/21 até 10/02/21).

Os questionários são importantes à medida que servem de comparação para os dados obtidos no trabalho de gabinete, visando entender de maneira mais concisa as relações de consumo de certas famílias residentes nos bairros Tatuapé e Itaquera. Porém, as informações coletadas podem apresentar algumas distorções devido terem sido disponibilizados questionários *on-line*, portanto os consumidores que responderam às perguntas possuíam celular, computador e/ou acesso à internet.

Estes questionários foram realizados de forma estruturada com 21 questões próximas ou semelhantes aos questionários utilizados por Pereira *et al.* (2015) e Cerveira e Castro (1999) em seus estudos sobre as feiras orgânicas e agroecológicas do município de Pelotas (RS) e São Paulo (SP), respectivamente, a fim de organizar a pesquisa e permitir comparações em relação aos perfis de consumidores. Assim, esses formulários que podem ser observados no Apêndice A foram aplicados de forma aleatória a pessoas identificadas como consumidoras dessas duas feiras orgânicas da Zona Leste de São Paulo. Com eles, pretendeu-se entender as relações de consumo a partir da Feira Orgânica do CERET e da Feira Orgânica de Itaquera, o perfil de consumidores, a frequência de consumo de orgânicos, alimentos que são comercializados, localização e acesso, origem dos consumidores e percepção dos preços.

Para complementar a coleta e análise de dados, buscamos comparar mapas sobre a temática alimentar e estudos técnicos já realizados, a exemplo do estudo veiculado pela UOL Tab (2017), tendo como plano de fundo o município de São Paulo. E, por fim, buscamos realizar

novos mapas que expressam a oferta de orgânicos das localidades estudadas, ou seja, as duas feiras orgânicas citadas, para que assim seja possível traçar comparações.

Na estruturação deste trabalho, buscamos em um primeiro momento compreender a situação atual da alimentação brasileira, suas fragilidades e potencialidades, o que é feito no capítulo 1. Adiante, no capítulo 2, tratamos dos orgânicos como uma alternativa aos problemas de carências alimentares, falta de acesso e uso de pesticidas na produção, que são enfrentados pelos brasileiros e, por fim, no terceiro capítulo trouxemos as discussões dos resultados obtidos pela pesquisa e eventuais comentários adicionais.

Um levantamento estatístico indireto prévio foi realizado para confrontar os dados obtidos posteriormente na etapa de coleta de questionários, sendo analisadas as informações referentes à alimentação divulgadas pelo IBGE e pela Pesquisa de Orçamentos Familiares.

CAPÍTULO 1 – PANORAMA ALIMENTAR BRASILEIRO

De acordo com a Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) (IBGE, 2019) referente aos anos de 2017 e 2018, os gastos nacionais com alimentação correspondem ao terceiro maior percentual de despesa da renda média mensal familiar brasileira, com valores expressivos próximos a 20% da receita e seguidos pelos gastos com transporte, enquanto os gastos com moradia lideram com 36,6%. Desse modo, é importante compreender onde esses recursos são gastos pelas famílias, em quais alimentos e também as motivações com relação à escolha dos alimentos.

1.1 Acesso

1.1.1 Consumo e acesso físico

Para compreendermos melhor a perspectiva do acesso, buscamos explorá-la em três diferentes momentos. O primeiro diz respeito ao acesso físico, ou seja, a presença ou não de pontos de venda comercializando gêneros alimentícios frescos, em especial os orgânicos, para serem consumidos pelas famílias brasileiras e, também, como essa oferta se espacializa.

Segundo Abreu *et al.* (2001, p.7), o consumo de alimentos é pautado em escolhas que nos levam a refletir sobre “alguns aspectos importantes que interferem nos padrões de consumo dos países desenvolvidos e em desenvolvimento, dentre os quais pode-se citar as desigualdades na disponibilidade dos suprimentos alimentares, nas condições climáticas, nas possibilidades técnicas”.

Agregado a esse pensamento, Duran (2013) pondera que os padrões de consumo são influenciados pela oferta local de alimentos tanto frescos como também processados e pela presença de restaurantes de *fast food*. Como objetivos centrais de sua pesquisa, a autora buscou investigar a relação entre o acesso aos alimentos e o nível socioeconômico da vizinhança, concluindo que foram encontradas “diferenças no acesso a alimentos saudáveis em São Paulo, favorecendo as regiões da cidade de níveis socioeconômicos médio e alto” (DURAN, 2013, p. 10).

Duran (2013) buscou entender a relação entre a presença de mercados e restaurantes próximos a determinada população e o seu padrão de consumo, descobrindo que moradores residentes próximos a pontos de venda de produtos *in natura*, como frutas e verduras, declaram maior consumo destes gêneros alimentícios, ao passo que pessoas que se encontram próximas

a redes de *fast food* apontam maior consumo de refrigerantes, açúcares e menor consumo de frutas e verduras, o que termina por desencadear quadros mais sérios de saúde pública, como a obesidade, por exemplo. Essa distribuição de estabelecimentos é influenciada pela lógica das grandes indústrias alimentícias, de modo que os alimentos processados são vistos nos comércios de pequeno porte com mais frequência que os produtos frescos.

Visando compreender a abrangência geográfica desta problemática, a UOL Tab publicou em 2017 (UOL, 2017) um estudo geral mapeando os pontos de venda de alimentos do município, dando visibilidade para a distribuição dos alimentos e suas categorias na base territorial do município de São Paulo. Assim, informações relevantes acerca de diferentes pontos de venda de alimentos podem ser observadas na Figura 1.

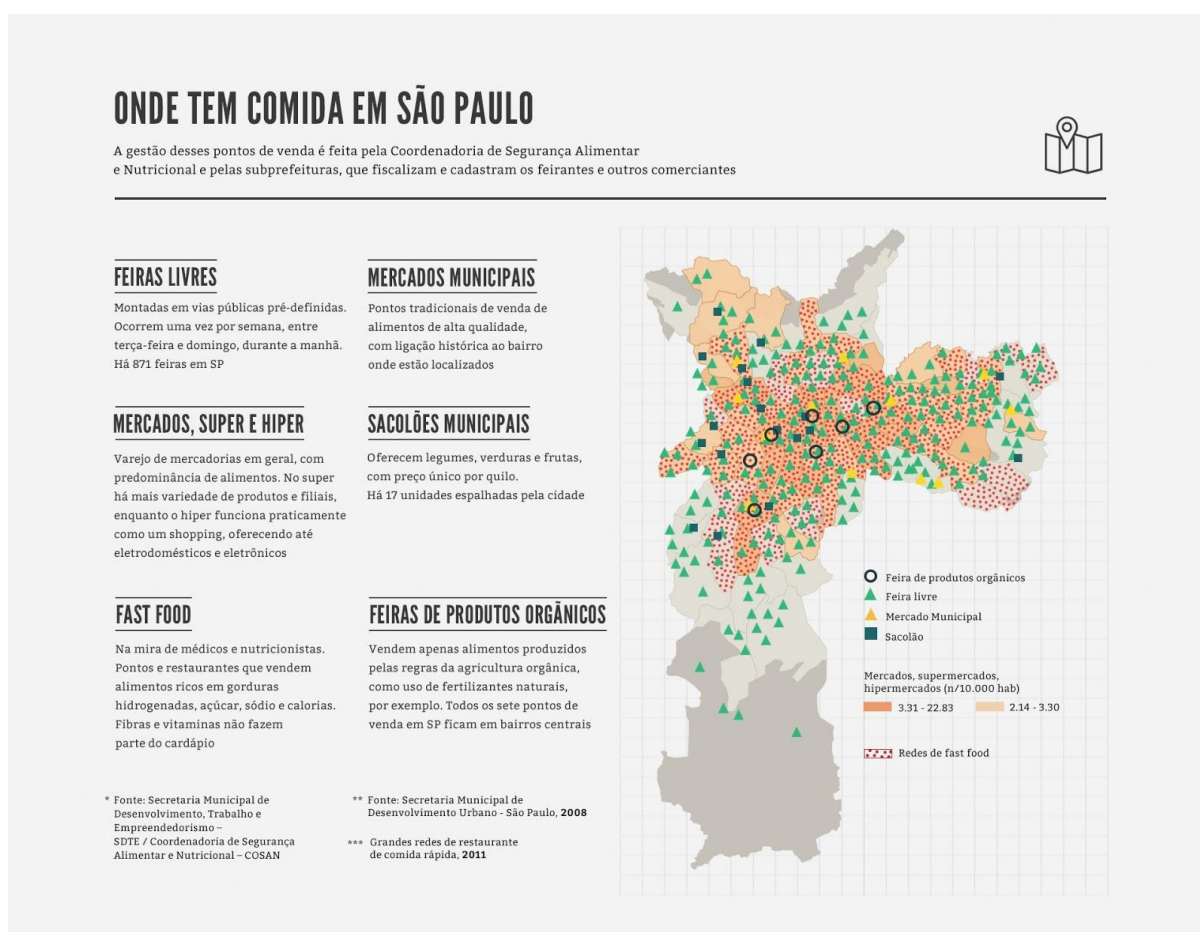


Figura 1 - Mapa contendo feiras, mercados, sacolões e redes de fast food de São Paulo.

Fonte: UOL Tab. Acesso em 08/01/2021.

Com base nesse estudo, é possível afirmar que o acesso a feiras livres é posto em comparação com as redes de *fast food*, podendo-se observar um número maior de redes de comida industrializada do que comércios de alimentos *in natura*. Quando são analisadas as

feiras orgânicas o cenário passa a ser ainda mais discrepante, uma vez que encontramos poucas feiras de produtos orgânicos na cidade de São Paulo, a maioria localizada mais próximas ao centro da cidade e raramente nas regiões das periferias. É válido ressaltar ainda que a feira orgânica de Itaquera não está relacionada na figura, diferentemente da feira de orgânicos do CERET.

1.1.2 Produção e acesso

Abordando a questão da produção comparada à distribuição, temos que entender que uma produção suficiente em termos numéricos não necessariamente condiz com uma situação em que todas as pessoas tenham igual acesso aos alimentos. Vivas (2017) afirma que, para um país ser soberano na questão alimentar, deve produzir mais de 250 kg de grãos por habitante/ano. A autora ainda evidencia que:

Tomando como referência estudos da FAO¹, atualmente são produzidos alimentos suficientes para alimentar 12 bilhões de pessoas para uma população de 7,2 bilhões. Mas 2 bilhões sofrem de deficiências de micronutrientes como Ferro, Vitamina A e Iodo, e 1,4 bilhão encontra-se acima do peso, sendo 500 milhões com problemas de obesidade. O Brasil conta com 3,4 milhões (1,7% da população) em situação de insegurança alimentar. [...] a produção agrobrasileira é suficiente para alimentar 1 bilhão de pessoas. O Brasil produziu uma tonelada de grãos por habitante [...] (VIVAS, 2017, p. 17).

A partir desse panorama é importante ressaltar que essas contradições entre produção e consumo desigual de alimentos requerem um estudo mais aprofundado, considerando um ponto de vista geográfico sobre os sujeitos sociais e econômicos que controlam a produção de alimentos e acabam influenciando o consumo alimentar da população brasileira.

Passamos a observar, portanto, que os reais problemas da sociedade no que se refere às questões de alimentação não estão relacionados somente à quantidade de alimentos que são produzidos, mas sim à má distribuição e qualidade dos alimentos que são ofertados para populações de diferentes poderes aquisitivos, constituindo, portanto, um problema de cunho político.

¹ Food and Agriculture Organization (Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura)

1.1.3 Renda e acesso econômico

No que se refere aos aspectos de renda e acesso econômico, a escritora Vivas (2017) afirma que a classe social na qual o indivíduo está inserido influencia fortemente seu consumo alimentar. A autora ainda menciona que os beneficiários desse modelo alimentar vigente, aqueles que mais passaram a lucrar com a situação atual, são grandes conglomerados agroalimentares e as grandes redes de supermercados.

Reforçando essa perspectiva socioeconômica, Vivas (2017) buscou compreender os mecanismos políticos e comerciais que vêm estruturando nossa alimentação, além de apresentar uma visão crítica na qual se opõe ao entendimento de que os alimentos sejam meras mercadorias, concepção que decorre da lógica capitalista de produção. Por último, utilizamos as conclusões da autora para debater sobre o papel dos pontos de venda de alimentos em relação ao consumo observado pela população.

Esse pensamento é complementado pela visão crítica acerca da distribuição da renda dos brasileiros que pode ter relação com os diferentes padrões de consumo de alimentos, como se observa em outra passagem de sua obra:

O desenvolvimento econômico do Brasil, quando medido através dos índices da renda média per capita, não pode ser contestado. Mas, se procurarmos auferi-lo, através da distribuição real das rendas pelos diferentes grupos sociais, mostra-se ele então bem menos efetivo. E a verdade é que o progresso social não se exprime apenas pelo volume da renda global ou pela renda média per capita, que é uma abstração estatística, e sim por sua distribuição real. E esta distribuição, em lugar de melhorar, de mostrar sua tendência a uma benéfica dispersão, cada vez mais se concentra em certas áreas e nas mãos de certos grupos. Faltou ao Governo a coragem de tocar nas estruturas de base, causadoras deste desequilíbrio, e de promover, com o processo de desenvolvimento, este nivelamento reequilibrante do conjunto econômico do país (CASTRO, 2008, p. 275).

Logo, uma produção que se distribui de forma desigual pelo território brasileiro acarreta um consumo desigual, no qual a renda exerce influência fundamental para entendermos que camada social é beneficiada quando se trata da aquisição de alimentos mais saudáveis. No limite, um acesso comprometido aos alimentos de qualidade gera quadros de fome em graus diferentes.

Fortalecendo a visão dos autores sobre a restrição do consumo de alimentos saudáveis a uma determinada camada social em decorrência da renda, consideramos importante antecipar alguns dados revelados pelos questionários aplicados como parte da pesquisa e que serão

interpretados à luz da fundamentação teórica, sendo que faremos uma análise mais detalhada e individualizada das feiras no capítulo 3.

Notamos que os consumidores, tanto da Feira de Orgânicos do Tatuapé, quanto da Feira de Orgânicos de Itaquera, apresentam dados de renda mensal bem variado, com destaque aos consumidores que ganham mais de 8 salários-mínimos (35.3%) por ser um valor expressivo, tendo em conta que a renda média brasileira é de R\$ 1.406,00 (IBGE, 2019).

Por se tratar de uma forma de construção da territorialidade popular desde a sua origem (MASCARENHAS e DOLZANI, 2008), como será destacado no próximo capítulo, entendemos o consumo da feira tradicional atendendo preferencialmente às camadas da população de menor renda, ao passo que, quando analisamos os dados das feiras orgânicas, vemos uma população de maior renda frequentando esses espaços. É importante salientar que esses dados de renda sofrem algumas modificações dependendo da feira que é analisada, o que será abordado no capítulo 3.

A partir dos dados coletados por meio dos questionários aplicados, é importante elucidar que entendemos sim o consumo de alimentos orgânicos como uma alternativa ao alimento convencional, porém as informações obtidas mostram que esse consumo está sendo feito de forma desigual, conforme apontam os resultados tratados brevemente neste capítulo e o que será abordado nos capítulos seguintes.

Tendo o aspecto da renda como base atrelada à figura 1, notamos que a oferta de alimentos influencia em grande parte o consumo de dada região e, considerando a quantidade muito maior de feiras livres tradicionais em relação às feiras orgânicas, entendemos que os preços atrelados aos produtos orgânicos seguem a lógica de mercado de quanto menor a oferta, maior o preço. Logo, se as políticas públicas valorizassem a importância dos produtos orgânicos para a alimentação da população, alinhando-se aos resultados de diversas pesquisas, poderíamos observar um cenário de abastecimento orgânico ou até agroecológico nas periferias da cidade de São Paulo.

2.1 Carências alimentares

Outro aspecto relevante que devemos abordar é a carência alimentar. Neste sentido, ainda que sua obra original date de meados do século XX, os conceitos trazidos por Castro (2008) continuam importantes para entendermos o contexto atual, na medida em que o autor afirma que a fome não deve ser descrita somente pela ausência de alimentos. Esta definição de

escassez total corresponde à fome absoluta e acomete apenas uma pequena camada da população nos dias de hoje, porém há carências que são muitas vezes ignoradas e que estão amplamente difusas em diversos setores da sociedade. Em sua obra, é reconhecido que:

[...] não é apenas quando nossa alimentação é insuficiente que estamos ameaçados. Também o estaremos se ela for mal constituída. Neste último caso, surge uma série de estados de subnutrição. Quando essa subnutrição é grave, pode tornar-se rapidamente mortal: traduz-se por doenças de há muito conhecidas, mas cujas causas permaneciam ignoradas. Se a carência de moléculas indispensáveis for menos pronunciada, determinará o mau funcionamento do organismo, o desenvolvimento defeituoso das crianças, a fraqueza parcial dos adultos, certa desagregação do estado mental e, por fim, a degeneração progressiva terminando por provocar o desaparecimento de grupos humanos. Os efeitos de uma má alimentação são, por conseguinte, muito mais profundos e mais amplos do que se pensava. Influem na duração e na qualidade da própria vida, na capacidade de trabalho, no estado psicológico das populações (MAYER, 2008, apud CASTRO, 2008, p. 7).

Além disso, o autor complementa apontando que:

A alimentação do brasileiro tem-se revelado, à luz dos inquéritos sociais realizados, com qualidades nutritivas bem precárias, apresentando, nas diferentes regiões do país, padrões dietéticos mais ou menos incompletos e desarmônicos. Numas regiões, os erros e defeitos são mais graves e vive-se num estado de fome crônica; noutras, são mais discretos e tem-se a subnutrição. Procurando investigar as causas fundamentais dessa alimentação em regra tão defeituosa e que tem pesado tão duramente na evolução econômico-social do povo, chega-se à conclusão de que elas são mais produto de fatores socioculturais do que de fatores de natureza geográfica (CASTRO, 2008, p. 50).

Essa visão sobre a fome é essencial para refletirmos acerca da qualidade do alimento que está sendo ingerido, sendo primordial haver uma discussão sobre os alimentos orgânicos utilizando-se as bases da ciência geográfica. Assim, nesta investigação buscaremos entender a influência das duas feiras orgânicas selecionadas com os pontos levantados pelo autor Josué de Castro (2008), identificando uma modalidade adequada de consumo alimentar que se opõe aos efeitos nocivos da má alimentação.

A alimentação pode se tornar deficitária em razão da qualidade e diversidade dos alimentos ingeridos, podendo se tornar visível com a manifestação de enfermidades como obesidade, diabetes e outras doenças crônicas não transmissíveis, como salienta Duran (2013, p. 31):

Diversos estudos apontam a mudança nos padrões de consumo alimentar da população como uma das causas do aumento da prevalência de obesidade e

doenças crônicas, como diabetes e hipertensão (WHO, 2003). O crescimento do consumo de alimentos com alta densidade energética e geralmente altamente processados e, em alguns casos, diminuição no consumo de alimentos típicos de uma dieta mais tradicional e rica em frutas e hortaliças é vista em várias regiões do mundo (POPKIN et al., 2012). Em nosso país, evidências mostram mudanças no padrão alimentar. O consumo de leguminosas e alguns cereais diminuiu, e o consumo de alimentos ultraprocessados, como refrigerantes (LEVY et al., 2012) e *snacks* (BEZERRA et al., 2013), aumentou.

Entende-se ainda que a forma como as pessoas vêm se alimentando tem sofrido grandes alterações em países emergentes, onde o consumo de produtos *in natura* se enfraqueceu em detrimento dos produtos industrializados. Como consequência, temos casos de carências nutricionais e, ao mesmo tempo, uma ingestão de calorias acima do suficiente (BRASIL, 2014).

Além disso, é importante ressaltar que durante as crises, como por exemplo a crise gerada pela pandemia de COVID-19, os alimentos frescos se tornam mais inacessíveis, de modo que a:

[...] dieta dos que têm menos se deteriora rapidamente. Compra-se pouco, barato e se come mal. A espiral de desemprego, escassez, expulsões e fome prendem mais e mais famílias. As demandas de ajuda para comer aumentam na mesma proporção em que se aplicam os cortes orçamentários e retiram os nossos direitos (VIVAS, 2017, p. 39).

Ademais, criam-se condições que favorecem o consumo de certos alimentos de baixa qualidade a partir da facilidade em relação ao acesso e propaganda com a finalidade de estimular a aquisição desses bens, visto que observamos em determinadas regiões uma frequência maior de “estabelecimentos com maior quantidade, variedade e menor preço em detrimento a alimentos considerados saudáveis, como frutas e hortaliças” (DURAN, 2013, p. 34).

Mesmo considerando os alimentos frescos, como as frutas e hortaliças produzidas por meio da agricultura tradicional, como mais saudáveis do que os produtos industrializados, devemos nos atentar para o fato de que esses alimentos podem eventualmente gerar problemas ambientais e de saúde, ao contrário dos alimentos orgânicos que tendem a ser mais sustentáveis, como será tratado no próximo tópico.

O Brasil vem quebrando recordes na produção de grãos, porém utilizando-se de um sistema de monoculturas e, portanto, com uma pequena variedade na cultura de cereais, o que acaba por empobrecer a alimentação dos brasileiros, embora atenda aos interesses dos latifundiários e exportadores de commodities.

Os latifundiários baseiam sua produção em largos campos de monoculturas. Para que esse sistema de grandes plantações se mantenha, é necessário que haja o controle de pragas, realizado por meio da utilização de diversos agrotóxicos que são responsáveis por danos ambientais ligados à contaminação de corpos d'água, degradação do solo, aumento da resistência de pragas e diminuição da biodiversidade (BRASIL, 2014), além dos inúmeros riscos à saúde humana decorrentes da ingestão de produtos contaminados.

Essa questão não será tratada diretamente no âmbito da produção, porém analisamos feiras orgânicas, locais que comercializam alimentos sem os produtos químicos utilizados pelos grandes produtores. Essas feiras orgânicas servirão de ponto de partida para compreender se a oferta de alimentos orgânicos influencia e se atende as demandas das populações próximas em termos de variedade e localização ao traçarmos padrões de consumo relacionados a elas.

3.1 Agrotóxicos

Abordando o problema dos agrotóxicos, é importante ressaltar que após a Segunda Guerra Mundial, a questão agrícola voltou a estar em pauta. Com o slogan de aumentar a produção agrícola, foram implantadas novas tecnologias na produção, como a introdução de sementes e agrotóxicos. Esse período ficou conhecido como Revolução Verde e foi responsável por algumas disfunções ambientais e sociais que notamos até hoje, como afirma Vivas (2017):

Entre 1970 e 2008 houve redução em 30% da biodiversidade no mundo. E, desde essa data, passamos a consumir 50% mais recursos naturais que nossa capacidade de produção. É o período da implementação da “revolução verde” – uso intensivo dos agroquímicos na agricultura. Em 2003, apenas 15 espécies respondiam por 90% dos alimentos vegetais, e apenas quatro cultivos – milho, trigo, arroz e soja – respondiam por 70% do consumo. (VIVAS, 2017, p. 16).

Sobre esse uso intensivo de pesticidas, fica evidente que trouxeram diversos problemas à sociedade em que vivemos. Os seus efeitos são diversos, havendo relatos de que:

Afeta os sistemas aquáticos, já que sua alta toxicidade e a persistência de químicos degradam as águas. Afeta a saúde humana, pois a inalação, a ingestão e o contato com a pele destes produtos químicos incidem no número de casos de câncer, deformidades congênitas, deficiências no sistema imunológico e mortalidade. E afeta o meio ambiente, com a morte de organismos, geração de cânceres, tumores e lesões em animais, através da inibição reprodutiva e o rompimento endócrino, entre outras (VIVAS, 2017, p. 14).

Logo, é urgente dar origem a um outro paradigma alimentar, a partir da reflexão que considera o alimento não apenas como uma mercadoria ou um elemento que faz parte de uma função mecânica. Deve haver uma consciência sobre aquilo que se come, sendo de suma importância que o consumidor saiba de onde vem determinado alimento, como foi a sua produção e, por fim, entender o valor daquele bem. Assim, são fortalecidas as bases para que haja uma soberania alimentar, onde o indivíduo pode decidir sobre a alimentação de forma soberana (VIVAS, 2017, p. 13). Naturalmente que este novo cenário pode ser favorecido por uma melhor distribuição de renda que facilite o acesso a alimentos de melhor qualidade.

A autora ainda sugere que somente a segurança alimentar não seria capaz de mudar a realidade que vivemos, pois ela se caracteriza apenas pelo acesso ao alimento, sem que haja o questionamento de que produtos estão sendo consumidos, de que forma estão sendo produzidos e onde a produção se realiza. Houve, então, a demanda por um termo, o da soberania alimentar, que trouxesse sentido para as lutas por melhores condições alimentares e da produção dos pequenos e médios agricultores.

CAPÍTULO 2 – A SOBERANIA ALIMENTAR POR MEIO DAS FEIRAS E DA AGRICULTURA ORGÂNICA

Conforme citado anteriormente, o termo soberania alimentar representa um conceito que envolve a necessidade de detenção dos meios de produção e recursos, como insumos, terra e água (VIVAS, 2017). Portanto, este conceito valida o entendimento da agricultura como um fator de desenvolvimento local, respeitando os aspectos ecológicos, apresentando-se em contraposição aos ideais do agronegócio, que gera diversos problemas tais como a eliminação dos pequenos produtores; a valorização de alimentos que são produzidos em localidades muito distantes do mercado consumidor; diminuição da diversidade alimentar e, ainda, graves distúrbios biológicos.

1.1 Soberania alimentar

Constatada a necessidade de modificarmos nosso entendimento acerca da produção, comercialização e consumo dos alimentos, é importante que adotemos um pensamento mais sustentável e coloquemos em prática atitudes mais adequadas do ponto de vista social e ambiental. Neste sentido, Vivas (2017) defende a soberania alimentar à medida que reconhece que:

Muitas são as iniciativas sociais que apontam nessa direção, a partir da agroecologia, grupos e cooperativas de consumo, hortas urbanas, cozinha comprometida e de quilometragem zero, compras diretas e sem intermediários aos agricultores locais e orgânicos. São iniciativas que ligam produtores e consumidores; estabelecem relações de confiança e solidariedade entre o campo e a cidade. Fortalecem o tecido social; promovem outra forma de produzir, no marco da economia social e solidária [...] (VIVAS, 2017, p. 195).

Essa nova forma de produzir e entender os alimentos vai ao encontro dos valores da Associação dos Agricultores da Zona Leste, que prezam por comercializar produtos orgânicos e agroecológicos a partir das hortas urbanas e periurbanas, utilizando-se de um circuito curto de comercialização, no qual os produtores vendem diretamente nas feiras, contribuindo para o estabelecimento de relações de confiança e valorização de uma economia solidária, como mencionado anteriormente.

Tomando por base os parâmetros da agricultura orgânica, Cerveira e Castro (1999, p. 8) apontam que ela busca reduzir:

[...] ao mínimo o impacto ambiental sem comprometer a eficiência da meta produtiva. Seu processo de produção tem como orientação normativa produzir alimentos num sistema produtivo que seja ambientalmente equilibrado, economicamente viável e socialmente justo (EHLERS, 1996). Isto é, trata-se de um esforço que procura, ao mesmo tempo, conservar os recursos naturais, garantindo a sustentabilidade do solo, da água, da biodiversidade e melhorar o nível de produtividade, favorecer a distribuição de renda e oferecer produtos saudáveis para os consumidores (PASCHOAL, 1994) (CERVEIRA e CASTRO, 1999, p. 8).

Por sua vez, Vivas (2017, p. 14) enfatiza que a agroecologia é entendida por:

[...] um novo modelo agrícola baseado numa prática que respeita o ser humano e a natureza sem a utilização de venenos ou insumos químicos industrializados para aumentar a produtividade do solo. Tal prática não se restringe apenas à produção, mas também à distribuição e à circulação dos alimentos. Segundo Olivier de Schutter, relator especial sobre o direito à alimentação da ONU entre 2008 e 2014, “é imperativo aplicar a agroecologia para acabar com as crises alimentares e ajudar a enfrentar os desafios ligados à pobreza e às alterações climáticas” (VIVAS, 2017, p. 14).

Devido ao caráter transformador dessas práticas, elas são defendidas nessa pesquisa como uma forma de superar a dinâmica atual mercadológica, procurando estabelecer uma sociedade pautada nos valores expressos nas definições de agricultura orgânica e de agroecologia para conseguirmos alcançar a soberania alimentar. Entendemos ainda que a agricultura orgânica se constitui como um passo importante rumo ao exercício da agroecologia em que tanto a produção de alimentos é pensada sob uma ótica sustentável sem o uso de agrotóxicos, como também fomenta um debate mais holístico do conjunto de práticas envolvidas nesse processo.

Portanto, ambos sistemas se manifestam como uma alternativa viável que defendemos neste trabalho. Além de apontarmos os alimentos orgânicos como um caminho mais sustentável, tanto politicamente como também social e ambientalmente, temos que pensar maneiras de viabilizar a sua produção e garantir o abastecimento da população, pautado na soberania alimentar. A partir dessa alternativa necessária e relevante, trazemos nessa pesquisa a feira como um ambiente ideal para a comercialização deste tipo de alimentos, tema que será abordado no próximo tópico.

As pessoas interessadas em adquirir produtos orgânicos podem obter informações sobre lugares que disponibilizam este tipo de produto acessando sites da *internet*, entre os quais destacamos uma iniciativa criada durante o período de pandemia, para a divulgação dos pontos

de venda de produtos orgânicos e agroecológicos, por meio do endereço <http://feirasorganicas.org.br/comidadeverdade>.

2.1 As feiras como meio tradicional de aquisição de alimentos

A população de muitas cidades brasileiras e em particular de São Paulo pode adquirir alimentos em diferentes lugares, com diferentes características, como mercados de diferentes portes, quitandas, empórios e feiras, entre outros. Sendo as feiras o foco desta pesquisa, enfatizaremos este espaço em nossa abordagem. Primeiramente, para facilitar a compreensão do leitor, trazemos uma breve contextualização histórica do desenvolvimento das feiras no território brasileiro, resgatando para isto a definição fornecida por Mascarenhas e Dolzani (2008, p. 75):

A feira livre no Brasil constitui modalidade de mercado varejista ao ar livre, de periodicidade semanal, organizada como serviço de utilidade pública pela municipalidade e voltada para a distribuição local de gêneros alimentícios e produtos básicos. Herança em certa medida da tradição ibérica (também de raiz mourisca), posteriormente mesclada com práticas africanas, está presente na maioria das cidades brasileiras, sobretudo naquelas com população superior a 300 mil habitantes [...]. Desempenham ainda hoje papel relativamente importante no abastecimento urbano, apesar das políticas públicas adversas que tiveram de enfrentar nos últimos 30 anos (MASCARENHAS e DOLZANI, 2008, p. 75).

Outra autora que resgata a história das feiras, dessa vez enfocando o município de São Paulo, Duran (2013) reconhece a feira-livre como um elemento varejista tradicional e disseminado pelo território nacional, de forma que ainda hoje mantém a importante função no comércio de alimentos frescos, as frutas e verduras, nos ambientes urbanos.

Além disso, a autora aponta que em 2012, somente na cidade de São Paulo, 869 feiras eram responsáveis por compor a oferta de alimentos do município, assim como mercados e outros estabelecimentos. Como já citado, a introdução desse tipo de comercialização de produtos remonta há um século atrás, visto que “em 1914, foi criada a Feira Livre por meio do ato do Prefeito Washington Luiz P. de Souza, não como projeto novo, mas sim como o reconhecimento oficial de algo que já existia, tradicionalmente, na cidade de São Paulo desde o início do século XIX” (DURAN, 2013, p. 49).

Em muitos casos, as feiras fazem parte do cotidiano do bairro e do dia-a-dia das pessoas que nele residem. Quando refletimos sobre a vida nas cidades, nos deparamos com os

ambientes em que o cotidiano se reproduz e notamos que as feiras pertencem a uma tradição desse espaço na forma de territorialidade popular (MASCARENHAS e DOLZANI, 2008, p. 74). Esses elementos da paisagem urbana foram

[...] redefinidos no contexto urbanístico da racionalidade higienista da Belle Époque, a feira livre representa uma experiência peculiar de sociabilidade e de uso da rua, que há décadas sofre acusações de obsolescência, pela difusão ilimitada da automobilidade e das modernas formas de varejo (sobretudo os supermercados) (MASCARENHAS e DOLZANI, 2008, p. 74).

Portanto, esses territórios populares, em sua origem, se tornaram espaços de sociabilidade alternativa ao projeto de poder vigente. A análise acerca das feiras, além de gerar uma reflexão sobre a perspectiva física, fomenta também uma compreensão sobre as tendências da metrópole contemporânea (MASCARENHAS e DOLZANI, 2008, p. 75), à medida que forma nos territórios novos componentes do cotidiano, a fim de regular a sobrevivência física em si, como ainda apresentar o viés cultural e de ambiente viável à manifestação da cidadania.

Durante a segunda metade do século XX os supermercados aparecem no cenário brasileiro visando oferecer um serviço de autonomia no momento de realização das compras, fato que culminou na formação de grandes conglomerados industriais, aliados aos carros, sendo responsáveis por parte da visão de modernidade que observamos nas cidades atualmente. O apoio do governo se tornou primordial a essa rápida escalada da adesão aos supermercados como ambiente de compras preferencial dos brasileiros (MASCARENHAS e DOLZANI, 2008, p. 78), situando as feiras de forma marginal a esse processo.

Acerca desta transformação verificada nas últimas décadas, Duran (2013, p. 46) destaca que:

O crescimento do mercado urbano e a introdução de novos hábitos alimentares alterou a dinâmica de distribuição de alimentos nas cidades, em especial em relação à oferta de frutas e hortaliças. As feiras-livres eram o principal fornecedor destes alimentos na década de 60 e 70, sofrendo a concorrência dos supermercados nas décadas posteriores. Em 1983, dados do CEAGESP mostram que as feiras-livres eram destino de 48% do volume de produtos comercializados, tendo caído para 29% 10 anos depois (DURAN, 2013, p. 46).

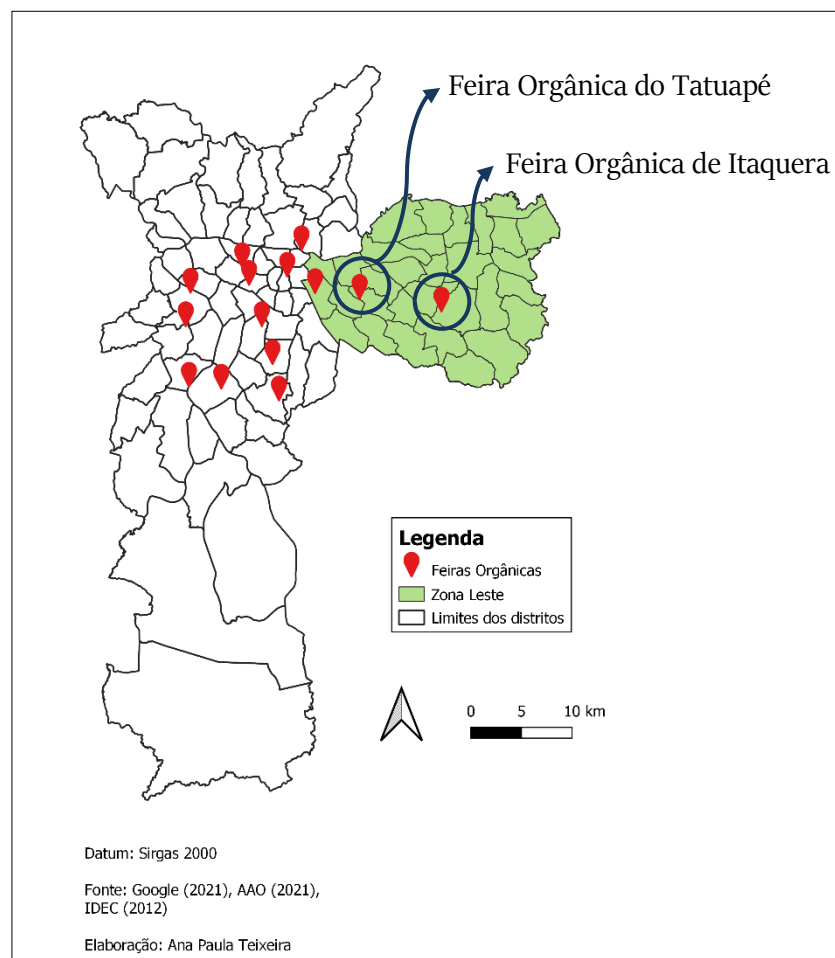
A “globalização alimentar”, pensada a fim de trazer lucros ao sistema agroexportador e às redes de supermercados, descarta os sujeitos que visam trabalhar a terra, transformando os alimentos em mercadoria. Essas práticas e políticas, em última instância, contribuem para um apagamento dos pequenos e médios produtores agrícolas e sociedades rurais (VIVAS, 2017, p. 13).

Logo, as feiras passaram a ser consideradas “territórios do desconforto, do informal, do transtorno, do atraso, do barulho e sujeira das ruas, enquanto os supermercados são massivamente apresentados como portadores do novo, do belo, do conforto, do "*american way of life*"” (MASCARENHAS e DOLZANI, 2008, p. 79).

Ainda conforme os autores, podemos observar que as feiras livres se encontram presentes no tecido urbano de grande parte das cidades brasileiras, assim como no município de São Paulo, resistindo a uma lógica de marginalização da cultura popular e de rua e que se constitui como a renda principal de diversas famílias. Esse ambiente, portanto, necessita ser ressignificado para que se possa dar continuidade ao seu caráter social, como uma tradição que se revela como um exercício de cidadania em constante prática.

Esse perfil de resistência é potencializado quando notamos que os produtos orgânicos vêm apresentando clara expansão de mercado e, considerando as feiras livres como um dos mais importantes locais de comercialização desses alimentos, as feiras livres orgânicas têm se mostrado como uma alternativa a esse panorama de acesso a alimentos de maior qualidade aliados a relações de sociabilidade mais tradicionais. Entretanto, uma vez que as feiras orgânicas ainda tendem a atender um público com maior poder aquisitivo, seu caráter popular é enfraquecido. Para contextualizar esse panorama, o Mapa 1 representa as feiras orgânicas do município de São Paulo.

Na imagem, podemos observar 14 feiras orgânicas, sendo elas a Feira do Bom Preço do Agricultor Orgânico, a Feira do Parque da Água Branca (AAO), a Feira livre de Produtos Orgânicos Biodinâmicos (Santo Amaro), a Feira Orgânica da Saúde, a Feira Orgânica do Ibirapuera, a Feira Orgânica do Parque Previdência, a Feira de Orgânicos do Mercado Central de São Paulo, a Feira de Orgânicos do Shopping Villa Lobos, a Feira de Orgânicos do Shopping Lar Center, a Feira Orgânica do Pacaembu, a Feira de Orgânicos do Parque Burle Max, a Feira Orgânica da Mooca, a Feira Orgânica do Tatuapé e a Feira Orgânica de Itaquera. As duas últimas feiras citadas se constituíram como o foco da nossa análise. Em destaque está o município de São Paulo para podermos compreender a distribuição das feiras orgânicas na região em que o presente estudo retrata, a Zona Leste.



Mapa 1 - Mapa contendo as Feiras Orgânicas de São Paulo. Em destaque a Zona Leste do Município enfocando as duas feiras estudadas.
Fonte: Autoria Própria.

O crescimento de mercado desses produtos acaba refletindo em uma maior produção orgânica. Atualmente, a América do Sul passou a ocupar a terceira posição em superfície produtiva em termos continentais, sendo que o Brasil apresenta 90.497 estabelecimentos que produzem alimentos orgânicos, cerca de 1,8% do total de propriedades. Além do caráter econômico ser positivo, temos que 90% dos produtores são pequenos e médios, sendo 70% destes agricultores familiares (PEREIRA *et al.*, 2015, p. 2798).

Segundo estes autores, o consumidor escolhe realizar suas compras nas feiras orgânicas devido à relação que o produtor estabelece com ele, havendo uma troca social entre esses sujeitos. A certificação dos produtos, portanto, se verifica em segundo plano, pois a relação “face-a-face” se constitui como um diferencial na aquisição de bens alimentares. Assim, entendemos o circuito curto de produção/consumo como uma via que se opõe fortemente e de maneira construtiva a um modelo de consumo que distancia o produtor do consumidor.

O modo como esses alimentos são produzidos e os menores impactos que eles causam são cada vez mais observados e valorizados pelos consumidores e, seguindo essa tendência de mercado, os governos também tendem a acompanhar esse cenário, implementando legislações mais rígidas voltadas ao meio ambiente, como também estimulando o produtor por meio de créditos a produtores rurais que apresentam uma produção mais sustentável, a exemplo do crédito disponibilizado pelo Banco Nordeste para agricultores orgânicos (CERVEIRA e CASTRO, 1999, p. 9).

A partir desse resgate realizado a fim de compreendermos melhor o papel das feiras na sociedade atual, com destaque ao papel das feiras orgânicas ressignificando a dinâmica comercial de alimentos frescos e saudáveis, é necessário entendermos também de onde vêm a produção que nelas são comercializadas, o que será abordado no tópico a seguir.

3.1 Agricultura Urbana e Periurbana

A crescente urbanização nas metrópoles brasileiras trouxe consigo soluções como maior acesso a emprego, serviços e lazer. Ainda que controverso e passível a diversas críticas, esse processo foi responsável por agregar núcleos populacionais. Porém, é válido ressaltar que esses núcleos, ainda que atendidos pelos elementos mencionados, acabam se afastando da cadeia de produção alimentar.

Antigamente o agricultor morava na zona rural e se alimentava da própria produção, porém a modernidade urbana trouxe alguns empecilhos para a manutenção dessa dinâmica agrícola. Uma vez que o produtor se muda para as cidades e sua necessidade de alimentos continua constante, vemos que esse busca alternativas para obter esses alimentos, recorrendo a compras em supermercados ou feiras.

Todavia, os alimentos consumidos por esses e outros indivíduos nas cidades muitas vezes têm origem em uma agricultura convencional, ou seja, realizada utilizando-se diversos agrotóxicos, e mecanizada. Desse modo, o pequeno produtor agrícola que deixou o campo se torna somente mais um “consumidor” urbano, passando a não possuir o controle dos gêneros alimentares que ingere.

A partir desse impasse, observamos na cena atual movimentos para resgatar os saberes agrícolas e inseri-los nos espaços urbanos, ressignificando alguns ambientes da cidade, à medida que são conferidos novos usos a eles como, por exemplo, a presença de hortas urbanas.

Essas iniciativas estão presentes tanto em áreas centrais das metrópoles, como por exemplo a horta comunitária do Centro Cultural de São Paulo, o Jardim no Rock (localizada no terraço da Galeria do Rock, no bairro República), a horta comunitária da Saúde e a horta das Flores, na Mooca (GLOBO, 2019), como também em regiões mais periféricas do tecido urbano, onde algumas áreas verdes ainda se fazem presente ou foram recuperadas pelos moradores do entorno. Um exemplo é a horta Sabor da Vitória, em Itaquera, analisada nessa pesquisa.

Pensando nisso, Valdiones (2013, p. 34) defendeu a agricultura urbana e periurbana por representarem resultados de políticas públicas que podem “contribuir para a garantia da segurança alimentar, geração de renda para populações urbanas em situação de pobreza e para a melhoria da qualidade ambiental”.

Sobre a definição do termo em si, temos que a agricultura urbana e periurbana se refere à “utilização de superfícies localizadas nas cidades ou em suas proximidades para a produção agrícola ou criação de pequenos animais, sendo destinados para o consumo próprio e comercialização em mercados locais” constituindo, ainda, um “conceito multidimensional que abarca a produção, transformação e prestação de serviços relacionados à geração de produtos agrícolas e pecuários” (VALDIONES, 2013, p. 34). Portanto, as atividades apontadas são associadas à dinâmica do ambiente urbano e apresentam relações com a gestão do território e da questão ambiental das cidades.

Como citado anteriormente, a presença da agricultura urbana e periurbana vem crescendo nas últimas décadas, em países com características econômicas distintas. Entre 1980 e 1990, essa modalidade agrícola se expandiu grandemente, à medida que recebeu suporte de organizações internacionais, as quais criaram projetos entre as nações para que houvesse um caráter cooperativo em relação as pesquisas sobre as particularidades da agricultura realizada nas áreas urbanas e periurbanas para que essas áreas fossem ampliadas e também que os agricultores recebessem o suporte técnico necessário (VALDIONES, 2013).

Dados obtidos por Valdiones (2013) apontam que cerca de 800 milhões de pessoas estejam envolvidas com a agricultura urbana ao redor do mundo, representando 20% do total de alimentos produzidos. Neste universo de pessoas, 200 milhões produzem com o objetivo de comercializar os alimentos e são responsáveis por empregar aproximadamente 150 milhões de trabalhadores.

4.1 Associação de Agricultores da Zona Leste (AAZL)

Durante a década de 1970, foram observados diversos movimentos em âmbito nacional a favor de uma agricultura alternativa, primeiramente enfocando a agronomia, a fim de que esses profissionais repensassem os modelos de produção e paradigmas neles inseridos. A modernização promovida pela Revolução Verde estava em destaque no país, ao mesmo tempo em que críticas a esse novo modelo começaram a se estruturar, assim como a reflexão sobre outros sistemas que poderiam ser eficientes, suprir a necessidade alimentar da população e causar menos danos (AAO, Quem Somos²).

Esse movimento se verificou em maior manifestação nos estados do Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul e São Paulo, posteriormente passou a abranger estados como Bahia, Paraná, Mato Grosso do Sul e Santa Catarina. Em 1990 a Associação de Agricultura Orgânica instalou sua sede no Parque da Água Branca, espaço cedido pela Secretaria de Agricultura e Abastecimento (SAA) (AAO, Quem Somos²).

De acordo com as informações contidas na página oficial da AAO:

Foi a primeira ONG brasileira a criar normas de produção orgânica centradas na realidade local, contemplando os critérios básicos para os agricultores se credenciarem na Feira do Produtor Orgânico. Destaque-se que as normas originais da AAO tinham um caráter educativo, orientador e normativo; não punitivo (AAO, Quem Somos²).

Portanto, a Associação de Agricultura Orgânica foi a primeira iniciativa no sentido de suprir a demanda por alimentos de melhor qualidade, os orgânicos, a qual acabou incentivando a criação de outras organizações que têm como objetivo diminuir o impacto ambiental, humano e outros riscos que o modelo de produção convencional apresenta.

Sobre esse consequente incentivo a esses novos modelos de agricultura, é importante ressaltar o seu papel em relação às feiras orgânicas estudadas. Em 2002, o Plano Diretor Municipal estava em pauta e percebeu-se, por meio de reuniões realizadas pelos moradores, a necessidade de gerar dados e regularizar os agricultores que plantavam em locais impróprios, como regiões próximas a fios de alta tensão, chácaras e margens de córregos. Logo, pensou-se em desenvolver essa produção de forma ordenada a partir de um mapeamento detalhado, sendo dado incentivo à venda desses alimentos produzidos por meio da agricultura urbana (AAZL³).

² Fonte: <http://aao.org.br/aao/quem-somos.php>. Acesso em 20 fev. 2021.

³ Fonte: <https://agricultoreszonaleste.org.br/quem-somos/>. Acesso em 20 fev. 2021.

Juntamente a esse processo, a lei da Agricultura Urbana e Periurbana foi primordial para a formação da Associação de Agricultores da Zona Leste, responsável pela produção comercializada nas feiras orgânicas que constituem o objeto de estudo da presente pesquisa.

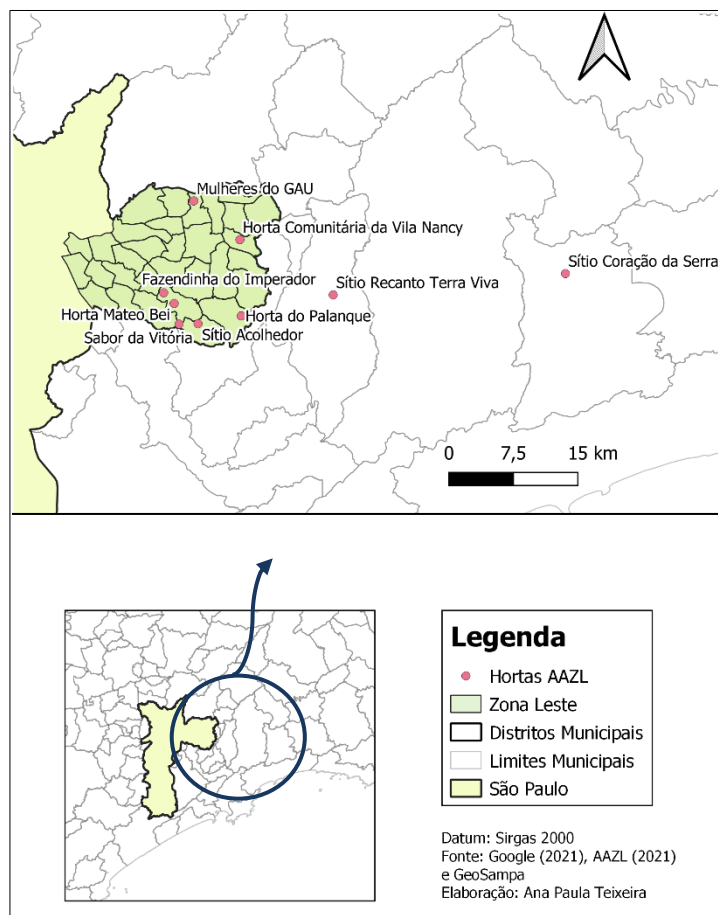
Outro marco importante ocorreu em 2005, quando a Subprefeitura de São Mateus deu início ao projeto “Dias de Campo”:

[...] com o objetivo de combater a fome, promover a geração de emprego, renda, inclusão social, incentivar a produção para o autoconsumo, venda direta do produtor, associativismo, agroecoturismo, aproveitamento das áreas vazias viáveis à produção agrícola, resgate e valorização da cultura local (AAZL³).

O ponto central na criação desse projeto era a promoção da agricultura familiar aliada a uma produção sem defensivos agrícolas. Assim, esse projeto se fortaleceu e deu origem à Associação de Produtores Orgânicos de São Mateus em 2009, com a finalidade de proteger os mananciais dessa região. Apoiados pela Subprefeitura e também pelo SENAR (Serviço Nacional de Aprendizagem Rural) para capacitar os agricultores, foram alcançadas diversas conquistas, como as mulheres que aprenderam a realizar conservas com a produção excedente visando comercializar de forma mais efetiva e gerando menos desperdício, além de obterem acesso a diversas tecnologias para a produção agrícola.

Após esse momento, a Associação foi autorizada a comercializar na Feira do Parque do Carmo, ao lado de outros feirantes, o que conferiu uma visibilidade maior aos produtos e produtores. A partir desse novo mercado, surgiu a necessidade de ampliar e diversificar a produção e a Associação, por meio de novas parcerias.

É importante citar que a associação possui 11 hortas com cerca de 40 agricultores, distribuídos pela Zona Leste do município de São Paulo. Para fins de contextualização, inserimos o mapa a seguir.



Mapa 2 - Hortas da Associação dos Agricultores da Zona Leste (AAZL).
Fonte: Autoria Própria.

Ressaltamos ainda que alguns dos agricultores pertencentes à AAZL estão em busca de produzir conforme a normas oficiais da agricultura agroecológica, recebendo um Protocolo de Transição Agroecológica. Portanto, os agricultores que já apresentam boas práticas de uso do solo são apoiados por essa proposta e são auxiliados para que o processo gradual de transição para um agroecossistema ocorra conforme as determinações da Agroecologia tanto nas áreas rurais, como também em urbanas e periurbanas do estado de São Paulo (AAZL, Certificações⁴). Quatro agricultores associados inclusive já apresentam esse certificado que está sendo mostrado na figura a seguir.

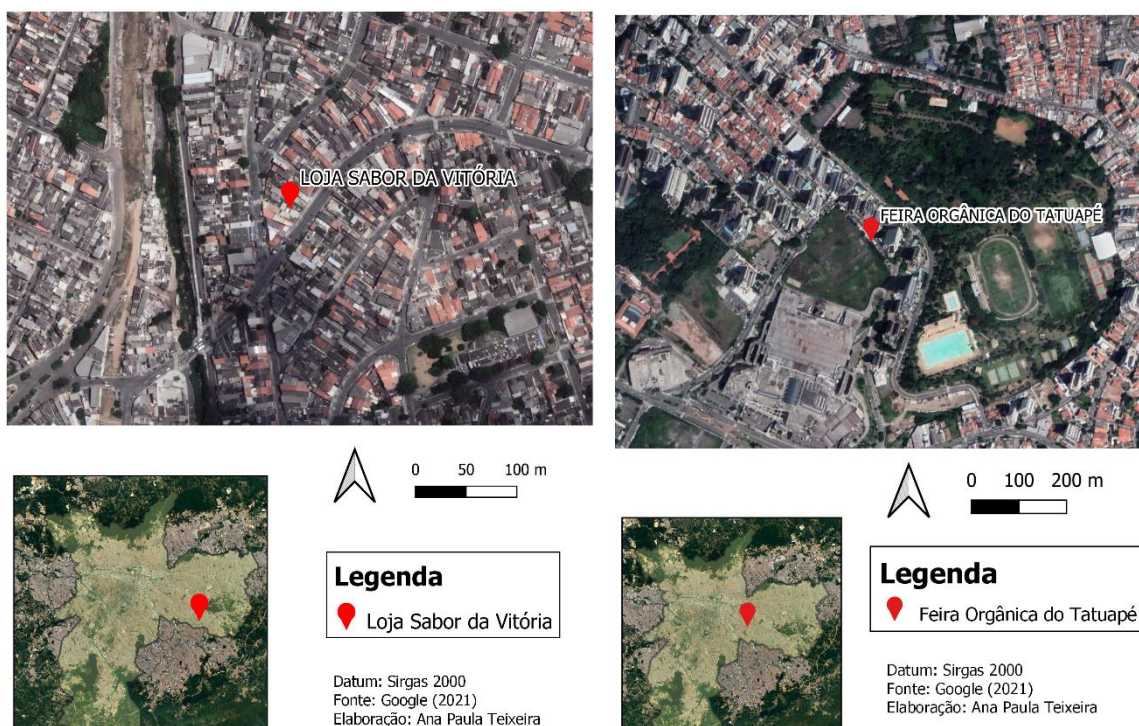
⁴ Fonte: <https://agricultoreszonaleste.org.br/certificacoes/>. Acesso em 20 fev. 2021.



Figura 2 - Certificado de Transição Agroecológica.
Fonte: AAZL, Certificações.

5.1 Panorama das feiras estudadas

Para fins de contextualização, observamos que a feira orgânica de Itaquera funciona no endereço Rua Cônego Antônio Dias Pequeno, 456 às terças e sábados, das 7h00 às 15h00, na loja Sabor da Vitória Orgânicos. Por sua vez, a Feira Orgânica do Tatuapé está na Rua Valter Gazarra s/n. e funciona às terças-feiras, das 7h00 às 13h00. Além dessa localização, a feira do Tatuapé ainda oferece a comodidade de entrega em domicílio. As figuras 3 e 4 apresentam as localizações das duas feiras.



A feira de Itaquera se realiza na loja Sabor da Vitória Orgânicos e é importante ressaltar que durante o período de pandemia os agricultores que colaboravam com essa feira tiveram dificuldades para comercializar nesse ponto de venda, portanto a Sabor da Vitória hoje conta com apenas dois colaboradores, o casal Terezinha dos Santos Matos e José Nildon dos Santos Matos, os quais possuem certificação de produção de orgânicos pelo Ministério da Agricultura, Pesca e Abastecimento através do Organismo de Controle Social (OCS). Para garantir que a produção esteja dentro das exigências legais, são realizadas visitas nas hortas, a fim de viabilizar o Plano de Manejo Orgânico (AAZL, Certificações⁴), sendo atribuído um selo de conformidade presente na Figura 5.



Figura 5 - Declaração de conformidade com as normas da produção orgânica.
Fonte: AAZL, Certificações⁴.

Sobre esses agricultores, é relevante ressaltar que o casal, vindo da Bahia, ouviu sobre a AAZL e começou a frequentar reuniões até que se interessaram em produzir com base em um acordo de uso firmado entre eles e o proprietário da terra. Em sua horta se cultiva cenoura, beterraba, hortaliças em geral, batata doce e yacon e inhame, entre outros itens (AAZL, 2018). A localização da horta e do ponto de venda estão presentes no mapa e nas figuras a seguir.



Mapa 3 - Localização da Horta, da Feira Orgânica de Itaquera (endereço antigo) e a Loja de Orgânicos Sabor da Vitória (endereço novo).
 Fonte: Autoria Própria.

As Figuras 6 e 7 mostram a produtora de alimentos orgânicos, Dona Terezinha, orientando os consumidores que buscam adquirir produtos saudáveis de sua horta, sendo possível perceber parte da área em que se dá o cultivo e a diversidade de itens produzidos no local.



Figura 6 - Horta urbana de orgânicos Sabor da Vitória.
Fonte: AAZL, Sabor da Vitória.



Figura 7 - Horta urbana de orgânicos Sabor da Vitória.
Fonte: AAZL, Sabor da Vitória.

É válido ressaltarmos que outros produtores realizavam a venda de alimentos orgânicos na mesma feira, porém com o agravamento da pandemia de COVID-19 esses agricultores optaram por comercializar seus produtos em um local mais próximo da própria horta (observar Mapa 3). Por um lado, essa medida facilitou a atividade dos produtores por diminuir sua locomoção, porém, de outro lado, a comercialização que era centralizada apresentou certa redução da quantidade dos produtos ofertados.

Sobre a feira do Tatuapé, conseguimos informações limitadas por meio das redes sociais e todas as inúmeras tentativas de contato com a responsável pela feira foram infrutíferas. Em sua página oficial no Facebook⁵, a Feira Orgânica do Tatuapé informa que foi inaugurada em 2016, a fim de promover produtos frescos vindos da horta e do pomar. A AAZL também participa dessa feira. Nesta feira comercializam-se também ovos, castanhas, frutas secas, chás, palmitos, tofu, cosméticos, leite, queijos, manteiga, adoçantes naturais, tapioca, salgados, pães, mel, fubá, geleias, doces, entre outros produtos orgânicos. A seguir, podemos visualizar a distribuição e tamanho da feira por meio de duas imagens retiradas da revista virtual Viva Tatuapé (2020).



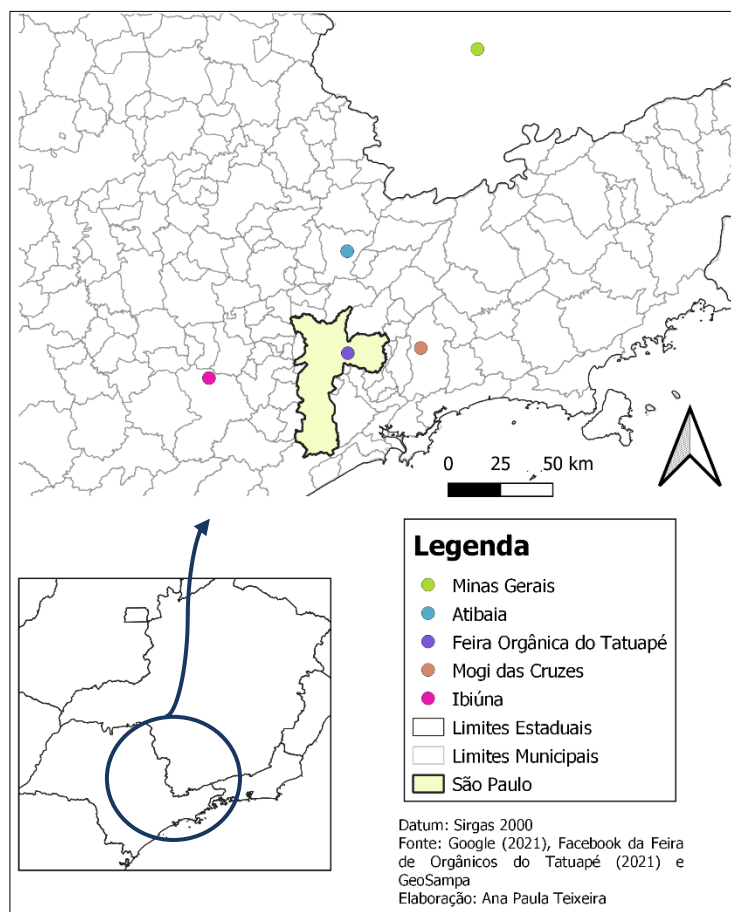
Figura 8 - Foto da Feira Orgânica do Tatuapé.
Fonte: Viva Tatuapé, 2020.



Figura 9 - Foto da Feira Orgânica do Tatuapé focalizando alguns dos produtos ofertados.
Fonte: Viva Tatuapé, 2020.

⁵ Fonte: <https://www.facebook.com/feiraorganicatatuape>. Acesso em 20 fev. 2021.

Além desses produtos, observamos que a feira realiza a venda de alguns alimentos processados, o que contribui para a variedade na oferta. Como informado pelos responsáveis pela feira, sua produção orgânica tem origem em Minas Gerais, Atibaia, Ibiúna e Mogi das Cruzes. O Mapa 4 apresenta a origem da produção comercializada na Feira Orgânica do Tatuapé.



Mapa 4 - Localização da produção da Feira Orgânica do Tatuapé e o ponto de comercialização.
 Fonte: Autoria Própria.

CAPÍTULO 3 – PERFIL DE CONSUMIDORES DAS FEIRAS ORGÂNICAS ESTUDADAS

Nesta pesquisa objetivamos compreender algumas relações de consumo que são estabelecidas nas feiras orgânicas dos bairros Tatuapé e Itaquera, tendo por base a aplicação de questionários abertos visando apoiar uma análise qualitativa. Conforme afirmado na Introdução, os problemas sanitários decorrentes da pandemia do COVID-19 impuseram que esses questionários contendo 21 questões fossem aplicados de maneira virtual por meio das redes sociais no Instagram e Facebook.

No total, foram coletados nove questionários de consumidores que frequentam a feira de orgânicos de Itaquera (Sabor da Vitória), entre eles o de uma pessoa que relatou consumir de ambas as feiras estudadas, portanto a mesma será considerada para a análise dos dois pontos investigados. Em relação à feira orgânica do Tatuapé, foram obtidos onze questionários que nos permitiram traçar relações entre os consumos e apontar algumas diferenças. Os resultados obtidos pela pesquisa serão discutidos à luz dos apontamentos teóricos baseados nos estudos dos autores Cerveira e Castro (1999), Perosa *et al.* (2009) e Pereira *et al.* (2015).

O estudo de Cerveira e Castro (1999) foi realizado na cidade de São Paulo e teve como foco a Feira de Produtos Orgânicos do Parque da Água Branca, controlada pela AAO, contando com uma amostra de 121 entrevistados em 1998. Por sua vez, Perosa *et al.* (2009) obteve uma amostra de 72 consumidores de orgânicos da cidade de Botucatu (SP) no ano de 2007. Já Pereira *et al.* (2015), realizou pesquisa no município de Pelotas (RS) com 341 consumidores de duas feiras de produtos orgânicos entre 2011 e 2012. Nos três estudos buscou-se identificar aspectos do padrão de consumo de produtos orgânicos, o que nos permitiu traçar comparações com a presente pesquisa, pois apresenta um foco semelhante.

A primeira pergunta se referiu à idade dos consumidores. Em Itaquera, a variação observada foi de 19 até 48 anos, com média de 32 anos. Por sua vez, os dados etários dos consumidos da feira orgânica do Tatuapé apontaram uma média de 36,7 anos, com valores dos respondentes entre 25 e 47 anos. Esses valores contrastam com os observados por Perosa *et al.* (2009, p. 66), cujos dados analisados revelam uma prevalência para a faixa etária entre 41 e 50 anos. O estudo de Pereira *et al.* (2015) também revelou valores semelhantes aos observados por Perosa *et al.* (2009), pois revelaram que a idade média dos consumidores entrevistados foi de 49 anos, apresentando mínimo de 18 anos e máximo de 85.

Dada essa notável diferença, precisamos entender em que meio essa pesquisa foi divulgada. Como já citado anteriormente, foram apresentadas certas dificuldades ao comparecimento presencial nas feiras estudadas devido aos protocolos de segurança requeridos pela pandemia de COVID-19 nos meses em que a pesquisa foi realizada. Portanto, a divulgação dos questionários pelo meio virtual foi a solução encontrada para obtermos os dados de forma mais segura.

Porém, é provável que nem todos os consumidores tenham acesso à internet e/ou não possuir conhecimentos técnicos para utilizar essa ferramenta, fato esse que pode ocorrer principalmente com os consumidores de maior idade. Essa falta de dados desses frequentadores provavelmente está relacionada ao fato de termos encontrado uma faixa etária menor quando comparada aos estudos citados.

O gênero foi o segundo quesito do questionário. Entre os consumidores de Itaquera, vemos uma predominância feminina de 77,8%, enquanto somente 22,2% do total é composto por homens. O percentual relativo à feira do Tatuapé é semelhante, sendo 81,8% composto por mulheres e apenas 18,2% de consumidores identificados ao gênero masculino. Essa prevalência feminina também é verificada na pesquisa de Pereira *et al.* (2015), na qual 66% dos consumidores eram femininos, corroborando com uma ideia construída socialmente de que “as mulheres são mais influentes do que os homens na escolha e aquisição dos alimentos para o lar” (PEREIRA *et al.*, 2015, p. 2799).

Sobre a escolaridade dos respondentes da feira de Itaquera vemos que 100% apresenta o ensino superior, enquanto 81,8% possuem esse nível de escolaridade em relação à feira do Tatuapé e 18,2% nível médio. Esses números se mostram maiores que os dados obtidos pela pesquisa de Perosa *et al.* (2009, p. 66), na qual aproximadamente 70% apresentam nível superior, 18,8% nível secundário e 5,8% primário. Houve um contraste maior ainda em relação os dados coletados por Pereira *et al.* (2015), pois os autores encontraram uma porcentagem de 40,18% referente aos entrevistados com ensino superior e 39% com Ensino Fundamental.

Ainda que tenhamos observado nos dados coletados a mesma tendência de maior presença de níveis de escolaridade superior entre consumidores de orgânicos conforme também destacado por Pereira *et al.* (2015), não devemos nos esquecer de que este resultado pode ter sido afetado ao menos em parte pelo método online utilizado na aplicação dos questionários. De todo modo, é importante frisar que Pereira *et al.* (2015, p. 2800) já havia afirmado que existem “diferenças significativas no nível de escolaridade entre os frequentadores de feiras orgânicas e de feiras convencionais”.

No que se refere ao quesito da renda, os resultados mostrados nos gráficos 1a e 1b mostram que há uma presença maior de consumidores com a faixa de rendimento mais alto (superior a 8 SM) na feira do Tatuapé, correspondendo a 40% dos declarantes, enquanto um percentual menor de 25% foi observado nos frequentadores da feira de Itaquera. Os maiores percentuais de consumidores na feira de Itaquera correspondem às faixas de renda de dois até cinco salários mínimos, computando 50% dos resultados. Uma visualização comparativa das faixas de rendimento com base nas respostas coletadas é possibilitada pelos gráficos.

Foram desconsiderados os consumidores que optaram por não declarar seus rendimentos a fim de organizar os dados e manter somente as informações que serão utilizadas para análise. Neste caso, as respostas de um consumidor de Itaquera e um do Tatuapé não estão computadas nos gráficos.

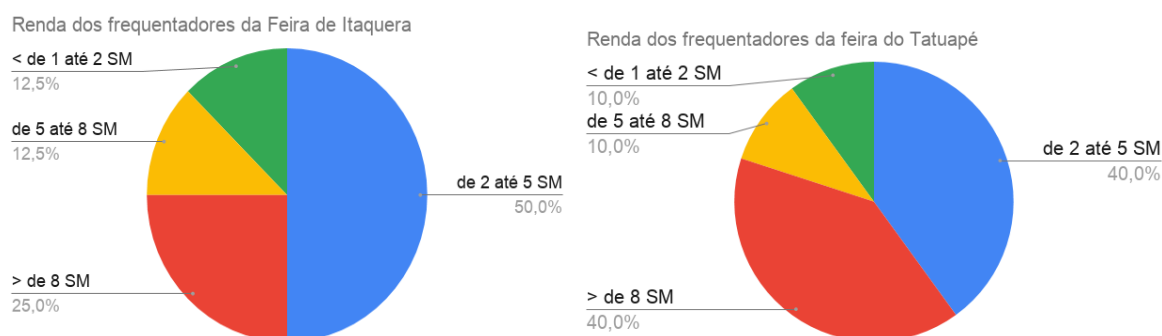


Gráfico 1a e 1b - Renda em salários mínimos (SM) dos consumidores das feiras orgânicas de Itaquera e Tatuapé.
Fonte: Autoria própria.

Os dois gráficos permitem constatar que a renda média dos frequentadores das feiras orgânicas investigadas reflete o poder aquisitivo dos dois bairros onde os dados foram coletados, de modo que há predomínio de maiores rendas no bairro Tatuapé e menores rendas no bairro de Itaquera. Esse fato se torna expressivo quando analisamos a porcentagem de consumidores com renda acima de 8 salários mínimos, pois enquanto temos 25% deste segmento na feira da Itaquera, vemos 40% na feira do Tatuapé, mostrando uma diferença expressiva.

A renda foi um aspecto importante que permeou esse estudo, primeiramente para a escolha dos bairros Tatuapé e Itaquera como área de estudo, pois são majoritariamente resididos por populações de média/alta e baixa renda, respectivamente, de acordo com dados da Prefeitura de São Paulo (SÃO PAULO, 2010), elaborados a partir do Censo Demográfico de 2010 do IBGE, que indica a renda média dos habitantes paulistanos, conforme podemos observar nos gráficos 2a e 2b mostrados a seguir.

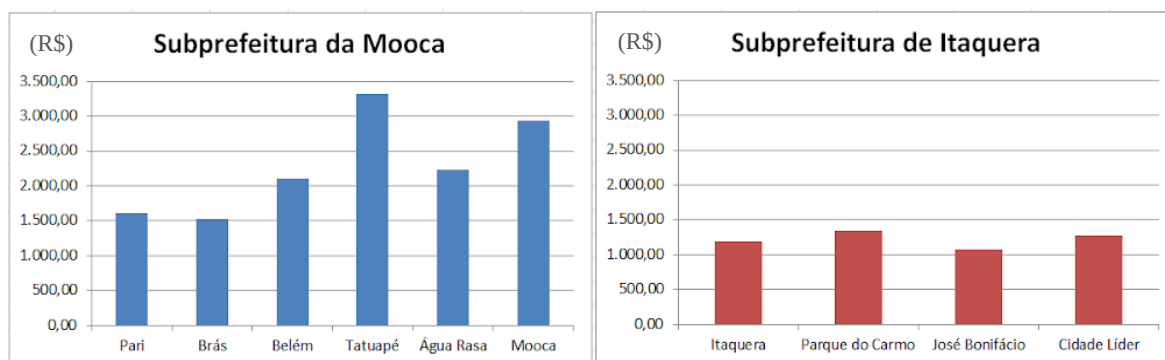
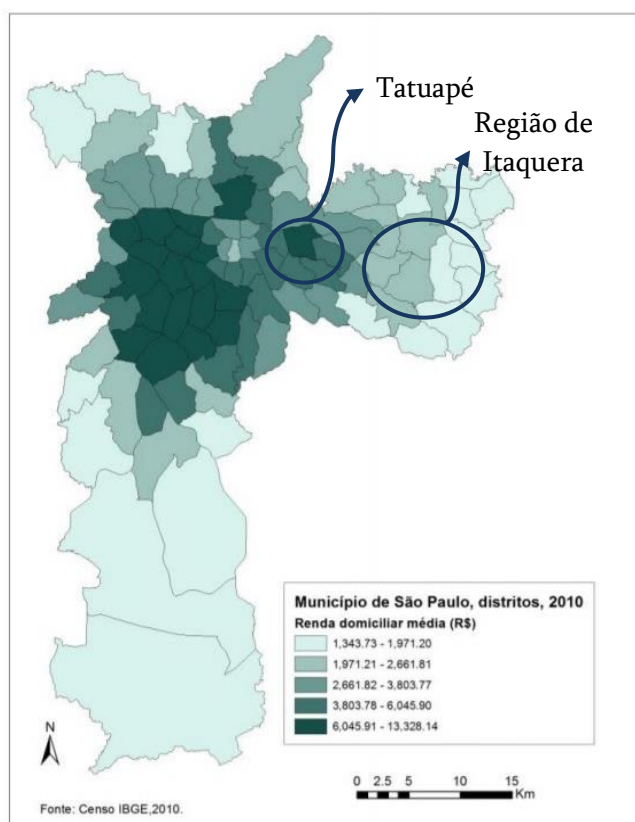


Gráfico 2a e 2b - Comparação do valor do rendimento nominal médio mensal (em reais) das pessoas de 10 anos ou mais de idade com rendimento segundo Coordenadoria Regional de Saúde (CRS), Supervisão Técnica de Saúde (STS) e Distrito Administrativo (DA) de Mooca e Itaquera, Município de São Paulo, 2010.

Fonte: Elaboração própria, 2021.

Essa diferença de renda observada nos gráficos nos auxilia a entender o contexto mais amplo do município de São Paulo, que apresenta uma grande heterogeneidade de renda, conforme se observa no Mapa 5, apresentado a seguir. Essa metrópole apresenta índices muito diferentes de distribuição e acesso a recursos básicos, mesmo sendo a principal potência econômica do país, sendo possível notar o contraste entre as rendas médias dos bairros Tatuapé e Itaquera, pertencentes à mesma região do município.



Mapa 5 - Renda média domiciliar do Município de São Paulo, sendo destacados os bairros do Tatuapé e Itaquera.

Fonte: Duran (2013, p. 58).

A análise dos dados trazidos pelo mapa e pelos gráficos são reforçadas pelos apontamentos de Cerveira e Castro (1999), que afirmam que:

Os dados atuais sobre preferência do consumidor não deixam dúvidas de que a tendência a médio e longo prazos será de que a qualidade se torne cada vez mais um parâmetro decisivo para as compras, especialmente à medida que melhore o nível de renda dos consumidores (PESQUISA, 1996). Essa é uma tendência forte observada há muito tempo em países desenvolvidos, com economias estáveis e elevados níveis de renda e que já se manifesta no Brasil (SPERS e KASSOUF, 1996) (CERVEIRA e CASTRO, 1999, p. 9).

Portanto, há uma tendência observada na qual “consumidores com a renda e o nível de escolaridade mais altos são mais propensos a comprar produtos orgânicos; inversamente, consumidores com a renda e o nível de escolaridade mais baixos são os que menos possuem conhecimento sobre agricultura orgânica” (PEREIRA *et al.*, 2015, p. 2799). Logo, notamos que renda e escolaridade são dois fatores que favorecem o consumo de produtos de melhor qualidade como os orgânicos.

Entendemos que mesmo os produtos orgânicos apresentando um preço mais elevado, os consumidores destes produtos pertencem a um grupo social que dispõe dos recursos necessários para dispendê-los de uma parcela maior de renda na alimentação.

O próximo tópico, local de origem dos consumidores, nos trouxe informações de que os frequentadores da feira do Tatuapé, em grande parte, são moradores do próprio bairro em que a feira está inserida (gráfico 4), ao passo que na feira de Itaquera isso não se verifica. Os consumidores desta feira vêm de localidades variadas, como podemos observar no gráfico 3, sendo que somente dois consumidores em nove, 22,2%, residem no bairro de Itaquera. Para facilitar a visualização, essas informações também estão contidas nos Mapas 6 e 7.

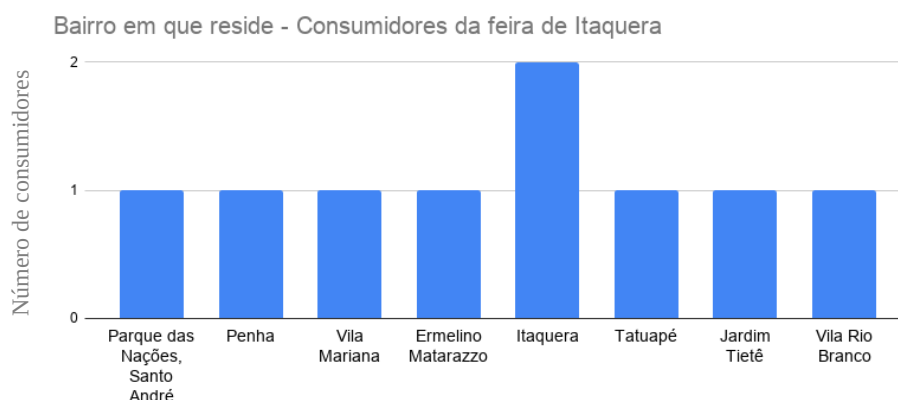
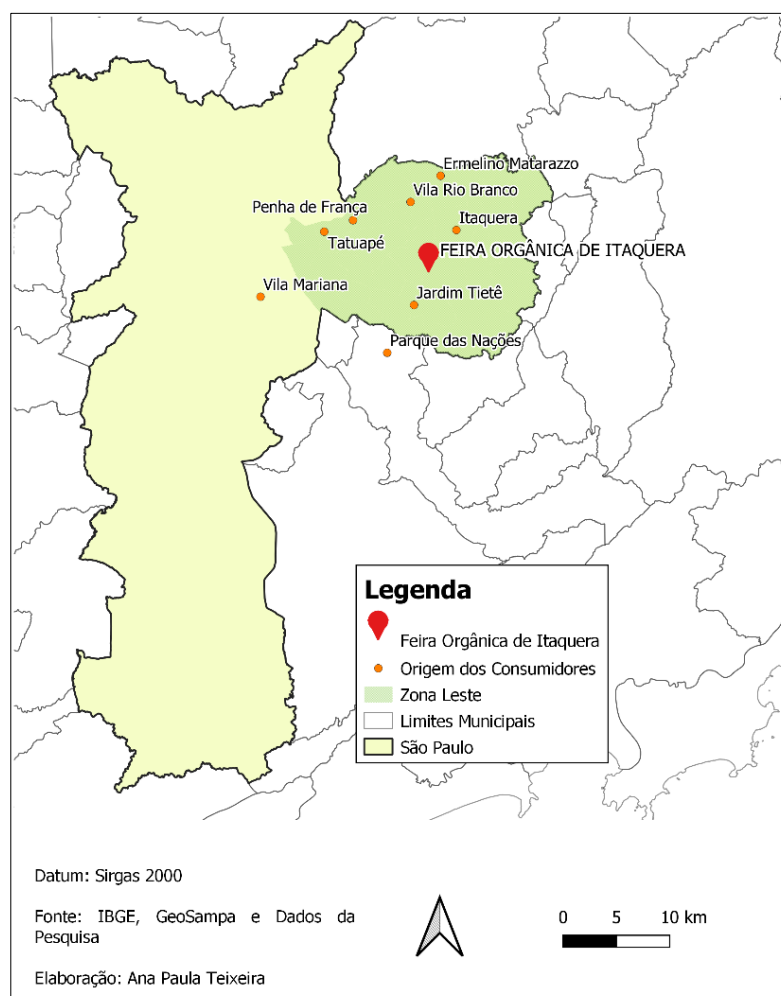


Gráfico 3 - Bairros de origem dos consumidores da Feira Orgânica de Itaquera.
Fonte: Autoria própria.



Mapa 6 - Origem dos consumidores da Feira Orgânica de Itaquerá.
 Fonte: Autoria Própria.

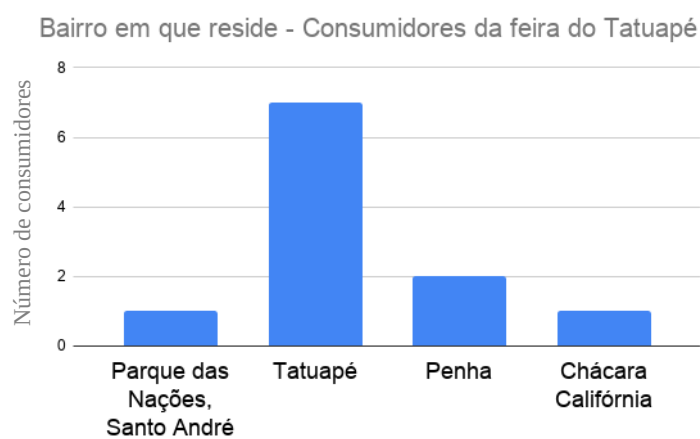
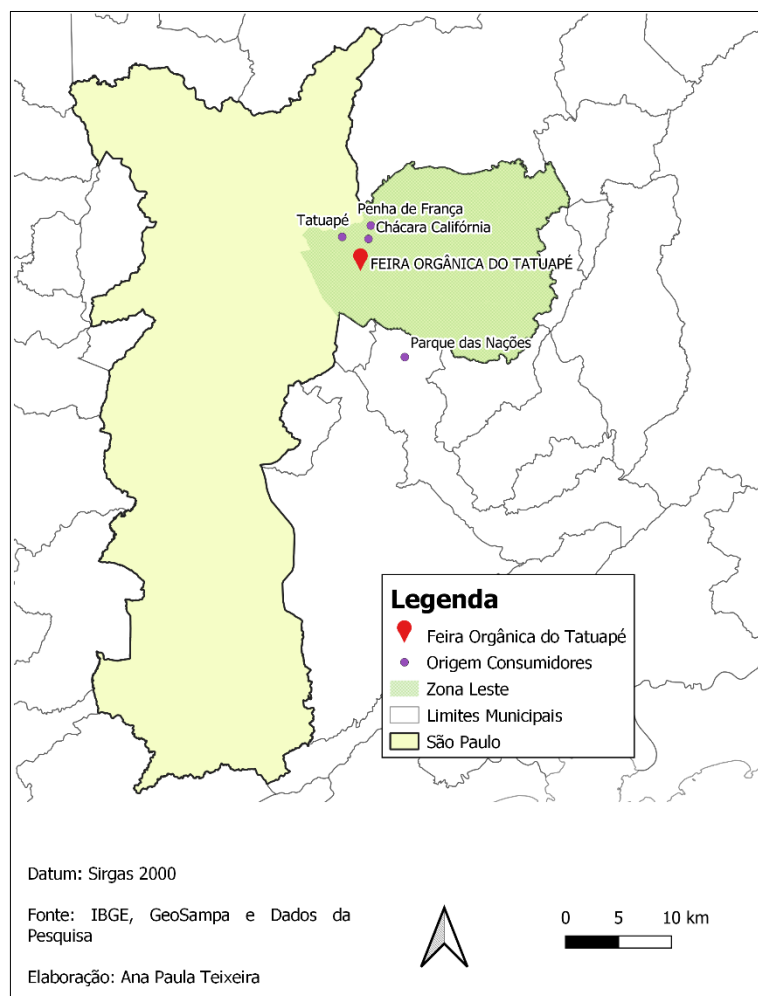


Gráfico 4 - Bairros de origem dos consumidores da Feira Orgânica do Tatuapé.
 Fonte: Autoria própria.



Mapa 7 - Origem dos consumidores da Feira Orgânica do Tatuapé.
 Fonte: Autoria Própria.

Esses dados nos permitem concluir que a feira de orgânicos de Itaquera está suprimindo uma necessidade por orgânicos não somente do próprio bairro, mas também dos bairros vizinhos que não possuem a oferta desses produtos ou essa oferta é insuficiente. É válido notar ainda que a consumidora residente no bairro da Vila Mariana nos informou que trabalha em Itaquera, sendo importante considerarmos esse consumo de orgânicos não apenas no bairro em que os consumidores residem, mas refletir que essas pessoas podem estar comprando os produtos em locais distantes de sua possível rotina.

Após a análise da renda e origem, foi considerado o transporte que esses consumidores utilizam para se locomover até a feira. Esses dados estão alinhados com os dados de renda, pois a maior parte dos frequentadores, 88,9% em Itaquera e 90,9% no Tatuapé, utilizam o carro como meio de locomoção até a feira. Apenas um consumidor de Itaquera e um do Tatuapé

utilizam outro meio de transporte, a pé e o transporte público, respectivamente, como apontam os gráficos a seguir.

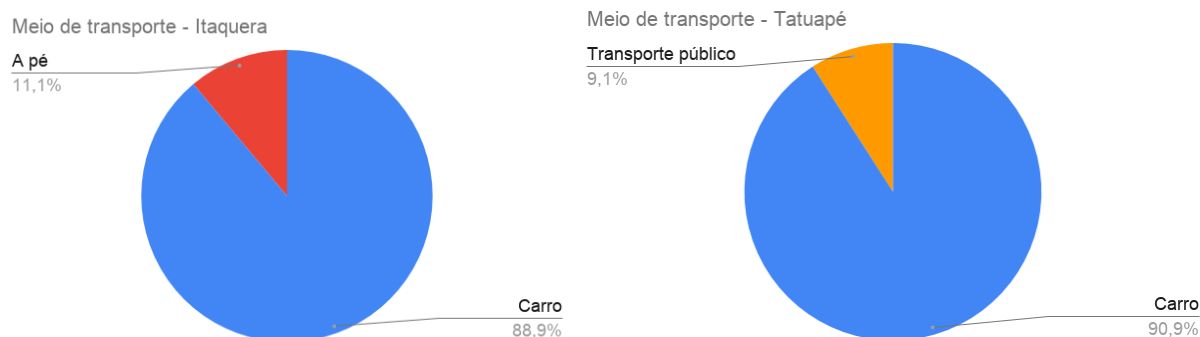


Gráfico 5a e 5b - Meio de transporte utilizado pelos consumidores para se locomoverem até a feira.

Fonte: Autoria própria.

Sobre a frequência de consumo de alimentos orgânicos notamos algumas diferenças entre as duas feiras estudadas, como se observa nos gráficos 6a e 6b.

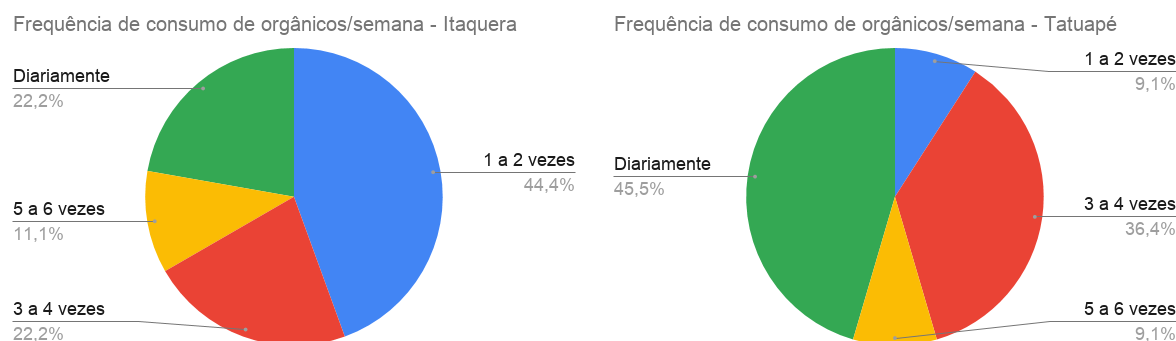


Gráfico 6a e 6b - Frequência de consumo de orgânicos nas feiras de Itaquera e Tatuapé.

Fonte: Autoria própria.

Os dados obtidos com os entrevistados que frequentam a feira do Tatuapé apresentam maior relação com o que foi observado por Pereira *et al.* (2015), visto que em sua pesquisa 41,94% da amostra consumia orgânicos diariamente, 28,45% de três a quatro vezes por semana, 23,46% de uma a duas vezes e 6,16% de cinco a seis vezes. Já os dados dos consumidores de Itaquera podem ser entendidos quando realizamos a contextualização do espaço em que esta feira está inserida, considerando os indicativos de renda do bairro, notando que uma menor

renda média pode ser considerada um fator determinante para o consumo menos frequente de orgânicos.

Além da frequência do consumo em si dos produtos orgânicos também devemos analisar a frequência de compra desses produtos. Neste sentido, observamos resultados diferentes dos encontrados na pesquisa de Cerveira e Castro (1999, p. 11), o qual notou que “mais de 80% fazem compras na feira semanalmente, isto é, mantêm a regularidade de suas compras”. Na presente pesquisa encontramos porcentagens mais baixas em relação a compra mais regular (consome sempre) e as compras eventuais (consome eventualmente) em ambas as feiras, com porcentagens próximas a 45% em cada uma dessas duas variáveis. O consumo raro (consome raramente) somente foi citado por um consumidor da feira de Itaquera.

Um fator que pode explicar uma compra não tão frequente é o presente quadro da pandemia de Covid-19 e as restrições relacionadas a ela ou ainda os preços não tão atrativos para uma compra semanal de alimentos. Os resultados observados na frequência de compra de orgânicos nas feiras de Itaquera e do Tatuapé são mostrados nos gráficos 7a e 7b a seguir.

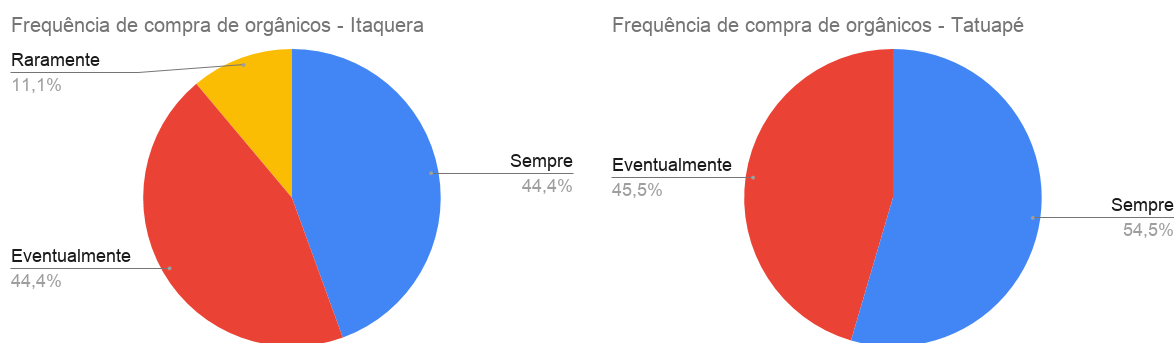


Gráfico 7a e 7b - Frequência da compra de produtos orgânicos.
Fonte: Autoria própria.

Sobre os tipos de alimentos que são consumidos na feira de Itaquera, temos uma ocorrência de 100% dos frequentadores comprando verduras e legumes, 77,8% frutas e ainda 11,1% consumindo fungos orgânicos. Enquanto isso, na feira do Tatuapé, temos alguns alimentos comercializados que não estavam presentes nas respostas dos frequentadores da feira de Itaquera, ou seja, carne, ovos e farinha. Do total, 90,9% dos consumidores comprou verduras e legumes, 81% frutas e 9% consumiu um desses gêneros: farinha, cogumelo, carnes e ovos.

Considerando o total da amostra, somente um consumidor da feira do Tatuapé consome apenas um tipo de alimento, enquanto a grande maioria apresenta uma compra

diversificada, o que é visto também na pesquisa de Perosa *et al.* (2009), na qual 82,61% consomem no mínimo dois tipos de produtos orgânicos. Este mesmo autor observa que o maior consumo se verifica na compra de verduras e legumes (94,20%) e em seguida as frutas (75,36%). Portanto, podemos notar que os valores encontrados foram semelhantes aos observados em outros estudos do gênero.

É pertinente analisar o que os consumidores entendem por alimentos orgânicos e neste sentido identificamos que 75% dos frequentadores da feira de Itaquera compreende que são alimentos livres de agrotóxicos, enquanto 12,5% cita que são produtos que contribuem com uma melhor qualidade de vida e outros 12,5% ainda defendem esses alimentos como sendo sustentáveis e justos. Na feira do Tatuapé observamos dados semelhantes, pois cerca de 80% defende que os alimentos orgânicos são sem “veneno”, enquanto outros 20% notam que esses alimentos são mais saudáveis.

Estes resultados são convergentes com os apontamentos de Cerveira e Castro (1999, p. 14), autores que afirmam que “é fácil notar que mais da metade dos consumidores citou que o produto orgânico não contém agrotóxico. Esta é uma reação às informações passadas pela mídia e pelos meios informais de comunicação de que o produto orgânico tem essa característica”. Os autores ainda apontam que mesmo sabendo da ausência de fertilizantes químicos na produção, os consumidores tendem a não reportar sobre as técnicas envolvidas nessa produção.

Outro ponto observado pelo autor e também pela presente pesquisa é a falta de consumidores que demonstram ter o conhecimento sobre o impacto da produção no meio ambiente, aspecto apontado por Cerveira e Castro (1999, p. 14):

Desse modo, um dos pilares que justificam a agricultura orgânica é desconhecido pelo consumidor paulistano de produtos orgânicos, pois, um dos objetivos centrais desse sistema de cultivo é produzir alimentos com mínimo impacto sobre o ambiente. Esse fato denota um amplo espaço a ser assumido pela educação ambiental (CERVEIRA e CASTRO, 1999, p. 14).

O tempo de consumo de orgânicos também foi levado em conta para traçarmos um perfil de consumidores mais fiel. Os frequentadores da feira de Itaquera têm média de consumo de 5 anos, enquanto os da feira do Tatuapé tem média de 4 anos de consumo. Com isso, podemos inferir que o consumidor tem se interessado mais pelo consumo dos orgânicos nos últimos anos, o que condiz com o observado por Cerveira e Castro (1999, p. 11) quando afirma

que este tipo de consumidor é recente, pois “começou a comprar esses produtos há pouco tempo, após a inauguração da feira”.

Como os dados de frequência de compra de orgânicos se dividem entre “sempre” e eventualmente”, podemos afirmar que o consumidor busca esses produtos muitas vezes como alternativa, porém não podemos inferir que esse consumidor visa adquirir majoritariamente os produtos orgânicos.

O preço dos produtos orgânicos é um fator de extrema importância, pois muitas vezes acaba por influenciar um consumo mais tradicional em detrimento do consumo de orgânicos. Apenas 22% dos frequentadores da feira de Itaquera apontam que os preços dos orgânicos são equivalentes aos alimentos produzidos pela agricultura tradicional, enquanto quase 78% afirmam que os produtos orgânicos possuem preços mais elevados. A situação é semelhante quando tratamos da feira do Tatuapé, onde quase 91% dos consumidores entendem os preços dos orgânicos acima dos convencionais.

Para complementar esses dados, coletamos informações de até quanto a mais esse consumidor estaria disposto a pagar pelos alimentos orgânicos, o que vemos nos gráficos 8a e 8b a seguir. Podemos notar que, nas duas feiras, o consumidor se dispõe a gastar até 20% a mais para adquirir produtos orgânicos.

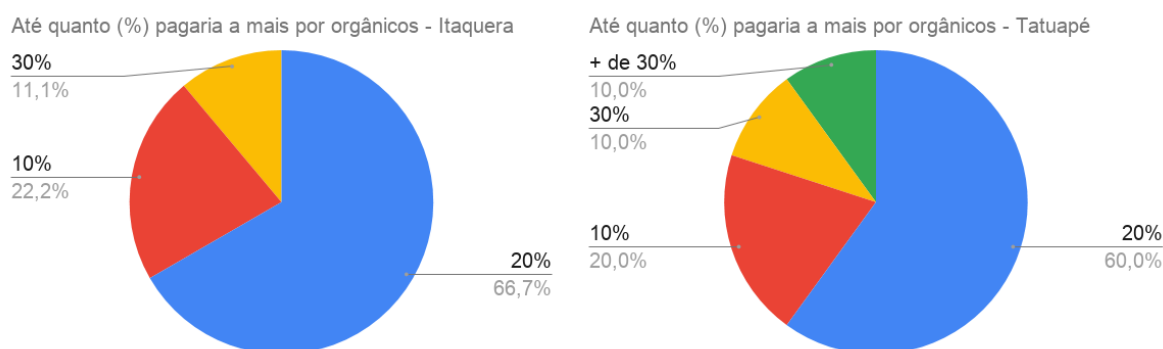


Gráfico 8a e 8b - Até quanto, em porcentagem, o consumidor pagaria para adquirir orgânicos.
Fonte: Autoria própria.

Com base nesses dados, é possível concluir que a grande maioria das pessoas investigadas entende os preços dos orgânicos como sendo mais elevados do que os convencionais, porém ainda consomem estes produtos em certa medida. Os dados obtidos diferem dos observados por Cerveira e Castro (1999), pois os autores coletaram informações que apontam uma porcentagem alta de consumidores que estão dispostos a pagar acima de 30%

para obter esse tipo de alimento (cerca de um terço), enquanto a presente pesquisa denotou somente 10% em uma das feiras analisadas, ou seja, do Tatuapé.

Além de constatarmos uma tendência entre os consumidores de disporem de até 20% a mais para investirem nos orgânicos, verificamos que o comprador está ciente de que desembolsa um valor a mais para consumir esses produtos.

Para traçarmos um perfil mais fiel do consumidor, é importante entendermos de onde essas pessoas buscam informações sobre os produtos orgânicos. Notamos que a maioria expressiva das respostas aponta para a *internet* como o meio de conhecer mais sobre orgânicos em ambas as feiras, como visto nos gráficos 9a e 9b.

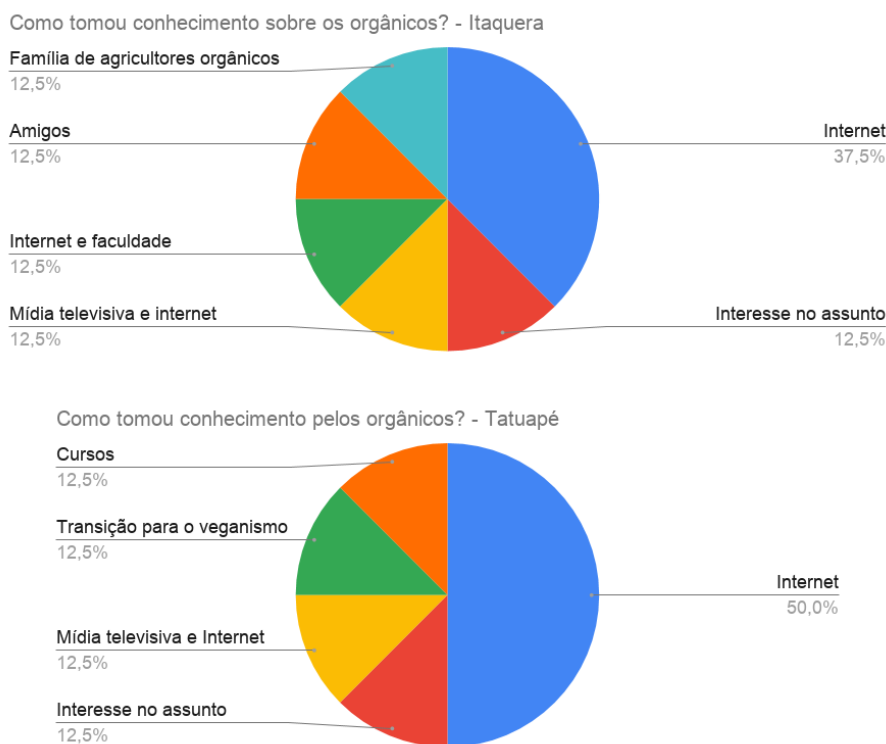


Gráfico 9a e 9b - Fontes onde os consumidores obtiveram conhecimento sobre produtos orgânicos.

Fonte: Autoria própria.

Assim, notamos que o principal veículo de informações capaz de favorecer o consumo de orgânicos é a mídia virtual, diferentemente do que foi observado em pesquisa realizada por Cerveira e Castro (1999), na qual a conversa com amigos ou a propaganda de “boca em boca” liderou as respostas. É válido contextualizar que a presente pesquisa se desenvolve após 20 anos da realização da pesquisa feita por Cerveira e Castro (1999) e que neste longo período de tempo houve uma expansão determinante da *internet*.

Esse panorama se refletiu nas respostas do questionário, pois 37,5% (Itaquera) e 50% (Tatuapé) dos consumidores evidenciaram que o meio principal de buscar informações sobre os orgânicos está relacionado com fontes virtuais, com destaque para a *internet*. Além disso, é possível constatar que essa mídia tem veiculado mais informações sobre esses produtos orgânicos ao longo das últimas décadas.

A motivação do consumo de orgânicos é um dos principais fatores que contribuem para um melhor entendimento do perfil de consumidores e futuro planejamento da oferta de alimentos. Foram coletadas 18 respostas em relação à pergunta aberta de qual seria a motivação primordial dos consumidores de orgânicos das feiras estudadas e os resultados são observados a seguir nos gráficos 10a e 10b.

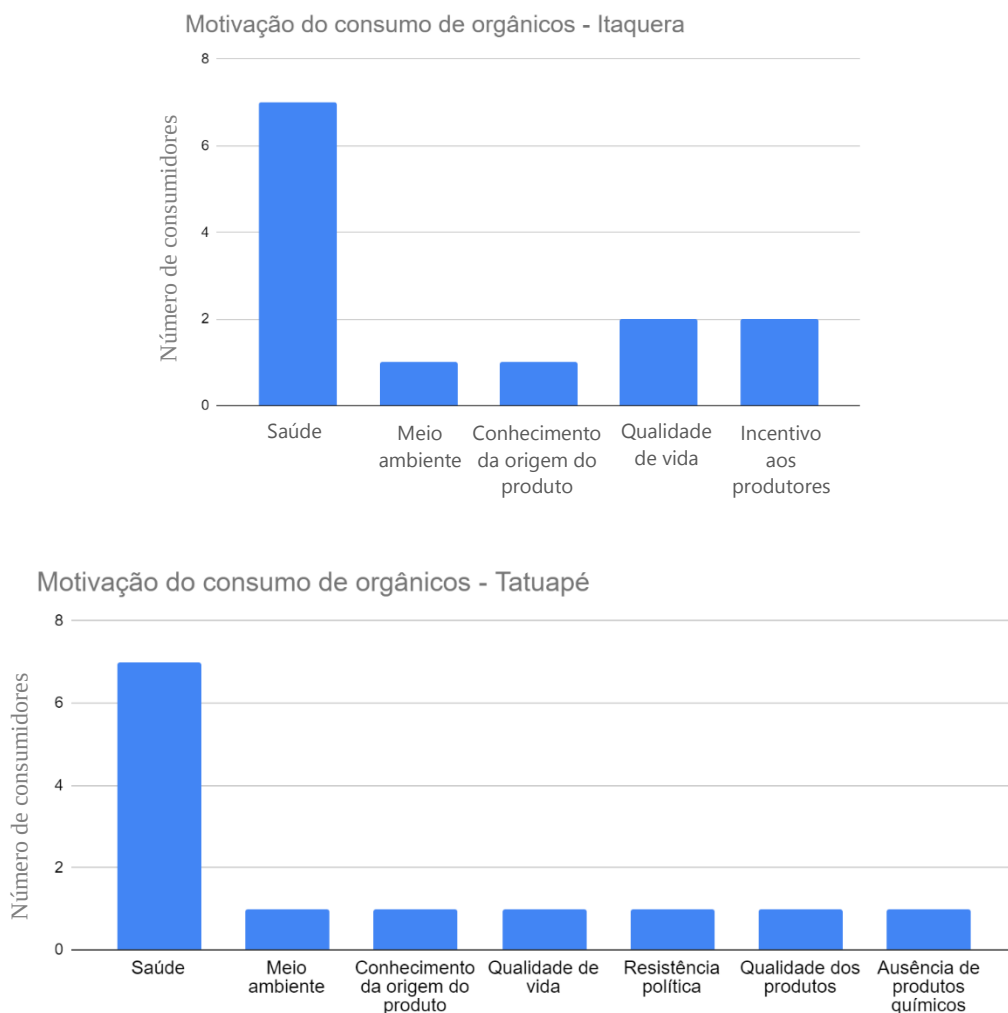


Gráfico 10a e 10b - Motivação do consumo de produtos orgânicos.

Fonte: Autoria própria.

Podemos observar que em ambos os casos a motivação pela saúde foi o principal aspecto considerado pelos frequentadores das feiras analisadas. Esses dados estão de acordo com o que foi obtido por Cerveira e Castro (1999), notando-se uma prevalência da saúde pessoal e familiar como motivação ao consumo de orgânicos. A preocupação com o meio ambiente chama a atenção por estar presente em menor frequência. Segundo os autores:

[...] há nesta constatação uma certa ressonância do que ocorreu nos Estados Unidos com a repercussão do famoso livro de Rachel Carson - Primavera Silenciosa - publicado em 1962. A opinião pública americana parece ter sido mais abalada pelo fato de que estava sendo envenenada pelos alimentos que consumia do que pelos malefícios ao meio ambiente. Mas com o tempo, o aspecto ambiental ganhou força porque os consumidores tomaram consciência de que os impactos negativos sobre o meio ambiente também têm implicações drásticas sobre a saúde humana (CERVEIRA e CASTRO, 1999, p. 12).

Podemos ainda traçar paralelos com o estudo de Pereira *et al.* (2015, p. 2802), o qual constatou que aproximadamente três quartos dos consumidores apontam a saúde/qualidade de vida como principal motivação para o consumo de orgânicos.

Em contrapartida, somente dois entrevistados apontaram o meio ambiente como razão desse consumo e, mais dois evidenciaram o conhecimento da origem do produto/contato com o produtor como determinante para comprarem orgânicos. Ainda assim, podemos notar uma preocupação por parte dos consumidores em obter produtos que contribuem para a saúde dos seres vivos e do planeta de modo geral, enquanto amplia o contato com quem produz esse alimento, culminando, em última medida, em uma forma de resistência política, como ponderou um dos entrevistados ao ser questionado sobre a motivação do consumo de orgânicos:

— Além de todos os benefícios à saúde e ao planeta. Estamos escolhendo a quem damos o poder. Também vejo como uma forma política.

Essa tendência de preocupação com a saúde é refletida também ao hábito alimentar dos entrevistados, uma vez que 11,1% considera sua dieta vegetariana e ainda 11,1% se diz vegano, em relação à feira de Itaquera. Já no Tatuapé, 18,2% dos frequentadores se identificam como veganos. Esses dados estão acima da média brasileira. De acordo com o IBOPE (GLOBO, 2018) os vegetarianos correspondem a 14% da população brasileira, portanto vemos uma maior preocupação com os hábitos alimentares de forma geral entre os consumidores de produtos orgânicos.

Um dos entrevistados da pesquisa, como já citado anteriormente, ponderou que uma das motivações para o consumo de orgânico vai além da manutenção da saúde dos seres vivos e do planeta, mas também abrange o aspecto político e social, convergindo com a visão sociológica expressa por Perosa *et al.* (2009):

[...] o consumo é um processo social, consubstanciado por condicionantes históricas, sociais e culturais. Tais correntes oferecem uma visão aprofundada da dinâmica social e cultural, buscando relacionar seus impactos com variações nos padrões de consumo. A forma como o consumo ocorre atualmente seria resultado de um processo histórico de convergência de valores (CAMPBELL, 2001). Nesse sentido, o consumo seria um elemento na construção da identidade social dos indivíduos, posicionando estes em cada um dos estratos econômicos da sociedade. Para esta corrente, o consumo não é determinado exclusivamente por um processo de escolha individual e racional (PEROSA *et al.*, 2009, p. 63).

Em seguida, são analisados os dados coletados a respeito do consumo de produtos convencionais, conforme exposto nos gráficos 11a e 11b. Foram obtidas 19 respostas em que o consumidor expressou se consome, e com qual regularidade, alimentos não orgânicos.

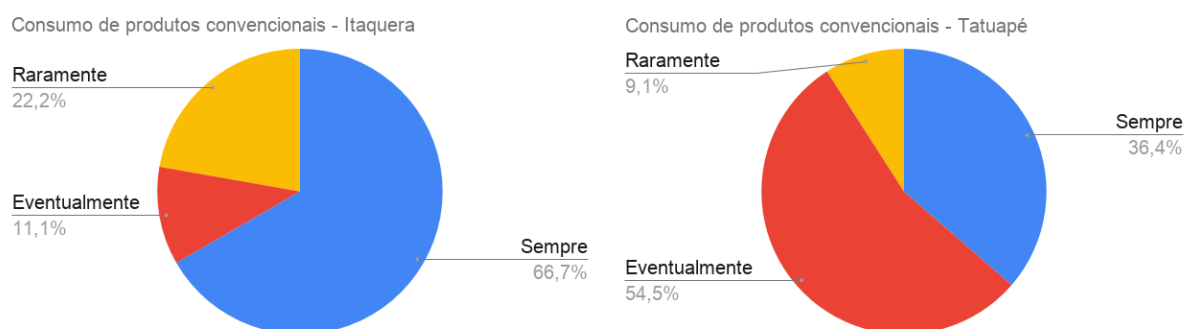


Gráfico 11a e 11b - Consumo de alimentos convencionais.
Fonte: Autoria própria.

Notamos algumas diferenças entre os frequentadores das feiras de Itaquera e do Tatuapé. Percebemos que o consumidor do Tatuapé é mais fiel aos orgânicos e costuma consumir alimentos produzidos a partir da agricultura tradicional apenas em caráter eventual (54,5%), enquanto os frequentadores de Itaquera apresentam elevado consumo de alimentos não orgânicos, pois 66,7% deles afirmaram que sempre recorrem aos produtos convencionais para a dieta alimentar.

Segundo Cerveira e Castro (1999, p. 13), o consumidor na maior parte dos casos recorre a alimentos convencionais para compor sua dieta. Como motivação desse consumo de

produtos convencionais devemos considerar não somente a preferência por esses produtos, mas também uma oferta limitada dos orgânicos, praticidade e principalmente o fator preço e conscientização, tendo em vista que a maior tendência de consumo dos orgânicos se deu no bairro Tatuapé, que apresenta população com maior renda e escolaridade quando comparado ao bairro de Itaquera.

Um outro fator complementar para a não aquisição de produtos orgânicos pode ser a falta de diversidade encontrada nas feiras estudadas. Para analisar essa variável obtivemos 19 repostas que estão contidas nos gráficos 12a e 12b a seguir.

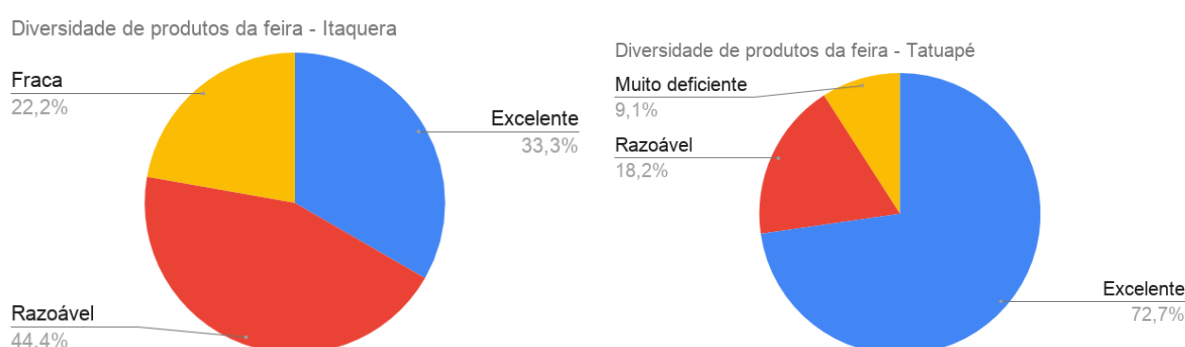


Gráfico 12a e 12b - Diversidade de produtos comercializados pelas feiras orgânicas.
Fonte: Autoria própria.

Nota-se uma diferença evidente entre a variedade dos produtos presentes em ambas as feiras. Os resultados coletados a partir dos consumidores da feira de Itaquera é semelhante ao que foi observado pela pesquisa de Cerveira e Castro (1999), na qual chegou-se a percentuais de 36% e 50% para os índices “excelente” e “razoável”, enquanto na presente pesquisa temos 33% e 44%. Por sua vez, na feira do Tatuapé há uma oferta mais adequada e variada de produtos orgânicos, levando à indicação de diversificação de produtos para 72,7% dos participantes da pesquisa neste bairro.

Os últimos dois índices gerados se referem à qualidade dos produtos ofertados e a satisfação geral com a feira, o que podemos observar nos gráficos 13 e 14 a seguir.

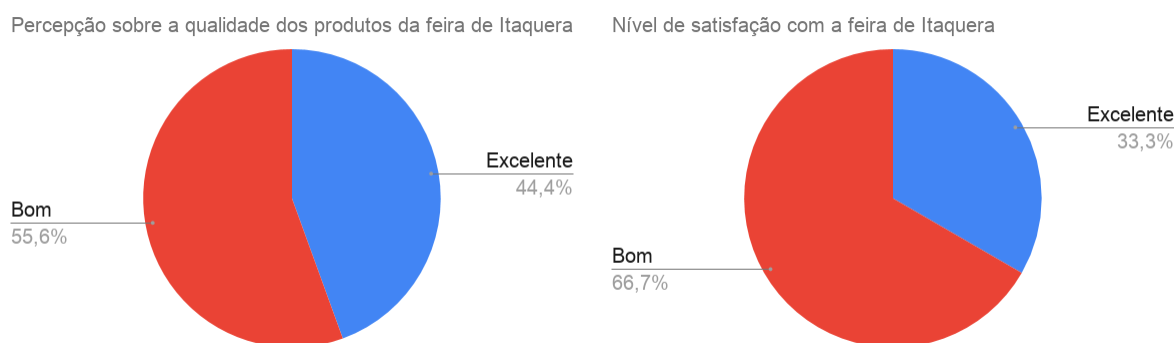


Gráfico 13a e 13b - Percepção da qualidade dos produtos e satisfação com a feira de Itaquera.
Fonte: Autoria própria.

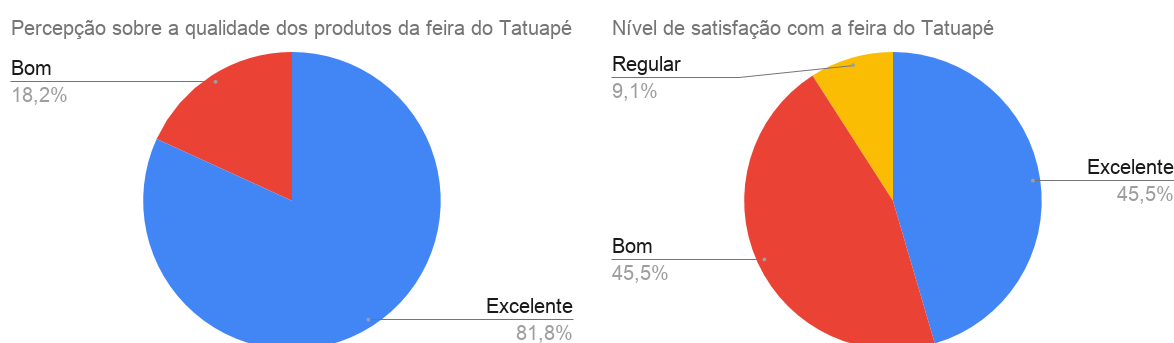


Gráfico 14a e 14b - Percepção da qualidade dos produtos e satisfação com a feira do Tatuapé.
Fonte: Autoria própria.

Analisando esses dados constatamos que estão fortemente correlacionados, pois a feira do Tatuapé que mostrou apresentar produtos de maior qualidade foi a mesma que obteve índices mais altos de satisfação dos consumidores que a frequentam. Em sentido contrário, a feira de Itaquera apontou para um percentual menor de pessoas que considerou a qualidade dos produtos excelente (44,4%), ou seja, quase metade do que foi observado no Tatuapé. Ao mesmo tempo, na feira de Itaquera a satisfação segue a mesma lógica e foi notado que apenas 33,3% classificou esta feira como excelente, enquanto um percentual de 45,5% foi encontrado na feira do Tatuapé.

Ainda que observemos uma maior parcela identificando a feira do Tatuapé como excelente, temos um contraste evidente entre a percepção da qualidade dos produtos e o índice de satisfação, uma vez que a qualidade dos produtos “excelente” foi apontada em mais de 80% das respostas e “excelente” no gráfico de satisfação foi apontado apenas 45,5% das vezes, sendo que um consumidor identificou a feira do Tatuapé como “regular”.

Esses dados geram uma série de hipóteses, pois ainda que saibamos que os consumidores dessa feira estavam satisfeitos com a diversidade dos produtos (gráficos 12a e

12b), por exemplo, temos outros fatores a considerar. Essa insatisfação pode estar relacionada como a oferta reduzida da feira, o abastecimento insuficiente dos produtos, a limitação dos dias em que a feira ocorre, os preços elevados, dificuldades de acesso, entre outras variáveis que não foram analisadas e merecem atenção para futuras pesquisas sobre o tema.

CONCLUSÕES

A temática da alimentação é ampla e abarca desde a produção de alimentos até o consumo em si. Nesta pesquisa, enfocamos o consumo de forma crítica, destacando aspectos como as carências alimentares e os problemas relacionados com o uso de agrotóxicos, salientando ainda a importância dos alimentos orgânicos como uma alternativa capaz de oferecer às pessoas uma alimentação de melhor qualidade e com menos impactos ambientais, elucidando o papel das feiras orgânicas como importante espaço para a distribuição e acesso a esta modalidade de alimentos.

Ao longo da pesquisa, mostramos que o panorama alimentar brasileiro está distante do ideal, pois vemos ainda diversas regiões da cidade de São Paulo que não possuem feiras orgânicas, o que dificulta o acesso a esses alimentos de maior qualidade. Constatamos que o caráter socioeconômico dos bairros, portanto, se apresenta como um fator primordial para compreendermos a lógica que permeia o consumo de alimentos orgânicos. Ademais, os preços mais elevados conferidos aos orgânicos restringem sua aquisição a uma parcela menor da população.

Além disso, a produção alimentar brasileira tem se restringido ao cultivo de uma variedade cada vez menor de sementes que geralmente são controladas por poucos agentes do agronegócio brasileiro. É importante salientar que ainda hoje muitas pessoas convivem com a fome, mesmo que a produção alimentar brasileira seja capaz de suprir a necessidade de alimentação de toda a população. Logo, vemos que o problema se verifica na distribuição desses alimentos, assim como a qualidade dos gêneros alimentícios ofertados para camadas diferentes da população.

A respeito das carências alimentares, ressaltamos que muitas vezes as pessoas ingerem a quantidade ideal de alimentos, porém, se nos atentarmos para a qualidade deles, veremos quadros de subnutrição, obesidade, diabetes, entre outras doenças. Nos últimos anos, os produtos industrializados passaram a ser amplamente consumidos em detrimento dos produtos *in natura*, o que revela um desequilíbrio da dieta humana.

Outro ponto importante para entendermos o panorama alimentar foi a discussão sobre os agrotóxicos, que após a Revolução Verde foram responsáveis por reduzir a biodiversidade mundial, afetar os sistemas aquáticos, a saúde humana e os animais. Neste sentido, ao aplicarmos os questionários elaborados para esta investigação observamos que os frequentadores das duas feiras selecionadas citaram a preocupação com a saúde como sendo a

motivação principal para o consumo de orgânicos, o que se justifica pelos riscos associados ao consumo de alimentos provenientes da agricultura tradicional.

Notamos que a perspectiva do acesso, o debate sobre as carências alimentares e a visão crítica sobre os agrotóxicos foram eixos importantes da investigação, sinalizando que a discussão sobre a questão da alimentação tem muito a avançar, pois acreditamos que mais espaços urbanos devem possibilitar o acesso físico e econômico aos produtos orgânicos, que são mais saudáveis e afetam menos o meio ambiente. Entendemos que somente por meio da viabilização da soberania alimentar seremos capazes de controlar o que comemos, desde a produção sem pesticidas e outros produtos químicos, até a ingestão desses alimentos que deve se dar de forma mais consciente.

As feiras foram consideradas como o meio ideal de comercialização dos orgânicos, dado que o comércio de alimentos frescos por meio do circuito curto de comercialização permite que relações de convívio e confiança sejam construídas, tendendo a aproximar o produtor do comprador. Destacamos ainda que a ressignificação do espaço urbano é necessária, visto que as feiras perderam grande parte de sua visibilidade frente ao apelo crescente dos supermercados, instituições que visam predominantemente os lucros. Além disso, o consumo nas feiras resgata uma atitude cotidiana de pertencimento ao bairro.

Sobre a produção que é comercializada na feira orgânica de Itaquera, enfocamos que a origem dos alimentos orgânicos está associada à agricultura urbana e periurbana, sendo responsável por reduzir o impacto ambiental gerado pelo transporte dos alimentos comercializados, visto que a produção se realiza mais próxima ao local de venda, como é feito no caso da horta Sabor da Vitória, em Itaquera.

Notamos que iniciativas como associações estão se configurando nacionalmente para certificar e fortalecer o consumo de produtos orgânicos/agroecológicos principalmente nas últimas três décadas, sendo exemplos a Associação de Agricultura Orgânica (AAO) e a Associação de Agricultores da Zona Leste (AAZL). Assim, a oferta de produtos orgânicos tende a aumentar e, conseqüentemente, os preços tendem a reduzir ao longo do tempo, facilitando um maior acesso.

É importante ressaltar que mesmo com as limitações impostas pela pandemia de Covid-19 ao desenvolvimento da pesquisa, conseguimos identificar de forma satisfatória algumas diferenças e semelhanças entre as duas feiras orgânicas investigadas, a feira orgânica de Itaquera e a do Tatuapé. Os questionários aplicados tiveram papel fundamental para que isso ocorresse, pois nos permitiram obter dados sobre a motivação do consumo dos frequentadores,

a percepção dos preços dos orgânicos, a escolaridade, a renda, o nível de satisfação com a feira, o meio de transporte utilizado para a locomoção até a feira, a idade dos compradores, o hábito alimentar, quais são os produtos consumidos, entre outras informações coletadas e que foram analisadas e comparadas aos estudos de Cerveira e Castro (1999), Perosa *et al.* (2009) e Pereira *et al.* (2015).

Podemos concluir que os consumidores das duas feiras são diferentes em alguns aspectos, sendo a renda o principal deles. Entendemos essa diferença ao analisar os bairros em que as feiras estão inseridas, os quais possuem características socioeconômicas bastante distintas. A frequência de consumo e da compra de orgânicos e o consumo de alimentos convencionais também foram afetados pelo aspecto da renda, sendo observado que os consumidores do bairro do Tatuapé tendem a consumir alimentos orgânicos com uma frequência maior do que em Itaquera, enquanto o consumo de alimentos convencionais se verifica mais frequente entre os consumidores da feira de Itaquera.

Os dados de escolaridade apontaram que os consumidores que frequentam as duas feiras orgânicas apresentam, em geral, um nível de formação superior, havendo poucas pessoas com níveis de escolaridade mais baixos.

O meio de transporte principal utilizado para a locomoção até a feira foi semelhante nas duas feiras, ou seja, os frequentadores costumam utilizar o carro para realizar as compras em aproximadamente 90% dos casos.

A motivação dos consumidores em consumir produtos de origem orgânica também nos revelou preocupações em comum dos frequentadores de ambas as feiras em relação à saúde. Como pudemos notar, as preocupações com o meio ambiente e a valorização dos produtores ficou em segundo plano, com menos menções dos participantes da pesquisa.

Outros resultados que diferenciam os consumidores são os bairros que residem. Enquanto as pessoas que consomem na feira do Tatuapé tendem a residir no próprio bairro ou em localidades próximas, os compradores de Itaquera têm origem em regiões mais afastadas, o que nos permite refletir sobre a oferta de orgânicos ser insuficiente em locais mais periféricos do município de São Paulo.

Diante disso, entendemos os alimentos orgânicos e agroecológicos como uma resposta às problemáticas citadas, ou seja, constituem um meio de garantir que todas as pessoas envolvidas na produção, comercialização e consumo dos alimentos sejam valorizadas, pois suas ações geram impactos sociais e ambientais positivos, enfatizando a soberania alimentar.

Por fim, ainda que se possa afirmar que há um longo caminho para ampliar a oferta e o acesso aos alimentos orgânicos, dado que existem algumas diferenças no padrão de consumo dos frequentadores da feira orgânica do Tatuapé por possuírem maior renda que os frequentadores da feira orgânica de Itaquera, entendemos que o consumo de orgânicos tende a aumentar no decorrer dos anos, devido a uma maior preocupação com a saúde e com o meio ambiente por parte da população em geral.

BIBLIOGRAFIA

ABREU, Edeli Simioni de *et al.* Alimentação mundial: uma reflexão sobre a história. *Saúde soc.*, São Paulo, v. 10, n. 2, p. 3-14, Dez. 2001. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-12902001000200002&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 10 fev. 2021. <https://doi.org/10.1590/S0104-12902001000200002>.

ASSOCIAÇÃO DE AGRICULTORES DA ZONA LESTE. Home. AAZL, 2021. Disponível em: <https://agricultoreszonaleste.org.br/>. Acesso em: 8 abr. 2021.

ASSOCIAÇÃO DE AGRICULTURA ORGÂNICA. Quem somos. AAO, 2021. Disponível em: <http://aao.org.br/aao/quem-somos.php#:~:text=Foi%20a%20primeira%20ONG%20brasileira,orientador%20e%20normativo%3B%20n%C3%A3o%20punitivo>. Acesso em: 8 abr. 2021.

BRASIL. GOVERNO FEDERAL. O que são Produtos Orgânicos?, Gov.br, 8 maio 2020. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/sustentabilidade/organicos/o-que-sao-produtos-organicos>. Acesso em: 20 jul. 2021.

BRASIL. Guia Alimentar para a População Brasileira. Brasília, DF: Ministério da Saúde; 2014.

BRASIL. Pesquisa de Orçamentos Familiares 2017-2018: primeiros resultados. Rio de Janeiro, RJ: IBGE; 2019.

CASTRO, Josué de. Geografia da fome – O dilema brasileiro: pão ou aço. 8 ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2008.

CERVEIRA, R. e CASTRO, M.C. Consumidores de produtos orgânicos da cidade de São Paulo: características de um padrão de consumo. *Informações Econômicas*, v. 12, p. 7-20, 1999.

DESERTO Alimentar. UOL TAB: Daniel Tozzi, 14 maio 2017. Disponível em: <https://tab.uol.com.br/edicao/deserto-comida/>. Acesso em: 14 fev. 2021.

DURAN, Ana Clara da Fonseca Leitão. Ambiente alimentar urbano em São Paulo, Brasil: avaliação, desigualdades e associação com consumo alimentar. 2013. Tese (Doutorado em Nutrição em Saúde Pública) - Faculdade de Saúde Pública, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013. doi:10.11606/T.6.2013.tde-02102013-164136. Acesso em: 10 fev. 2021.

FEIRA ORGÂNICA DO TATUAPÉ. Feira Livre. Facebook, 2021. Disponível em: <https://www.facebook.com/feiraorganicatatuape>. Acesso em: 8 abr. 2021.

GLOBO. Brasil tem 14% de vegetarianos e 81% de adeptos à dieta com carne, diz pesquisa Ibope. GLOBO, 21 maio 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/bemestar/noticia/brasil-tem-14-de-vegetarianos-e-81-de-adeptos-a-dieta-com-carne-diz-pesquisa-ibope.ghtml>. Acesso em: 8 abr. 2021.

GLOBO; MELO, ALINE; OLIVEIRA, JULYANA. 5 hortas comunitárias para conhecer em São Paulo. GLOBO, 9 abr. 2019. Disponível em: <https://revistacasaejardim.globo.com/Casa-e-Jardim/Paisagismo/Horta/noticia/2019/04/5-hortas-comunitarias-para-conhecer-em-sao-paulo.html>. Acesso em: 8 abr. 2021.

IDEC. Onde encontrar Comida de Verdade durante a pandemia do coronavírus?. [S. l.]: Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor, 2020. Disponível em: <https://feirasorganicas.org.br/comidadeverdade>. Acesso em: 8 abr. 2021.

MASCARENHAS, G.; DOLZANI, M. C. S. Feira livre: Territorialidade popular e cultura na metrópole contemporânea - DOI 10.5216/ag.v2i2.4710. Ateliê Geográfico, [S. l.], v. 2, n. 2, p. 72-87, 2008. DOI: 10.5216/ag.v2i2.4710. Disponível em: <https://www.revistas.ufg.br/ateli/article/view/4710>. Acesso em: 8 abr. 2021.

PEREIRA, Maristela Costamilan *et al.* Mudança no perfil sociodemográfico de consumidores de produtos orgânicos. Ciênc. saúde coletiva, Rio de Janeiro, v. 20, n. 9, p. 2797-2804, Sept. 2015. Available from <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-81232015000902797&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 08 Apr. 2021. <https://doi.org/10.1590/1413-81232015209.12002014>.

PEROSA, J. M. Y.; MOORI, R. G.; LOMBARDI, M. F. S.; PEROSA, B. B. O Estímulo Local e o Consumo de Produtos Orgânicos em Botucatu, S.P. Revista de Estudos Sociais, [S. l.], v. 11, n. 22, p. 59-77, 2011. Disponível em: <https://periodicoscientificos.ufmt.br/ojs/index.php/res/article/view/243>. Acesso em: 8 abr. 2021.

PREFEITURA DE SÃO PAULO. Valor do rendimento nominal médio mensal das pessoas de 10 anos ou mais de idade com rendimento por raça/cor segundo Coordenadoria Regional de Saúde (CRS), Supervisão Técnica de Saúde (STS) e Distrito Administrativo (DA): Escolaridade e renda. 2010. Tabela. Disponível em: https://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/saude/epidemiologia_e_informacao/geopr ocessamento_e_informacoes_socioambientais/index.php?p=265358. Acesso em: 22 fev. 2021.

SABOR DA VITÓRIA ORGÂNICOS. Loja de produtos orgânicos. Facebook, 2021. Disponível em: <https://www.facebook.com/Sabor-da-Vit%C3%B3ria-org%C3%A2nicos-104650914221600/>. Acesso em: 8 abr. 2021.

VALDIONES, Ana Paula Gouveia. Panorama da agricultura urbana e periurbana no município de São Paulo. 2013. Dissertação (Mestrado em Mudança Social e Participação Política) - Escola de Artes, Ciências e Humanidades, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013. doi:10.11606/D.100.2013.tde-04112013-162810. Acesso em: 8 abr. 2021.

VIVAS, Esther. O negócio da comida: quem controla nossa alimentação?. Expressão Popular, 2017. 272 p.

VIVA TATUAPÉ. Terça é dia de Feira Orgânica do Tatuapé. Viva Tatuapé, 15 ago. 2020. Fotografias. Disponível em: <http://vivatatuape.com.br/portal/2020/08/15/feira-organica-do-tatuape-vai-mudar-de-endereco-a-partir-do-dia-27-de-agosto/>. Acesso em: 8 abr. 2021.

APÊNDICE A – Questionário

Consumo em Feira Orgânica

Trabalho de Conclusão de Curso da aluna Ana Paula Gaspar Teixeira (Geografia USP)

***Obrigatório**

1. Qual feira orgânica frequenta? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Feira Orgânica do Tatuapé
- ☐ Feira Orgânica de Itaquera
- ☐ Ambas
- ☐ Outro: _____

2. Idade *

3. Gênero *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Feminino
- ☐ Masculino
- ☐ Outros
- ☐ Prefiro não dizer

4. Escolaridade

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Ensino fundamental
- ☐ Ensino Médio
- ☐ Ensino Superior

5. Renda

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Prefiro não declarar
- ☐ < de 1 até 2 salários mínimos
- ☐ de 2 até 5 salários mínimos
- ☐ de 5 até 8 salários mínimos
- ☐ > de 8 salários mínimos

6. Bairro em que reside

7. Qual meio de transporte usa para ir a feira?

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Transporte público
- ☐ Carro
- ☐ A pé
- ☐ Outro: _____

8. Frequência de consumo de orgânicos

Marcar apenas uma oval.

- ☐ 1 a 2 vezes por semana
- ☐ 3 a 4 vezes por semana
- ☐ 5 a 6 vezes por semana
- ☐ Diariamente

9. Frequência de compra de orgânicos

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sempre
- ☐ Eventualmente
- ☐ Raramente
- ☐ Nunca

10. Que produtos consome?

Marque todas que se aplicam.

- ☐ Frutas
- ☐ Verduras
- ☐ Legumes

Outro: ☐ _____

11. O que entende por alimentos orgânicos?

12. Há quanto tempo consome?

13. Preço dos orgânicos

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Mais barato que o convencional
- ☐ Equivalente ao convencional
- ☐ Mais caro que o convencional

14. Até quanto, por cento, o Sr(a). está disposto a pagar mais por um produto orgânico?

Marcar apenas uma oval.

- ☐ 0%
- ☐ 10%
- ☐ 20%
- ☐ 30%
- ☐ + de 30%

15. Como tomou conhecimento sobre os produtos orgânicos?

16. Por que consome os produtos orgânicos?

17. Consome produtos que não sejam produzidos organicamente?

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sempre
- ☐ Eventualmente
- ☐ Raramente
- ☐ Nunca

18. Como considera a diversidade de produtos oferecidos pela Feira?

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Excelente
☐ Razoável
☐ Fraca
☐ Muito deficiente
☐ Não sabe

19. Como considera a qualidade dos produtos da feira?

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Excelente
☐ Bom
☐ Regular
☐ Ruim

20. Qual o nível de satisfação com a feira?

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Excelente
☐ Bom
☐ Regular
☐ Ruim

21. Qual das alternativas abaixo é a que melhor corresponde a seu hábito alimentar?

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Vegetariano
- ☐ Vegano
- ☐ Diversificado
- ☐ Outro: _____

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários