

ESCOLHAS ALIMENTARES E SUSTENTABILIDADE: CONTRIBUIÇÕES DE UM ESTUDO DE CASO EM UMA FEIRA LIVRE

Denise Siloto¹

Giuliana Franco Leal²

Vanessa Schottz³

RESUMO: Neste artigo reflete-se sobre a relação entre as escolhas alimentares de consumidores e a sustentabilidade, a partir do estudo de caso de uma feira livre da agricultura familiar no município de Macaé (RJ). O objetivo é identificar interesses e motivos por trás do processo de decisão de consumidores de produtos orgânicos na escolha de seus alimentos, e relacioná-las ao conceito de sustentabilidade. Para isso, empregou-se a técnica de observação participante da feira, durante um ano, e foram realizadas 33 entrevistas semiestruturadas com seus frequentadores. A pesquisa mostrou que a busca de orgânicos na feira está associada à preocupação com a qualidade dos alimentos, mas nem sempre está conectada com as dinâmicas que envolvem a produção de base familiar, como a luta pela terra e o acesso à água. As questões ambientais estão presentes nas escolhas dos consumidores, embora, nem sempre se traduzam numa conduta dirigida à busca por sustentabilidade.

PALAVRAS-CHAVE: Consumo alimentar. Feira livre. Sustentabilidade. Agricultura familiar. Orgânicos.

¹ Mestre em Ciências Ambientais e Conservação pelo Instituto de Biodiversidade e Sustentabilidade do Centro de Ciências da Saúde da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Financiamento da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES). E-mail: denisesiloto@hotmail.com. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-5791-3420>

² Professora Associada do Instituto de Biodiversidade e Sustentabilidade do Centro de Ciências da Saúde da Universidade Federal do Rio de Janeiro. E-mail: giulianafrancoal@yahoo.com.br. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-0233-339X>

³ Professora Adjunta do Instituto de Alimentação e Nutrição do Centro Multidisciplinar UFRJ -Macaé da Universidade Federal do Rio de Janeiro e colaboradora no Programa de Pós Graduação em Segurança Alimentar e Nutricional da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro. E-mail: vanessaschottz32@gmail.com. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-9001-0074>

FOOD CHOICES AND SUSTAINABILITY: CONTRIBUTIONS FROM A CASE STUDY

ABSTRACT: This article reflects on the relationship between consumer food choices and sustainability, based on the case study of a family farming fair in the city of Macaé (RJ). The objective is to identify interests and reasons behind the decision process of consumers of organic products when choosing their food and relate them to the concept of sustainability. To achieve this purpose, it was used participant observation, for one year, and interviews with consumers. The survey showed the search for organics at the fair was strongly associated with concerns about food quality, but not always connected with the family-based production dynamics, such as the struggle for land and access to water. Environmental issues are present in consumers' choices, although they do not always translate into a conduct consistent with the search for sustainability.

KEYWORDS: Food consumption. Farmer's market. Sustainability. Family farming. Organic.

ELECCIÓN DE ALIMENTOS Y SOSTENIBILIDAD: CONTRIBUCIONES DE UN ESTUDIO DE CASO

RESUMEN: Este artículo reflexiona sobre la relación entre la elección de alimentos del consumidor y la sustentabilidad, a partir del estudio de caso de un mercado abierto de la agricultura familiar en el municipio de Macaé (RJ). Para lograr este propósito, fue utilizada observación participante durante un año, y entrevistas con los consumidores de la feria. La encuesta enseñó que la búsqueda de productos orgánicos en la feria está fuertemente asociada con preocupaciones sobre la calidad de los alimentos, pero no siempre conectada con las dinámicas que involucran la producción familiar, como la lucha por la tierra y el acceso al agua. Los temas ambientales están presentes en las elecciones de los consumidores, aunque no siempre se traducen en una conducta asociada con la búsqueda de la sostenibilidad.

PALABRAS CLAVE: Consumo de alimentos. Mercado. Sostenibilidad. Agricultura familiar. Orgánico.

INTRODUÇÃO

As escolhas alimentares, bem como as formas de consumo dos alimentos, são impactadas por questões relacionadas à inovação, tecnologia e infraestrutura; política e economia; aspectos socioculturais, demográficos, biofísicos e perspectivas ambientais (ONU, 2017). Indo além de um ponto de vista nutricional, uma análise ética e política relaciona a alimentação à preservação ambiental, ao consumo e ao desenvolvimento rural sustentáveis (PORTILHO; CASTAÑEDA, 2008).

Saliente-se que a alimentação humana, além da sua dimensão biológica, é também um ato social, cultural e político que implica em atribuir significado à comida, e logo, em realizar escolhas e classificações relacionadas não apenas a uma dieta alimentar, mas também a um conjunto de valores e práticas subjetivos. Uma vez que alimentação e cultura estão intrinsecamente relacionadas, é possível pensar o alimento como parte de um sistema simbólico, em que códigos sociais estão presentes, e que atua no estabelecimento de relações dos seres humanos entre si e com a natureza (CANESQUI, 2005).

Diante de um vasto leque de conexões entre a produção, a distribuição e o consumo de alimentos, é possível constatar uma transição do ato de comer, com a passagem de uma atividade rotineira e individual para uma prática de ação política e coletiva. Uma das origens dessa transição localiza-se nas implicações socioambientais do tipo de alimentação adotada pelas sociedades ocidentais contemporâneas e das possibilidades oferecidas pelas escolhas alimentares de consumo: onde, o quê, como e de quem comprar. Dessa forma, o microcosmo das condutas pessoais se inter-relaciona com o macrocosmo dos problemas globais (PORTILHO *et al.*, 2011).

Existe uma estreita relação entre os modelos de produção e comercialização de alimentos – enquanto alguns buscam promover a justiça e proteger o ambiente, outros geram desigualdade social e são ameaças aos recursos naturais. O uso da terra, especialmente no caso da agricultura, é fundamental para garantir o Direito Humano à Alimentação Adequada

(DHAA)⁴, entretanto, cabe ressaltar que esta mesma terra também está envolvida nos principais desafios e disputas ambientais enfrentados pela nossa sociedade, dos quais se destacam a perda de biodiversidade, as mudanças climáticas e os diversos serviços prestados ao ecossistema (MEYFROIDT, 2017).

Nessa direção, Bonnal e colaboradores (2018, p. 187) destacam que a agricultura familiar brasileira⁵, em sua diversidade e complexidade, exerce diferentes funções⁶ que a aproximam dos modelos de produção agroalimentar “socialmente equitativos, ambientalmente sustentáveis e que valorizam a diversidade cultural e dos Biomas”. São elas: i) a reprodução social e econômica das famílias rurais; ii) a promoção da segurança alimentar e nutricional, por meio do autoconsumo e da oferta de alimentos diversificados, regionalizados e saudáveis; iii) manutenção do tecido social e cultural; iv) preservação dos recursos naturais e da paisagem rural. No que concerne ao acesso aos mercados, as feiras agroecológicas ou orgânicas, que oferecem também uma perspectiva de sustentabilidade, se constituem em um dos principais espaços de comercialização da agricultura familiar (SANTOS *et al.*, 2014).

Interessa destacar que o conceito de sustentabilidade se encontra em disputa; ele é visto como um princípio inacabado, em evolução, dado

⁴ A alimentação adequada e saudável é direito fundamental do ser humano, inerente à dignidade da pessoa humana e indispensável à realização dos direitos consagrados na Constituição Federal, devendo o poder público adotar as políticas e ações necessárias para promover e garantir a segurança alimentar e nutricional da população. A adoção dessas políticas e ações deverá levar em conta as dimensões ambientais, culturais, econômicas, regionais e sociais. É dever do poder público respeitar, proteger, promover, prover, informar, monitorar, fiscalizar e avaliar a realização do direito humano à alimentação adequada, bem como garantir os mecanismos para sua exigibilidade (Lei n. 11.346/2006 – art. 2).

⁵ No Brasil a Lei 11.326/2006 definiu os critérios normativos para o enquadramento da agricultura familiar nas políticas públicas: i) área não excede a 4 módulos fiscais; ii) mão de obra predominantemente familiar; iii) principal fonte de renda familiar ser originada de atividades econômicas de seu estabelecimento ou empreendimento. A Legislação também inclui os povos e comunidades tradicionais.

⁶ Os autores utilizam o enfoque da Multifuncionalidade da Agricultura Familiar (MFA) que se baseia em quatro níveis de análise: família, território, sociedade e políticas públicas (BONNAL *et al.*, 2008).

que ainda existem muitas divergências quanto à definição do que é e do que deve ser a sustentabilidade (ACSERALD, 1999). Para Lima (2003), a tendência quando relacionamos a questão da alimentação com a sustentabilidade é destacar as questões ambientais oriundas dos modelos de produção, em detrimento dos seus aspectos sociais, políticos, econômicos e culturais, que são igualmente relevantes.

De acordo com Lima (2003), modelos de produção, comércio e consumo de alimentos que são ambientalmente sustentáveis, mais justos na relação entre produtores e consumidores e que, ao mesmo tempo, garantem a saúde e o bem-estar das pessoas, são fundamentais para se nutrir uma população humana em crescimento vertiginoso, sem degradar o planeta de modo irreversível, assegurando condições de reprodução social da agricultura familiar e das populações tradicionais.

Nesse contexto, propomos, por intermédio do estudo de caso de uma feira livre de agricultura familiar no interior do estado do Rio de Janeiro, identificar quais são os motivos e interesses por trás do processo de decisão de consumidores na escolha dos seus alimentos (esfera individual), e relacionar essas escolhas ao conceito de sustentabilidade (esfera coletiva).

Nesta feira se misturam feirantes que são unicamente revendedores com feirantes-agricultores. Nas origens dos alimentos ali comercializados, convivem distintas formas de produção de alimentos, orgânicas e não orgânicas. Na pesquisa, realizada durante um mestrado, foi feita observação da feira durante doze meses, além de 33 entrevistas semiestruturadas com os consumidores que compravam alimentos de feirantes-agricultores auto identificados como orgânicos⁷, ainda que sem nenhum tipo de certificação.

Neste artigo, será apresentada uma revisão teórica sobre o conceito de sustentabilidade e suas relações com as escolhas alimentares. Em seguida, insere-se na discussão a feira livre como parte do sistema alimentar, com especial atenção aos valores de qualidade e confiança a ela atribuídos. Dentro desse contexto, após apresentação dos métodos

⁷ A legislação brasileira, por meio da lei número 10.831 (2003), determina como sistema orgânico de produção agropecuária todos aqueles que têm por objetivo a maximização dos benefícios sociais; a minimização da dependência de energia não-renovável e a sustentabilidade econômica e ecológica.

utilizados na pesquisa, serão expostos e discutidos os resultados do estudo de caso sobre uma feira livre do município de Macaé e seus consumidores.

SUSTENTABILIDADE E AS ESCOLHAS ALIMENTARES

De acordo com Acsehrad (1999), *sustentabilidade* é uma ideia em torno da qual gravitam inúmeras e diversas forças, interesses e leituras que disputam entre si o reconhecimento como o conceito definitivo sobre o tema; portanto, deve ser tratada como um discurso, que nunca será neutro ou desinteressado. Mais do que isso, a *sustentabilidade* é uma noção, à qual se pode recorrer para legitimar uma prática e que irá se construir autoridade para que se diferenciem, em seu nome, as práticas boas e as ruins (ACSELRAD, 1999).

Segundo Lima (2003, p.107): “[...] à medida que o debate da *sustentabilidade* vai se tornando mais complexo e é difundido socialmente, ele vai sendo apropriado por diferentes forças sociais que passam a lhe imprimir o significado que melhor expressa seus valores e interesses particulares.” Quando se trata das intersecções entre *sustentabilidade*, consumo e alimentação, destaca-se a consciência (ou falta dela) das questões sociais, econômicas, ecológicas, geográficas e culturais envolvidas no consumo alimentar, as responsabilidades derivadas dessa consciência e o alto teor político e ideológico presente nessa relação (PORTILHO *et al.*, 2011).

O termo *sustentabilidade* abrange muitas dimensões e sua evolução conceitual está relacionada em grande parte à maneira pela qual ele foi tratado no âmbito multilateral, cujos quatro marcos principais foram as Conferências promovidas pelas Nações Unidas. O discurso em torno do termo não é uma construção ingênua e sua tônica conciliadora e despolitizada, que oferecia a possibilidade de enfrentar a crise ambiental dentro dos marcos do capitalismo, foi a que conquistou uma grande aceitabilidade no âmbito internacional (LIMA, 2003).

Uma compreensão importante no discurso da *sustentabilidade* diz respeito às relações estabelecidas entre as crises ambientais e a questão do consumo, evidenciando a desigual contribuição de diferentes estilos

de vida e padrões de consumo para os problemas ambientais globais. A preocupação com o consumo é relativamente recente e foi difundida, principalmente, a partir da Rio 92⁸ (PORTILHO, 2005).

O princípio de uma ideia de *consumo verde* surgiu quando especialistas e autoridades começaram a levar em conta o papel dos indivíduos comuns, em suas ações rotineiras, para a crise ambiental, e, portanto, a acreditar que através de estímulos e punições, poderiam cobrar sua corresponsabilidade. As críticas ao escopo do consumo verde fizeram com que o conceito evoluísse para uma abordagem de *consumo sustentável*, relacionando o meio ambiente não só a padrões de consumo (o quê), mas também aos níveis de consumo (quanto), extrapolando as questões ambientais para abordar também as dimensões de acesso, distribuição e justiça (PORTILHO, 2005).

Uma das duas grandes matrizes interpretativas que polarizam o debate sobre *sustentabilidade* corresponde ao discurso que detém a hegemonia do campo e que compreende um desdobramento dos debates internacionais sobre o tema. Trata-se de um discurso que entende que a economia de mercado é capaz de liderar a transição para o *desenvolvimento sustentável* através da introdução de novas tecnologias no processo produtivo, contenção do crescimento populacional e consumo ecologicamente orientado. Segundo essa visão, a dinâmica do sistema capitalista é capaz não só de adaptar-se às demandas ambientais, como também de transformá-las em novos incentivos à competitividade (LIMA, 2003).

A segunda matriz interpretativa, a que orienta este artigo, compreende uma concepção complexa e multidimensional da sustentabilidade. Essa matriz busca integrar a vida social e a vida individual, e tende a se identificar com princípios da democracia participativa, considerando a sociedade civil organizada como protagonista no processo de transição para a sustentabilidade social. De uma maneira geral, essa perspectiva fundamenta-se em uma crítica ampla ao modelo de civilização capitalista ocidental e considera que não há sustentabilidade possível sem a incorporação das questões sociais e políticas (LIMA, 2003).

⁸ Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento (Cnumad), realizada em junho de 1992 no Rio de Janeiro.

Dentro desta concepção, Acselrad (1999) salienta que a noção de *sustentabilidade* deve contemplar diferentes esferas: a eficiência, combatendo o desperdício e estendendo a racionalidade econômica ao espaço não mercantil planetário; a escala, que defende um limite quantitativo ao crescimento econômico; a equidade, que articula princípios de justiça e ecologia; a autossuficiência, que determina a autonomia de economias nacionais e sociedades tradicionais dos fluxos do mercado mundial para assegurar a autorregulação comunitária; e, por fim, a ética que discute a apropriação do mundo material em um debate sobre valores do bem e do mal.

Na interface entre uma sociedade sustentável e a alimentação estão os diversos espaços, estruturas, sujeitos, normas, atividades e comportamentos que compõem o sistema alimentar. Um relatório recente publicado pelo *High Level Panel of Experts on Food Security and Nutrition* (2017) define sistema alimentar como todas as atividades e elementos (o que inclui ambiente, pessoas, insumos, processos, infraestruturas e instituições) que estão relacionados com a produção, o processamento, a distribuição, a comercialização, a preparação e o consumo de alimentos, e os resultados dessas atividades, incluindo quaisquer impactos socioeconômicos e ambientais. O relatório também identifica três elementos constituintes de um sistema alimentar: as cadeias de suprimentos alimentares, o ambiente alimentar e o comportamento do consumidor.

O conceito de ambiente alimentar refere-se ao contexto no qual os consumidores se envolvem com o sistema alimentar para adquirir, preparar e consumir o seu alimento. Ele inclui, mas não está limitado, aos espaços físicos onde a comida é comprada e as influências pessoais para escolhas alimentares como renda, escolaridade, valores, habilidades etc. O ambiente alimentar tem uma influência direta no comportamento do consumidor, no tipo de alimentos adquiridos, nas formas de armazenamento, preparo e consumo. Mudanças nos três elementos constituintes – cadeias de suprimentos, ambiente alimentar e comportamento do consumidor – podem abrir caminho para a construção de sistemas alimentares mais sustentáveis (HLPE, 2017).

Os atuais sistemas alimentares do mundo enfrentam uma expressiva confluência de pressões, que podem comprometer a capacidade global de produzir e ter acesso a alimentos saudáveis, diversificados e na quantidade adequada. As pressões incluem, mas não se limitam, a questão da pobreza e da fome, os padrões de consumo e as dietas inadequadas, a escassez de terra e de recursos hídricos, a perda de biodiversidade, as mudanças climáticas e a estagnação das pesquisas agrícolas, especialmente nos países menores, mais pobres e com mais desafios tecnológicos (FAO, 2014). Mais recentemente, relatório publicado pelo “The Lancet” (MENDENHALL; SINGER, 2019) estabeleceu a correlação entre três pandemias – obesidade, desnutrição e mudanças climáticas – que interagem entre si e atuam de forma sinérgica, ao mesmo tempo em que compartilham algumas causas comuns, conformando, assim, uma “*Sindemia Global*”.

Uma visão comum para que um sistema alimentar seja sustentável deve levar em conta, igualmente, as dimensões ambiental, econômica, social, cultural e política. Se qualquer uma dessas dimensões for negligenciada, irá prejudicar a *sustentabilidade* do sistema como um todo. As interações entre as formas de produzir e comercializar, e os modos de consumir e se alimentar são cruciais para desenvolver práticas mais sustentáveis (RIBEIRO *et al.*, 2017).

Ao se contemplar a questão da in/sustentabilidade dos sistemas alimentares, a visão mais comum é abordar os impactos que derivam da produção agrícola, ou seja, da forma pela qual aquele alimento foi produzido; enquanto aspectos sociais, culturais e econômicos são menos explorados (RIBEIRO *et al.*, 2017). O relatório da *High Level Panel of Experts on Food Security and Nutrition* (2017), contudo, ressalta que as decisões feitas pelos diversos atores, em qualquer estágio de uma cadeia alimentar, têm implicações nos outros estágios e influenciam significativamente as políticas de abastecimento e comercialização, e logo, as maneiras de produzir e consumir alimentos.

Dessa forma, as maneiras como se comercializam e consomem os alimentos são importantes na busca da sustentabilidade. Portilho (2005) indica que a relação entre consumo e ambiente passaram por um processo de crescente ganho de centralidade, inclusive na esfera das políticas

ambientais, cada vez mais voltadas para políticas de consumo. Uma vez que as atividades de consumo operam na intersecção entre vida pública e privada, estabelecendo pontes entre elas, as estratégias voltadas para a sustentabilidade podem funcionar como modos de trazer problemas coletivos para a vida pessoal, aproximando as duas esferas.

Como parte integrante do contexto dos sistemas alimentares, a localização dos circuitos de distribuição, comercialização e consumo é crucial do ponto de vista de custos energéticos e ambientais associados, do acesso (financeiro e geográfico) a uma alimentação saudável, de políticas públicas e do direito de participação e reciprocidade dos produtores locais. As feiras, parte integrante do ambiente alimentar e conseqüentemente do sistema alimentar, cumprem um importante papel como instrumento capaz de fortalecer a agricultura familiar e viabilizar sua reprodução a curto e a longo prazo, oferecendo uma via de acesso ao mercado e uma relação de proximidade com os interesses e questionamentos do consumidor final (PETERSEN, 2009).

FEIRA LIVRE E OS VALORES DE QUALIDADE E CONFIANÇA

A feira livre é uma representação da apropriação de um espaço urbano, que inclui ruas e praças, por uma força de comércio de alimentos periférica, considerada por muitos como obsoleta diante das grandes redes varejistas de supermercados, mas que representa importante via de sobrevivência material e de reprodução social para a agricultura familiar (MASCARENHAS; DOLZANI, 2008).

A agricultura familiar desenvolve suas práticas agrícolas baseadas na propriedade dos meios de produção e conta com a participação de toda a família, procurando produzir tanto para a subsistência como para a comercialização. Para que ela seja sustentável, deve ir além de um conjunto de técnicas de manejo, envolvendo aspectos sociais, culturais e políticos, assumindo sua relevância para um grande processo de mudança social e resistência ao modelo de desenvolvimento rural dominante (SANTOS *et al.*, 2014). Petersen (2009) afirma tratar-se de um modo de produção que além de contribuir para a produção de alimentos, também contribui

para relações positivas com os ecossistemas, geração de empregos e renda para a economia regional, e flexibilidade frente às mudanças climáticas, econômicas e socioculturais.

As feiras podem ser definidas como uma forma tradicional de comércio varejista, que promovem o elo entre o urbano e o rural e que representam uma experiência de sociabilidade. A feira é primordialmente um espaço público de comercialização, mas também de educação e conexões, pois funciona como ponto de convergência para diversos fluxos, ocupações, tradições, mercadorias, rituais e relações sociais (ARAÚJO *et al.*, 2015). No Brasil, as feiras são organizadas como serviço de utilidade pública pela gestão municipal e, em geral, estão configuradas para a distribuição e comércio semanal de gêneros alimentícios locais e produtos básicos. Dessa maneira, desempenham um papel importante para o abastecimento urbano e para a segurança socioeconômica da população rural (MASCARENHAS; DOLZANI, 2008). É de fundamental importância um esforço no sentido de desenvolver mercados locais que ampliam a capacidade de gestão e controle social por parte de agricultores e consumidores (PETERSEN, 2009).

Um dos principais desafios para a agricultura familiar é a comercialização da sua produção, isso devido a diversos fatores: desde as exigências e restrições feitas pelas grandes redes varejistas, que incluem certificação da produção (no caso de orgânicos), embalagens sofisticadas, repositores de produtos, vendas consignadas, e etc., até questões relacionadas às próprias características da produção agrícola, como entressafra, sazonalidade de produção, variedades locais ou regionais, entre outros (WUERGES; SIMOM, 2007). Neste sentido, as feiras têm se mostrado como uma alternativa eficiente ao contribuir com espaços físicos igualitários para aquisição de alimentos adequados e saudáveis, com preços razoáveis, em um contexto que permite e incentiva o acesso de consumidores, sem distinções, a esses espaços (HLPE, 2017).

O *Guia Alimentar para a População Brasileira*, um documento oficial do Ministério da Saúde que aborda princípios e recomendações de alimentação adequada e saudável para a população, discute o ato de aquisição de alimentos. Ele estabelece que um sistema alimentar deve levar em conta

não só a forma pela qual um alimento é produzido, processado, distribuído e comercializado, mas também como o consumo é determinado e como esse alimento é finalmente preparado e consumido. O guia orienta que as compras devem ser feitas em locais que ofertem variedade de alimentos *in natura*⁹ ou minimamente processados, como uma feira, de preferência diretamente dos produtores.

A feira, como parte integrante do sistema alimentar, é atravessada por valores, interesses, informações e sentimentos. De acordo com Cruz e Schneider (2010), qualidade e confiança são elementos intrínsecos dessa forma de comércio e têm influência no sucesso (ou na falta dele) dessa cadeia de processos sociais. Estes termos são comumente empregados na escolha, aquisição e consumo de alimentos em geral. A gestão da qualidade é uma das maiores preocupações quando se trata da produção e comércio de alimentos, seja ela voltada para a qualidade do processo, serviço ou do produto final.

Segundo Cruz e Schneider (2010), no Brasil, o entendimento sobre a qualidade dos alimentos sofreu profundas alterações, a partir dos anos 1980, com o crescimento acelerado da industrialização. O foco da indústria passou a ser o aumento da escala de produção e do tempo de validade dos produtos, ainda que para isso fosse necessário substituir matérias-primas e acrescentar aditivos para tornar os alimentos mais baratos e mais duráveis. A partir de então, a qualidade passou a ser associada a grandes estruturas e aspectos sanitários, baseados no modelo de produção e escala das grandes indústrias (CRUZ; SCHNEIDER, 2010).

Tão importante quanto a qualidade, os relacionamentos também são fundamentais para a construção de laços de confiança quando se trata

⁹ Alimentos *in natura* são aqueles obtidos diretamente de plantas ou de animais e não sofrem alteração após deixar a natureza; alimentos processados são fabricados pela indústria com a adição de sal ou açúcar ou outra substância de uso culinário a alimentos *in natura* para torná-los duráveis e mais agradáveis ao paladar. Já os alimentos ultraprocessados são formulações industriais feitas inteiramente ou majoritariamente de substâncias extraídas de alimentos, derivadas de constituintes de alimentos (gorduras hidrogenadas, amido modificado) ou sintetizadas em laboratório com base em matérias orgânicas como petróleo e carvão (corantes, aromatizantes, realçadores de sabor e vários tipos de aditivos usados para dotar os produtos de propriedades sensoriais atraentes).

da compra e venda de alimentos, principalmente daqueles denominados orgânicos. Giddens (1991) estabelece que a confiança é um tipo específico de crença que deriva da fé na credibilidade de uma pessoa ou sistema.

Alimentos orgânicos podem ser classificados como *bens de crença*, uma vez que seus atributos não são identificados pelos consumidores mediante uma simples observação. Os consumidores precisam de *sistemas de confiança* ativos, que deem credibilidade e segurança ao alimento adquirido, visto que os atributos que conferem a qualidade orgânica a um alimento resultam do modo que ele foi produzido e processado e que não são visíveis ou prontamente identificáveis, seja na hora da compra ou do consumo (BARBOSA; LAGES, 2006).

No Brasil, a institucionalização da agricultura orgânica privilegiou os critérios de normatização e certificação, valorizando parâmetros que validam a qualidade do produto final, ao contrário da definição mais ampla, utilizada nos primórdios pelos movimentos sociais, que incluía a regulação de processos. Conseqüentemente, surgiram obstáculos às garantias de conformidades dadas pelo agricultor, o que levou alguns deles a buscar alternativas de comercialização. Mesmo assim, cabe destacar que a percepção dos consumidores de orgânicos oscila entre a confiança no sistema perito, de certificação, e nos casos de venda direta, nas relações estabelecidas com agricultores (CASTANEDA, 2010).

Giddens (1991) também faz uma distinção entre os compromissos com rosto e os sem rosto. Os primeiros fazem referência às relações verdadeiras que são mantidas por conexões sociais em situação de copresença. Os segundos têm relação com a fé em forças simbólicas ou sistemas peritos, que também podem ser chamados de sistemas abstratos. São justamente esses os sistemas que atualmente propiciam segurança na vida cotidiana, algo que estava ausente nas ordens pré-modernas. Porém estes sistemas peritos são falhos em oferecer a mutualidade e a intimidade que as relações de confiança pessoal oferecem.

As relações abstratas entre produtores e consumidores, presentes nos grandes varejistas de alimentos, e o enfraquecimento dos sistemas peritos ante a divulgação frequente de escândalos alimentares na mídia são aspectos que tornam as escolhas cotidianas dos consumidores mais

desafiadoras. A partir do momento que sentem a dificuldade de ser e estar bem-informados, muitos optam por realizar suas compras diretamente de quem produz, o que abre janelas de oportunidades políticas no campo de alimentação (PORTILHO *et al.*, 2011).

MÉTODOS DE PESQUISA

As considerações deste ensaio foram realizadas a partir do estudo de caso de uma feira livre de agricultura familiar, que acontece semanalmente no município de Macaé, estado do Rio de Janeiro. Os critérios para a escolha desta feira foram: o fato de acontecer de forma regular na cidade e o fato de possuir contornos bem determinados, com poucos participantes (12 bancas), o que nos permitiu um estudo em profundidade dos seus feirantes-agricultores que se auto identificavam como orgânicos (ou similares) e dos consumidores que compravam destes feirantes; para este artigo nos centraremos nesses consumidores.

Para realizar uma descrição densa e detalhada da feira, o primeiro recurso metodológico utilizado foi a Observação Etnográfica. Durante doze meses (de dezembro/2017, até novembro/2018), foram realizadas incursões semanais à feira, com o propósito de vivenciar as representações e relações que lá ocorriam, registrando os dados coletados em um diário de campo, e posteriormente em documentos sinópticos, que foram consultados na fase de análise. Além disso, para explorar em profundidade as perspectivas desses feirantes de orgânicos e de seus consumidores, foram realizadas (entre setembro/2018 e novembro/2018) entrevistas semiestruturadas. As entrevistas com os consumidores, conduzidas através de questões abertas e fechadas, estiveram focadas nos seguintes grandes temas: preocupações ambientais, orgânicos, ocupação de espaços coletivos, relação com o alimento, benefícios buscados em uma feira livre, desenvolvimento e consumo sustentável.

Para as entrevistas com os fregueses da feira, que eram abordados durante suas compras semanais, os critérios foram: identificar-se como freguês de pelo menos um dos quatro feirantes-agricultores auto identificados como orgânicos participantes da pesquisa e concordar em

participar da conversa, assinando o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido. O número de entrevistas (33 no total) foi delimitado pelo princípio de saturação, ou seja, foram interrompidas quando passaram a não trazer mais informações suficientemente novas, ou diferentes, para justificar uma ampliação do material empírico (PIRES, 2010). Existe um risco implícito de não contemplar as informações em sua totalidade, que é assumido por meio deste método, mas é minimizado quando várias entrevistas são feitas sem que haja novos achados de pesquisa.

Durante a fase de pré-análise, foi realizada uma leitura geral dos relatórios sinópticos oriundos da observação etnográfica e das entrevistas transcritas e sistematizadas. Concluída essa etapa, iniciou-se a exploração dos materiais, realizando os recortes, a classificação e a posterior combinação das informações em categorias temáticas. Na sequência, buscou-se interpretar os resultados disponíveis, sob a luz dos pressupostos teóricos que orientaram a pesquisa.

Foram contrastados os resultados da observação participante, das análises das entrevistas e da leitura do referencial bibliográfico, em uma jornada que permitiu visualizar um quadro mais amplo da realidade investigada. Importante ressaltar que a presente pesquisa foi aprovada pelo Comitê de Ética em Pesquisa do Campus UFRJ – Macaé.

ESTUDO DE CASO: A FEIRA E SEUS CONSUMIDORES

A I Feira da Agricultura Familiar e Economia Solidária é uma feira pequena, a primeira de um projeto para implementar feiras da agricultura familiar em diversos bairros do município de Macaé, e conta com mais de cinco anos de existência. O comércio de alimentos acontece toda quarta-feira, das 07 às 13 horas, na praça de um bairro de classe média/média alta da cidade.

A feira possui cerca de 12 bancas, posicionadas lado a lado, que formam um corredor por onde passam os fregueses. Apesar de ter um alcance relativamente pequeno, pelo número de feirantes e fluxo correspondente de frequentadores, a feira é um meio de envolvimento dos seus clientes com o sistema alimentar, cujas escolhas são impactadas

através da oferta de alimentos *in natura* por feirantes que afirmam vender alimentos orgânicos, ainda que sem certificação (HLPE, 2017).

Reconhecer e caracterizar o público que frequenta a feira foi fundamental para compreender a importância desse tipo de mercado para além dos aspectos econômicos, afinal, o comportamento do consumidor é um dos elementos constituintes do sistema alimentar. Entender a dinâmica social e as relações de sociabilidade exigem a distinção do outro, do freguês, como parte imprescindível para a existência da feira como espaço de trocas e aprendizado.

É importante evidenciar que, em entrevistas, nem sempre é possível capturar as percepções do entrevistado e sua valoração quanto à resposta dada. Apesar disso, o entrevistador não deve fazer “juízo de valor” acerca das respostas dos entrevistados. Nesse cenário, além das entrevistas formais, também foi de crucial importância observar os clientes em suas interações entre si e com os feirantes, durante os 12 meses de pesquisa de campo.

Era sempre possível observar no local da feira, principalmente nas primeiras horas da manhã, a presença de vários clientes habituais, para quem a feira já estava integrada à rotina. O grupo era formado especialmente por moradores do bairro, trabalhadores apressados e algumas pessoas em trajes de ginástica, que aproveitavam o momento de se exercitar para também ir à feira e realizar compras.

Ao traçar um perfil encontrado entre os frequentadores da feira entrevistados¹⁰, chega-se à conclusão de que se tratava prioritariamente de mulheres, com mais de quarenta anos, com filhos (que quando pequenos as acompanhavam na feira), que possuem ensino superior e renda familiar que excede dez salários-mínimos. Elas admitem ter preocupações ambientais, sendo que uma das que mais se destaca é o aumento do volume de lixo.

Dos 33 clientes que foram entrevistados, 79% afirmaram frequentar a feira toda semana e 15% entre duas e três vezes por mês. Pelo menos 70% dos entrevistados conheceram a feira através da indicação de amigos e familiares ou por serem moradores do bairro.

¹⁰ Os clientes frequentes estão limitados às 4 bancas que se auto identificaram como orgânicas e que aceitaram participar da pesquisa.

Constatou-se o interesse e a busca por orgânicos entre grande parte dos clientes: 52% deles declararam que a busca por alimentos de origem orgânica ou agroecológica representa um dos principais motivos para ir à feira. A maioria dos fregueses já chega às bancas com a informação de que aquele determinado feirante comercializa orgânicos. Ao chegarem sempre questionam se os alimentos são orgânicos mesmo, para receberem a confirmação do feirante e, muitas vezes, de outros fregueses que ali estão.

No decurso da pesquisa, foi possível identificar o nível de satisfação dos consumidores com a feira, entender os motivos que os levam a frequentá-la e os aspectos que levam em conta para a escolha e compra dos seus alimentos. Durante as entrevistas, os consumidores foram questionados sobre suas principais preocupações ambientais, suas motivações e sobre suas concepções acerca de temas como *desenvolvimento sustentável* e *consumo sustentável*.

Uma das questões que foi colocada durante a pesquisa dizia respeito aos motivos pelos quais os clientes vão à feira. Os entrevistados poderiam escolher mais de uma opção (sem limite máximo de escolhas) de uma lista prévia, que apresentava 14 alternativas¹¹. A qualidade dos produtos vendidos foi o motivo que mais se destacou, indicado por 85% dos entrevistados que confirmaram com entusiasmo atributos como sabor, durabilidade e valor nutricional dos alimentos adquiridos. A busca por alimentos orgânicos veio em segundo lugar, com 52 % de alusões, e em terceiro a localização da feira, citada por 45% dos entrevistados.

Outros motivos, como a relação com os feirantes, a qualidade do atendimento e a possibilidade de compra direto do agricultor também tiveram destaque, com 39% de menções cada. Preocupações ambientais foram mencionadas por 36% dos entrevistados, assim como o preço praticado na feira em comparação com outras modalidades de venda.

¹¹ As alternativas apresentadas foram adicionadas ao questionário levando-se em conta as observações registradas nos relatórios sinóticos. Eram elas: 1. preço; 2. localização; 3. qualidade dos produtos vendidos; 4. qualidade do atendimento; 5. relação com os feirantes; 6. atmosfera da feira; 7. preocupação ambiental; 8. valor nutritivo dos alimentos; 9. possibilidade de comprar direto do produtor; 10. busca por alimentos orgânicos; 11. uso do espaço público; 12. ponto de encontro entre amigos; 13. troca de informações, receitas e dicas; 14. alimentos não convencionais.

Ao serem questionados sobre o nível de satisfação com a feira, em uma pergunta aberta, apenas um cliente entrevistado declarou não estar satisfeito com a feira, devido ao pequeno número de bancas presentes. Todos os outros consideraram-se satisfeitos, apesar de algumas ressalvas, entre elas: pouca diversidade, diminuição do número de bancas ao longo do tempo e falta de infraestrutura e apoio por parte do poder público (poucos espaços de sombra, falta de banheiro etc.).

Ao justificar a satisfação com a feira, foram feitas novas referências à qualidade dos alimentos vendidos, expressas por características como frescos e orgânicos, e sobre o contato direto com o agricultor em um atendimento atencioso. Atributos ligados à sociabilidade, como o uso de um espaço público, o encontro com amigos e a possibilidade de trocas de informações, receitas e dicas foram os menos referenciados.

Os consumidores entrevistados valorizaram características como frescor, sabor, durabilidade e valor nutricional. Alguns também deram destaque ao fato de ser possível encontrar alimentos orgânicos na feira, as vantagens da localização próxima da residência e o preço.

Apesar da baixa interação observada entre os clientes, a relação destes com os feirantes é visivelmente importante e um diferencial entre a feira e outras formas de comércio de alimentos. No caso da venda direta, onde vendedores e consumidores estabelecem uma relação, este relacionamento passa a ser um atributo de qualidade. Conhecer quem produz o seu alimento é um contraponto à abstração e ao anonimato das grandes redes de supermercado (GIDDENS, 1991). Um dos clientes afirmou estar satisfeito com a feira porque se tivesse alguma queixa, poderia reclamar direto com o feirante que o estava atendendo.

Clientes e feirantes tratam-se pelo primeiro nome, dividem angústias, problemas de saúde e conquistas. Trocam mensagens através do telefone celular, conhecem outros membros da família e preocupam-se quando não se encontram. Muitos dos clientes, principalmente os mais idosos, costumam permanecer na banca, mesmo após a compra, para conversar. A ausência dos feirantes causa surpresa e frustração para os fregueses frequentes. Quando algum dos feirantes se ausenta, os consumidores

indagam se alguém sabe de algo, demonstrando preocupação e querendo saber o que poderia ter acontecido.

Alguns dos consumidores organizam visitas às propriedades dos feirantes-agricultores que produzem alimentos orgânicos e os próprios feirantes incentivam esse tipo de aproximação, divulgando as datas para os clientes mais próximos, caso tenham interesse em comparecer.

A relação de proximidade também abre espaço para críticas, como no exemplo abaixo, em que uma feirante tentou oferecer rúcula a uma cliente que estava comprando ervilhas e laranjas: “Feirante – Você não quer aproveitar e levar um pouco de rúcula? Olha como está fresquinha; Cliente – Não, comprei na semana passada e estava inaceitável (conversa presenciada pela pesquisadora entre a feirante e uma cliente habitual)”.

Quando a cliente se afastou, a feirante comentou que esse tipo de comentário é comum e que, apesar de embaraçoso, era importante para conhecer e responder às insatisfações dos fregueses. Na semana anterior, uma outra cliente havia perguntado o que ela usava como adubo, já que produzia sem o uso de aditivos químicos. Essa consumidora estava desconfiada porque tinha assistido na televisão uma reportagem que acusava agricultores de usarem fezes de cachorros e gatos. O questionamento permitiu que uma conversa fosse estabelecida e a feirante-agricultora foi capaz de liquidar a dúvida que gerava receio em sua cliente.

Ao serem perguntados sobre os aspectos que levam em consideração na aquisição de alimentos, onde poderiam ser escolhidos três atributos de uma lista prévia apresentada¹², 79% dos clientes entrevistados disseram que dão preferência a alimentos que sejam produzidos sem o uso de agrotóxicos. O segundo atributo mais apontado pelos fregueses, com 52% das escolhas, foi conhecer a origem desses alimentos: se são oriundos da agricultura familiar, se foram produzidos no município etc. Na sequência foi mencionada a aparência, opção de 39% dos entrevistados.

¹² As alternativas apresentadas foram adicionadas ao questionário levando-se em conta as observações registradas nos relatórios sinóticos. Eram elas: 1. Aparência (ex.: cor, textura, aroma, tamanho); 2. Preço acessível; 3. Origem (ex.: produção local, agricultura familiar); 4. Livre de agrotóxicos; 5. Sabor (ex.: possibilidade de provar, comprar sempre do mesmo agricultor); 6. Produzido sem causar danos ao meio ambiente; 7. Outros?

Alguns consumidores, em conversas informais, relataram preferir produtos menores, porque acreditam que esses possuem menos agrotóxicos. Eles também disseram estar atentos à diversidade oferecida em uma mesma banca: quando a banca oferece pouca variedade de artigos, eles acreditam que os alimentos foram, de fato, produzidos por aquele feirante-agricultor; já as bancas com uma grande pluralidade de artigos, provavelmente estariam comprando de grandes centros de distribuição, e seriam responsáveis por apenas pequena parte dos produtos vendidos.

A proximidade é um componente importante para os frequentadores da feira e uma estratégia para se alcançar um sistema alimentar mais sustentável (FAO, 2018). A maioria dos clientes que frequenta as bancas pesquisadas é de moradores do bairro, e a localização, apesar de não ser um fator decisivo, é importante para quase metade deles. Apesar de 94% dos entrevistados comparecerem à feira pelo menos duas vezes ao mês, ela não é a única alternativa para compra de alimentos para 67% deles, que informaram frequentar supermercados, hortifrutis, outras feiras da cidade ou realizar compras através da entrega de cestas de orgânicos na sua residência.

O tema meio ambiente é considerado importante por 32 dos 33 participantes da pesquisa; contudo, o simples interesse por informações relacionadas à temática ambiental não implica, necessariamente, em estilos de vida ambientalmente sustentáveis.

Perguntou-se aos entrevistados se eles tinham preocupações ambientais. Caso a resposta fosse positiva, era solicitado ao entrevistado para apontar em uma lista de 15 alternativas¹³, quais eram as principais. É importante ressaltar que não havia limite para a resposta e o participante poderia assinalar todas as alternativas que considerasse relevantes. Os entrevistados destacaram como suas principais preocupações

¹³ As alternativas eram: 1. Desperdício de água e energia; 2. Aumento do volume de lixo; 3. Poluição de rios, lagos e outras fontes de água; 4. Consumo exagerado de sacolas plásticas; 5. Poluição produzida por pesticidas e fertilizantes; 6. Desmatamento de florestas; 7. Poluição do ar; 8. Camada de ozônio; 9. Mudanças climáticas; 10. Poluição dos mares; 11. Extinção de espécies de animais e plantas; 12. Chuva ácida; 13. Desaparecimento de populações tradicionais; 14. Desertificação; 15. Outros?

ambientais a questão do lixo (52%), e o consumo exagerado de sacolas plásticas (42%). Desperdício de água e energia (39%), poluição de águas doces (39%) e poluição produzida por agrotóxicos (36%) foram também citados por uma parcela significativa da amostra. Preocupações como desmatamento de florestas, camada de ozônio e chuva ácida foram pouco ou zero mencionadas. As mudanças climáticas, assunto bastante discutido na mídia atualmente, não foram citadas por nenhum entrevistado. A questão da biodiversidade, representada pela alternativa ‘extinção de espécies de animais e plantas’ foi escolhida por apenas um participante, e o desaparecimento de populações tradicionais por apenas dois.

Foi possível observar alguns fregueses levando sacolas reutilizáveis para carregar as suas compras; entretanto, todas as bancas contam com sacolas plásticas para embalar os produtos. Duas das feirantes que participaram da pesquisa mencionaram que gostariam de produzir sacolas resistentes e retornáveis, que emprestariam aos clientes frequentes, porém não tinham tempo nem recursos para investir nessa tarefa.

Apesar das preocupações ambientais assinaladas, são comuns entre frequentadores da feira as queixas a respeito da falta de produtos específicos em determinadas épocas do ano, como as verduras. Percebe-se que apesar de buscar e dar preferência aos alimentos orgânicos, são poucos os que entendem questões próprias desse tipo de produção, como a sazonalidade e as vocações regionais.

Ao serem indagados sobre de que forma definiriam o que é *desenvolvimento sustentável*, como questão aberta, os participantes da pesquisa sempre se mostravam cautelosos e preocupados com a resposta. Grande parte dos entrevistados dizia ser um tema difícil de definir e utilizavam alguns exemplos que são vistos como representações do que é sustentável, por exemplo a reciclagem e a própria existência da feira.

A definição do termo pelo grupo entrevistado quase sempre estava associada à *preservação do meio ambiente*, a uma *produção responsável*, a *conter desperdícios* e ao *progresso econômico*, respostas que corroboram o discurso da matriz interpretativa hegemônica (LIMA, 2003). As dimensões social e cultural não foram lembradas, com exceção de um cliente que definiu *desenvolvimento sustentável* como ser um país sem violência. A questão do

consumo também foi sugerida por parte dos entrevistados, porém dentro de um conceito que se afasta dos ideais de autolimitação das necessidades, característica dos movimentos ecológicos da década de 60 e 70, mas que se aproxima ao que Portilho (2005) convencionou chamar de shopping ecológico, que engloba a febre dos orgânicos e que se relaciona com o conceito original de consumo verde.

De certa maneira, uma atividade tão simples quanto “ir às compras” passa a ser vista como uma escolha que afeta a qualidade do meio ambiente, porém a possibilidade de escolha não está entre consumismo e não consumismo, mas sim na escolha entre diferentes marcas ou canais de vendas. É importante mencionar que a questão do desperdício é uma das que mais contribui para a insustentabilidade de um sistema alimentar – cerca de um terço de todos os alimentos produzidos no mundo são perdidos ou desperdiçados, com um significativo impacto ambiental em termos de água e terras utilizadas (HLPE, 2017).

Ao perguntar aos clientes entrevistados, fazendo uso de uma questão aberta, de que forma eles definiriam *consumo sustentável* e o que faziam (se faziam) em prol dessa ideia, a maioria respondeu que o conceito de *consumo sustentável* estava de acordo com o que eles já haviam definido como *desenvolvimento sustentável* e poucos souberam/quiseram diferenciar os dois termos. A maioria das respostas demonstrou dificuldades em associar consumo e sustentabilidade em todas as suas dimensões (ambiental, econômica, social, cultural e política) e priorizou associações *com a separação do lixo, a reciclagem e a preocupação com o desperdício*. Alguns dos entrevistados mencionaram a importância de *realizar compras conscientes*, enquanto apenas um cliente mencionou *políticas públicas* na sua resposta. Nenhum entrevistado questionou níveis (quantidade) ou distribuição de consumo (equidade), foram discutidos apenas padrões.

Sobre o que faziam de acordo com um *consumo sustentável*, 21% dos entrevistados afirmaram evitar o uso de sacolas plásticas e 30% fizeram algum tipo de relação com o consumo de alimentos locais e orgânicos, como *consumir produtos orgânicos, ajudar comprando dos pequenos produtores, e vir a feira e evitar industrializados*, demonstrando buscar estratégias de

substituição de bens e serviços por outros que sejam mais eficientes ou menos poluentes.

Um outro aspecto importante, a partir da análise e interpretação das respostas sobre o que se pode fazer pela sustentabilidade, relaciona-se à transferência da atividade regulatória do consumo do poder público e do mercado para o consumidor. Os consumidores entrevistados demonstraram já ter internalizado essa transferência, ao enfatizar formas individuais de buscar a sustentabilidade; dessa forma, o Estado evitaria um confronto direto entre crescimento econômico e importantes questões culturais, ambientais e sociais e corresponsabilizaria o consumidor pelas consequências relacionadas a essa contradição (PORTILHO, 2005). Apesar disso, o relatório da HLPE (2017) evidencia a importância da regulamentação, informação e educação pela gestão pública, para a orientação dos consumidores em direção a escolhas alimentares mais saudáveis e sustentáveis.

Ao excluir as políticas públicas das atividades regulatórias de consumo, percebe-se uma apropriação de termos ‘verdes’ (com conotação ecológica e/ou sustentável) pelo mercado, que coloca ênfase em um discurso ‘ganha-ganha’ quando se propõe a resolver crises através de soluções que podem trazer ganhos para todos (PORTILHO, 2005). Esse é um fenômeno que pode ser ilustrado pelo caso dos orgânicos, nomenclatura que atualmente não está acessível a nenhum dos feirantes da I Feira de Agricultura Familiar e Economia Solidária, por não contarem com a certificação de conformidade – o mercado se apropriou do termo e, seguindo a lógica de maximização de lucros, criou submercados e nichos elitistas de consumo de alimentos que, apesar de serem produzidos sem agrotóxicos, nem sempre levam em conta custos energéticos de produção, custos sociais e a questão de acesso e distribuição equitativa dos recursos naturais.

De forma paradoxal, as respostas sobre *consumo sustentável* dadas pelos entrevistados contribuem com a hipótese de que estes consumidores vêm buscando um enfrentamento da crise, especialmente ambiental (esfera coletiva) por uma via individual (esfera privada). Como observado por Portilho (2005), sua atuação é limitada, e a comunicação entre as esferas

pública e privada é esporádica, porém o campo do consumo pode oferecer novas possibilidades (ainda que modestas) de práticas políticas no mundo contemporâneo. Vale lembrar que esse tipo de participação política não substitui a tradicional, e que não é capaz de gerar as mudanças profundas necessárias para uma sociedade sustentável sem a pressão das organizações sociais e das instituições públicas, mas as atividades de consumo operam em importantes interfaces entre a alimentação e a sustentabilidade (PORTILHO, 2005).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo de caso apresentado ilustra uma das várias interseções possíveis entre alimentação e sustentabilidade, e realça os conflitos, desafios e as possibilidades de que consumidores, não apenas aqueles organizados em movimentos sociais, mas também os que agem de forma individualizada, possam participar de uma esfera pública mais ampla através de suas decisões cotidianas de consumo.

Ao dedicar-se a observar e descrever, em profundidade, o comportamento e as motivações de consumidores em uma feira de agricultura familiar no interior do estado do Rio de Janeiro, a pesquisa contribui para a compreensão de demandas e particularidades regionais que existem quando se discute o consumo sustentável na área da alimentação. Apesar disso, o método de estudo de caso apresenta limitações, como a impossibilidade de generalizar os resultados específicos obtidos.

Ao ofertar alimentos auto identificados como orgânicos e produzidos pela agricultura familiar, a *I Feira da Agricultura Familiar e Economia Solidária* de Macaé colabora com a configuração de um ambiente alimentar mais saudável e sustentável, em pelo menos dois aspectos. Primeiro porque promove a valorização da vocação agrícola e a cultura alimentar do município e, segundo, por priorizar dinâmicas de produção e consumo socialmente mais justas para produtores e consumidores. Neste cenário, parte dos consumidores reconheceu a sua importância na manutenção da agricultura sustentável regional, ainda que nem todos foram capazes de fazer uma associação direta entre as suas escolhas alimentares com um

consumo sustentável, e quando o fizeram tiveram dificuldades de refletir sobre limites (regulamentação) e autolimites (decisões individuais) ao consumo, dando preferência às substituições por escolhas ‘mais verdes’.

Sob a ótica dos consumidores, um dos grandes diferenciais da feira em relação a outras formas de comercialização de alimentos é a possibilidade de compra direto com o agricultor, dessa maneira os relacionamentos face a face são promovidos a um atributo da qualidade. Esse indício demonstra que os vínculos entre consumidores e produtores são fundamentais na construção da confiança, em especial quando se trata da venda de alimentos orgânicos sem certificação.

O interesse pelo meio ambiente é evidente entre os consumidores entrevistados e algumas das preocupações ambientais mais relevantes, como a questão do lixo, o desperdício e a poluição produzida por agrotóxicos são condizentes com a escolha de adquirir alimentos orgânicos em uma feira livre.

É importante realçar o fato de que os consumidores, ao frequentar a feira e entrar em contato com os feirantes-agricultores e com outros pares, compartilham vivências e experiências comuns desse ambiente alimentar, o que funciona como um fator de aglutinação e formação de uma identidade particular, o que pode ser direcionado para lutas comuns. Esse grupo de cidadãos, que muitas vezes não têm (ou não quer ter) recursos políticos, pode encontrar uma voz para expressar suas insatisfações com o sistema hegemônico.

Quando o estudo de caso evidenciou as preocupações ambientais como uma das motivações ao consumo, revelou também uma brecha para a ampliação e aprofundamento das preocupações individuais com a alimentação e as questões coletivas que envolvem a produção, circulação e consumo de alimentos, ainda que essa preocupação nem sempre se traduza em compromissos coerentes com princípios da sustentabilidade – o que sugere a necessidade de se popularizar e ampliar o debate sobre os diversos aspectos da produção, comércio e consumo de alimentos sob o ponto de vista da sustentabilidade.

Por fim, destacamos que esta pesquisa trouxe à tona dois pontos importantes quando se pensa a relação entre escolhas individuais

de consumo e sustentabilidade. O primeiro é que a concepção da sustentabilidade predominante entre os entrevistados não incorpora aspectos sociais e culturais. Essa concepção parece caminhar junto com uma visão do consumo sustentável mais ligada à substituição de mercadorias produzidas de forma menos sustentável por outras cuja produção levou em conta aspectos ambientais; não se verificou, contudo, o questionamento do modelo hegemônico de produção e consumo.

Outro ponto importante quanto à relação entre sustentabilidade e escolhas individuais de consumo, que apareceu na pesquisa, foram as contradições entre ideias e atitudes, discutidas na apresentação dos resultados de pesquisa. Para diminuir tal contradição, é essencial a ampliação do conhecimento sobre o processo de produção dos alimentos.

REFERÊNCIAS

- ACSELRAD, Henri. Discursos da sustentabilidade urbana. *Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais*, n.1, p. 79-90, mai. 1999.
- ARAÚJO, Tarcisio Patricio; LIMA, Roberto Alves; MACAMBIRA, Júnior. *Feiras agroecológicas: institucionalidade, organização e importância para a composição da renda do agricultor familiar*. 1.ed. Fortaleza: Instituto de desenvolvimento do trabalho/Núcleo de economia solidária da Universidade Federal de Pernambuco, 2015.
- BARBOSA, Luciano Celso Guerreiro; LAGES, André Maia Gomes. *Crença e certificação de produtos orgânicos: o exemplo da feira livre de Maceió. III Encontro da Anppas*. Brasília, 2006.
- BONNAL, Phillippe; CAZELLA, Ademir A.; MALUF, Renato S./ Multifuncionalidade da agricultura e desenvolvimento territorial: avanços e desafios para a conjunção de enfoques. *Estudos sociedade e agricultura*, v.16, n. 2, p. 185-227, 2008.
- BRASIL. Ministério da Saúde. *Guia alimentar para a população brasileira*. 2. ed. Brasília: Ministério da Saúde, 2014.

- CANESQUI, Ana Maria; GARCIA, Rosa Wanda Diez (orgs). *Antropologia e nutrição: um diálogo possível* [online]. Rio de Janeiro: FIOCRUZ, 2005. Disponível em: <http://books.scielo.org/id/v6rkd/pdf/canesqui-9788575413876.pdf>. Acesso em: 24 out. 2018.
- CASTAÑEDA DE ARAUJO, Marcelo. *Ambientalização e politização do consumo e da vida cotidiana: uma etnografia das práticas de compra de alimentos orgânicos em Nova Friburgo/RJ*. Dissertação, Rio de Janeiro: UFFJ, 2010.
- CRUZ, Fabiana Thomé da; SCHNEIDER, Sérgio. Qualidade de alimentos, escolas de produção e valorização de produtos tradicionais. *Revista Brasileira de Agroecologia*, v. 5, p. 22-38, 2010.
- FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS (FAO). *Building a Common Vision for Sustainable Food and Agriculture* [online]. Rome, 2014. Disponível em: <http://www.fao.org/3/a-i3940e.pdf>. Acesso em: 18 jan. 2019.
- GIDDENS, Antony. *As Consequências da Modernidade*. 2 ed. São Paulo: UNESP, 1991.
- HIGH LEVEL PANEL OF EXPERTS ON FOOD SECURITY AND NUTRITION (HLPE). *High Level Panel of Experts on food security and nutrition*. Extract from the report¹ nutrition and food systems, 2017. Disponível em: <http://www.fao.org/3/a-bt672e.pdf>. Acesso em: 24 out. 2018.
- LIMA, Gustavo da Costa. O discurso da sustentabilidade e suas implicações para a educação. *Ambiente & Sociedade*, vol.6, n.2, jul/dez 2003.
- MASCARENHAS, Gilmar; DOLZANI, Miriam C. S. Feira Livre: territorialidade popular e cultura na metrópole contemporânea. *Ateliê*, n. 2, p. 72-87, ago. 2008.
- MENDENHALL, Emily; SINGER, Merrill. The global syndemic of obesity, undernutrition, and climate change. *The Lancet*, v. 393, n. 10173, p. 741, 2019.

- ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS (UN). *Nutrition and food systems: a report by the High-Level Panel of Experts on Food Security and Nutrition of the Committee on World Food Security*. Roma: ONU, 2017.
- PETERSEN, Paulo. Introdução. In: PETERSEN, Paulo (Org.) *Agricultura familiar camponesa na construção do futuro*. 1 ed. Rio de Janeiro: AS-PTA, p. 5-15, 2009.
- PIRES, Álvaro. Amostragem e pesquisa qualitativa: ensaio teórico e metodológico. In: POUPART, Jean et.al. *A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos*. 1. ed. Petrópolis: Vozes, 2010.
- PORTILHO, Fatima. *Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania*. 1.ed. São Paulo: Cortez, 2005.
- PORTILHO, Fatima; CASTAÑEDA, Marcelo. Certificação e confiança face-a-face na feira de produtos orgânicos; *IV Encontro Nacional da ANPPAS*, Brasília, jun 2008.
- PORTILHO, Fatima; CASTAÑEDA, Marcelo; CASTRO, Inês Rugani. A alimentação no contexto contemporâneo: consumo, ação política e sustentabilidade. *Ciência & Saúde Coletiva*. Rio de Janeiro, p. 99-106, jan. 2011.
- RIBEIRO, Helena; JAIME, Patrícia; VENTURA, Deisy. Alimentação e sustentabilidade. *Estudos Avançados*, v. 31, n.89, p. 185-198, 2017.
- SANTOS, Christiane Fernandes; SIQUEIRA, Elisabete Stradiotto; ARAÚJO, Iriane Teresa; MAIA, Zildenice Matias Guedes. A agroecologia como perspectiva de sustentabilidade na agricultura familiar. *Ambiente e sociedade*, v. 17, n. 2, p. 33-52, jun. 2014.

Texto recebido em 24/02/2021 e aprovado em 21/07/2021.