

Sustentabilidades e dinâmicas urbanas associadas às iniciativas de comercialização de alimentos orgânicos em Belo Horizonte

Leonardo Vasconcelos de Souza¹, Gabriela Reis Mendonça¹, Hélio de Magalhães Júnior¹, Vinícius Papatella Padovani¹, Gabriel Costa Ribeiro¹, Ronaldo Barreto Júnior¹, Vinícius Junio de Oliveira¹, Natália Muguet Silva Castro¹ e Pedro Mota Belisário Chaves¹

¹Graduandos em Ciências Socioambientais pela Universidade Federal de Minas Gerais. E-mail para contato: <leodesouza.90@hotmail.com>.

Resumo: A agricultura se apresentou já nos primeiros conglomerados humanos e mesmo com o surgimento das cidades o cultivo permaneceu por questões culturais e econômicas. A agricultura urbana modifica relações sociais que podem alcançar todo o sistema agroalimentar local e regional na medida em que envolvem atividades de múltiplas dimensões e funcionalidades cujos sujeitos sociais protagonizam contradições e (des)construções nos espaços urbanos. Trata-se de uma arte social e cultural que muda as relações de poder nos territórios e que pode ocorrer de forma independente ou convergente. Este texto busca analisar os processos envolvendo a agricultura urbana a partir do mercado de produtos orgânicos comercializados em Belo Horizonte. Buscou-se identificar o perfil socioeconômico dos consumidores de tais produtos e sua afinidade com a temática da produção orgânica de alimentos. Tentou-se também identificar semelhanças e diferenças entre os dois tipos de feiras existentes em Belo Horizonte: as feiras organizadas pela Prefeitura Municipal e as feiras organizadas por iniciativas de movimentos sociais. A metodologia foi voltada para a realização de entrevistas por meio de questionários distintos para comerciantes e consumidores. Os dados coletados foram tabulados e apresentados em forma de gráficos e mapas para uma melhor visualização das dinâmicas espaciais e quantitativas associadas às iniciativas de comercialização e consumo dos produtos orgânicos de Belo Horizonte. Dentre as famílias de consumidores entrevistadas, mais de 60% alegou ir às feiras mais de uma vez na semana. A localização das feiras concentra-se nos bairros nobres de Belo Horizonte o que reflete o real poder aquisitivo dos consumidores constatado também através de sua renda média mensal que em 60% dos casos ultrapassou dez salários mínimos. Os consumidores de alimentos orgânicos em Belo Horizonte formam um público restrito, que enxerga a política de produção pautada no uso de agrotóxicos como um risco iminente à saúde. 90% deles consideram que a qualidade do produto é o principal fator que os leva a procurar os alimentos orgânicos. São pessoas que se interessam por produtos cultivados de forma alternativa e não se importam em pagar valores mais altos por esse tipo de alimento. Esses consumidores ainda buscam valorizar outras ações ditas sustentáveis, como, por exemplo, manejar uma horta, pomar ou roça em suas casas. A produção e consumo de alimentos orgânicos em Belo Horizonte revelam outros modos de viver e de se relacionar com a terra e os espaços que não as práticas hegemônicas que se consolidaram durante o processo de formação da cidade. Percebe-se que muitas das práticas camponesas trazidas para a cidade pelos moradores oriundos do campo ainda são mantidas e resistem aos discursos hegemônicos do mercado e modos de vida convencionais urbanos. É necessário realizar acompanhamentos detalhados desses mercados orgânicos que demonstraram forte potencial para mudança de hábitos sociais. Também percebe-se que em todos os casos foi possível enquadrar esses indivíduos como produtores, não só de alimentos, mas principalmente de utopias, uma vez que demonstraram que a comercialização e o consumo eficientes e sustentáveis são possíveis de ser associadas à lógica urbana.

Palavras chave: Agricultura urbana; Alimentos orgânicos; Belo Horizonte.

1. Introdução

O cultivo de alimentos esteve associado exclusivamente a territórios rurais, porém essa mentalidade vem se alterando na atualidade através de diversos exemplos de práticas de agricultura urbana. Segundo Sposito (2000), já nos primeiros conglomerados humanos foram estabelecidos cultivos agrícolas e criações de animais próximos às habitações. Mesmo com o surgimento das cidades tais práticas não foram abandonadas, seja por forte apelo cultural, para a obtenção de alimentos frescos ou ainda como forma complementar de geração de renda.

Em 1999, a Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura estimou que 800 milhões de pessoas estavam envolvidas com a produção de alimentos nas cidades e no seu entorno, sendo responsáveis por cerca de 15% da produção de alimentos no mundo (MENDONÇA, 2012). Além de refletir nos custos, a produção de alimentos próximo aos centros consumidores envolve atividades de múltiplas dimensões e funcionalidades cujos sujeitos protagonizam os espaços urbanos e modificam suas relações sociais.

Moreira (2008) observou que a agricultura urbana modifica relações sociais que podem alcançar todo o sistema agroalimentar (local e regional) na medida em que envolvem atividades de múltiplas dimensões e funcionalidades cujos sujeitos sociais protagonizam contradições e (des)construções nos espaços urbanos. Trata-se de uma arte social e cultural que altera relações de poder nos territórios.

Acontece que a agricultura permanece nas cidades e nas periferias ao mesmo tempo em que surge como reação às territorializações do capitalismo. É uma prática que aponta alternativas viáveis para a reconstrução de relações mais equilibradas entre o urbano e o rural e a promoção de cidades mais saudáveis, produtivas e inclusivas. É nesse contexto que ganham importância as temáticas das cidades sustentáveis da agricultura urbana e da produção e consumo de alimentos orgânicos.

Mas o que seria uma cidade sustentável? Uma pergunta assim tange à noção de *utopia*, termo oriundo do grego onde “u” é um advérbio de negação e “topos” significa lugar, ou seja, utopia possui o sentido de ‘não lugar’, ou lugar inexistente. Pode-se dizer que na modernidade, uma das utopias presentes é o desejo de habitar um ambiente urbano saudável que favoreça com que comportamentos sociais e políticos sejam pautados no respeito aos direitos humanos. Em todos os lugares que existem seres humanos é possível perceber a produção histórica do espaço através de materialidades e simbolismos (MOREIRA, 2008). São as concepções de espaço e suas contradições que nos evidenciam que vivemos em uma utopia.

A temática das cidades sustentáveis pode ser enquadrada como uma utopia, constituindo-se como ação política emergente do âmbito da questão ambiental também trazendo consigo o debate sobre os direitos civis, políticos, sociais, econômicos e culturais.

Nesse sentido, pode-se citar ainda a Agenda 21 brasileira como exemplo de política criada para internalizar diretrizes para o desenvolvimento sustentável. Ela surgiu como um dos resultados da Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, ocorrida em 1992, e possui como um de seus eixos temáticos a agricultura sustentável. Esse eixo revela, antes de tudo, a insatisfação com o *status quo* da agricultura moderna e indica o desejo social de práticas que simultaneamente conservem os recursos naturais e forneçam produtos mais saudáveis, sem comprometer os níveis tecnológicos já alcançados de segurança alimentar. Para isso, uma das estratégias previstas é o incentivo à geração e difusão de informações e de conhecimentos que garantam a sustentabilidade da agricultura, identificando e apoiando a consolidação de experiências-piloto em diferentes contextos socioespaciais. A Agenda 21 prevê ainda, o estímulo à agricultura urbana, vista como atividade importante para o combate à pobreza urbana, desde que associada a atividades de educação ambiental.

A maioria dos estudiosos que discutem a temática das cidades sustentáveis concordam com essa proposta de se mudar as dinâmicas de gestão dos centros urbanos (LASCHEFSKI, 2008; OJIMA, 2007). Uma das propostas atualmente difundidas é a promoção da integração

entre políticas urbanas e rurais através da aproximação entre produtores e mercados consumidores, numa perspectiva de desenvolvimento local e regional. Essa proposta também promoveria mudanças nos padrões de produção e de consumo das cidades, reduzindo custos e desperdícios e fomentando o desenvolvimento de tecnologias urbanas sustentáveis.

Alcançar tal meta, contudo, não consiste em tarefa fácil já que o número de centros urbanos a terem seus padrões de produção/consumo alterados é grande. O pesquisador e jornalista Tiago José Berg (2011) aponta que, em 2009, existiam mais de 36 mil cidades grandes no mundo. A cidade de Belo Horizonte – BH, capital do Estado de Minas Gerais e importante centro urbano brasileiro, apresenta exemplos interessantes de práticas dessa aproximação entre urbano e rural através do mercado de produtos hortifrutigranjeiros orgânicos.

A pesquisa objetivou identificar os pontos de comércio de tais produtos na cidade e bem como seus consumidores e produtores, elencando algumas características desses três objetos de estudo. De modo específico buscou-se levantar o perfil socioeconômico dos consumidores e suas afinidades com a temática da produção orgânica de alimentos, bem como compreender como se dá a organização dessas feiras.

2. Metodologia

Instrumento muito utilizado no campo das ciências sociais, a metodologia voltada para a realização de entrevistas por meio de questionário previamente elaborado contribuiu para uma melhor sistematização dos dados de interesse (BOUDON, 1971). O questionário foi baseado naquele utilizado por Laschefski (2008) tendo sido adaptado para o foco da produção de alimentos orgânicos no município de Belo Horizonte. Sua estrutura foi dividida em dois blocos distintos para consumidores e produtores. O primeiro foi composto por questões que sobre a caracterização do perfil sociodemográfico do entrevistado, características de seu domicílio tais como a presença de jardins, hortas ou pomares em seu domicílio, sua relação com iniciativas sociais e ambientais e aspectos relacionados a sua mobilidade urbana, como meios de locomoção utilizados para o trabalho e para as compras. O segundo objetivou uma compreensão sintética sobre a oferta e demanda dos produtos, se os mesmos têm acesso às políticas públicas de fomento e quais as formas de escoamento da produção.

Dentro do universo pesquisado, verificou-se duas estruturas de mercado distintas: (i) feiras vinculadas à Prefeitura Municipal de Belo Horizonte – PBH, reguladas por deliberações do poder executivo; e (ii) iniciativas oriundas de redes de movimentos sociais, caracterizadas pelo enraizamento na economia popular solidária e em práticas agroecológicas.

Das dez feiras de produtos orgânicos no município, seis compuseram a presente análise. Somando-se feirantes e consumidores, foram entrevistadas 56 pessoas, nove feirantes/comerciantes e 47 consumidores. Os dados coletados foram tabulados e analisados através de gráficos e mapas, permitindo uma melhor visualização espacial das dinâmicas associadas às iniciativas de feirantes e consumidores de produtos orgânicos na Região Metropolitana de Belo Horizonte – RMBH, bem como aspectos das intencionalidades que orientam suas ações de consumo e mobilidade pelo espaço urbano.

3. As feiras orgânicas em Belo Horizonte

Segundo Noronha (2008), os produtores de orgânicos sempre venderam seus produtos nas feiras tradicionais de Belo Horizonte. Devido ao aumento da demanda, eles decidiram se organizar para aproveitar o potencial de crescimento deste mercado na cidade. Juntamente com a PBH, estudaram a possibilidade de estabelecer pontos de venda exclusivos para produtos orgânicos, buscando promover uma maior acreditação destes produtos por meio dos sistemas de certificação e da própria ligação entre produtores e o poder público municipal.

A iniciativa foi concretizada através da parceria estabelecida entre a Prefeitura, a Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Estado de Minas Gerais e empresas certifi-

cadoras, surgindo assim o Programa Feiras Orgânicas de Belo Horizonte, atualmente coordenado pela Secretaria Municipal Adjunta de Segurança Alimentar e Nutricional – SMASAN. Para a execução do programa, a Prefeitura fornece barracas padronizadas com identificação da produção orgânica. Vale ressaltar que no ano de 2011, o município promulgou a Lei nº 10.255, que instituiu a Política Municipal de Apoio à Agricultura Urbana como parte integrante da política municipal de abastecimento, em harmonia com a política urbana e voltada para a segurança alimentar e nutricional da população, em bases sustentáveis.

A primeira feira do Programa Feiras Orgânicas foi criada no bairro Savassi em 2001 (NORONHA, 2008). Devido a seu sucesso, produtores e consumidores solicitaram novos espaços, sendo criada então, a feira da Praça JK e, posteriormente, as dos bairros Luxemburgo, São Luiz e Buritis. Os locais das feiras foram definidos a partir de pesquisa da Prefeitura junto aos consumidores.

Os produtos comercializados nessas feiras são certificados quanto a não utilização de adubos químicos e agrotóxicos em seu processo de cultivo. Segundo a PBH, o processo de certificação dos produtos comercializados em Belo Horizonte é acompanhado pelo Colegiado do Ministério da Agricultura e Abastecimento e os certificados são obrigatoriamente, expostos nas barracas e devem constar o nome da entidade certificadora, o nome e as características da propriedade e do produtor, os produtos certificados como orgânicos, bem como a data de validade da certificação.

De acordo com Avelar (2012), a SMASAN controla o preço dos produtos vendidos nas feiras municipais fixando valores mínimos e máximos para cada produto, o que para alguns produtores é uma limitação já que esses valores podem estar abaixo do praticado no mercado de orgânicos. Os preços são de 12% a 30% mais baixos que a média dos outros produtos orgânicos comercializados no município (NORONHA, 2008). A tabela de preços fica disponível em cada uma das barracas. Os produtores ainda julgam que, mesmo com a limitação dos preços, a existência das feiras aumenta o lucro das vendas, pois facilita a comercialização dos produtos e diminui o envolvimento de vendedores intermediários.

Outra imposição da PBH para a venda de produtos nas feiras municipais é o produtor estar vinculado a alguma associação de agricultores. Segundo Avelar (2012), todos os produtores que participam do programa da Prefeitura estão vinculados a uma única associação. A maioria deles vê o associativismo como oportunidade capaz de proporcionar a divulgação do trabalho e a troca de informações entre os produtores. No entanto, alguns produtores admitiram só fazer parte da organização por ser uma condição para a participação na feira.

Outras iniciativas de produção, comercialização e consumo que fogem ao programa da PBH têm surgido e compreendem estratégias associativas, comunitárias e solidárias sendo que em muitos casos são organizadas a partir da agricultura urbana, de práticas agroecológicas e da permacultura.

Fundadas na cooperação entre as unidades de trabalho, sem no entanto, desconsiderar o sistema econômico hegemônico, essas ações nascem de uma atitude crítica ao modelo capitalista na produção de contra espaços. Esse formato de feira se pauta em valores não mercantis, como a autonomia e a autogestão comprometidas com o desenvolvimento humano. Entretanto, são sistemas que revelam dificuldades e fragilidades ainda pouco analisadas.

A Feira Terra Viva – FTV é a única feira visitada que não está vinculada ao programa da Prefeitura. Gerida por uma rede de grupos e ONGs, é um empreendimento de economia solidária que visa estabelecer alianças entre produtores e consumidores. Um de seus objetivos é fomentar uma produção que respeite a saúde, as relações humanas e o ambiente. Em seus oito anos de existência, a FTV vem fortalecendo suas bases para proporcionar cada vez mais benefícios à sociedade. Para o seu pleno funcionamento, foi preciso alinhar os interesses entre produtores, consumidores e organizadores a fim de estimular meios de cooperação mútua, a partir de atividades produtivas alternativas que priorizam a autogestão. Dessa forma, a feira é

baseada em um sistema de trocas e articulações onde a comercialização de produtos é realizada de forma não concorrencial, sempre procurando estimular potenciais específicos ligados ao associativismo, produção rural agroecológica e produções artesanais. Diferentemente das feiras da PBH, a FTV não é organizada em espaços públicos da cidade, mas sim em um espaço privado no bairro de Santa Teresa.

Somando a essa atuação, está a Articulação Metropolitana de Agricultura Urbana-AMAU¹, formada em 2001 a partir do exercício de identificação de experiências de agricultura urbana e segurança alimentar na RMBH. A Articulação foi idealizada pela Rede de Intercâmbio de Tecnologias Alternativas² em um contexto de reconhecimento institucional das práticas de segurança alimentar desenvolvidas pela sociedade civil, por meio de diagnósticos e encontros promovidos pelo Fórum Mineiro de Segurança Alimentar e Nutricional Sustentável e pelo Conselho de Segurança Alimentar e Nutricional do Estado³.

Em 2004, a AMAU foi concebida como um espaço espontâneo e permanente de encontro, diálogo e auto-organização dos grupos a ela associados, tendo participado da construção de políticas públicas nas três esferas federativas, o que contribuiu para sua consolidação como um espaço legítimo de realização de ações e intervenção política relacionadas à agricultura urbana.

Apesar de avanços no que se refere à visibilidade da temática e à criação de marcos institucionais específicos, a implementação de políticas públicas para a agricultura urbana vem apresentando contradições marcantes entre as práticas efetivas da política urbana e a retórica discursiva dos gestores públicos. Contribui para este cenário o fato do conceito da agricultura urbana encontrar-se em construção e em disputa por diversos atores interessados.

¹ Coletivo composto por grupos comunitários informais, associações comunitárias, movimentos sociais de luta pela terra, por moradia, movimentos feministas, grupos de permacultura e alimentação saudável, empreendimentos de economia solidária, pastorais sociais, redes, ONGs e estudantes. Para mais informações, visitar o site <<http://amau.org.br>>.

² “Organização da sociedade civil, sem fins lucrativos, criada em 1986, que tem como missão contribuir para a construção de uma sociedade sustentável e para a melhoria da qualidade de vida de comunidades do campo e da cidade, por meio do fortalecimento da agroecologia e da agricultura urbana. A REDE trabalha na promoção e qualificação de experiências de produção agroecológica e organização popular, por meio do acompanhamento às famílias e grupos e da implementação de atividades de formação e capacitação que fortalecem as experiências e a atuação política das lideranças e das organizações de base” (Rede Terra Viva, disponível em: <<http://www.rede-mg.org.br/?iid=10>>).

³ “Órgão colegiado de interação do Governo do Estado com a sociedade civil. Seu objetivo é deliberar, propor e monitorar ações e políticas de segurança alimentar e nutricional sustentável” (CONSEA, 2008/2011, p. 12).

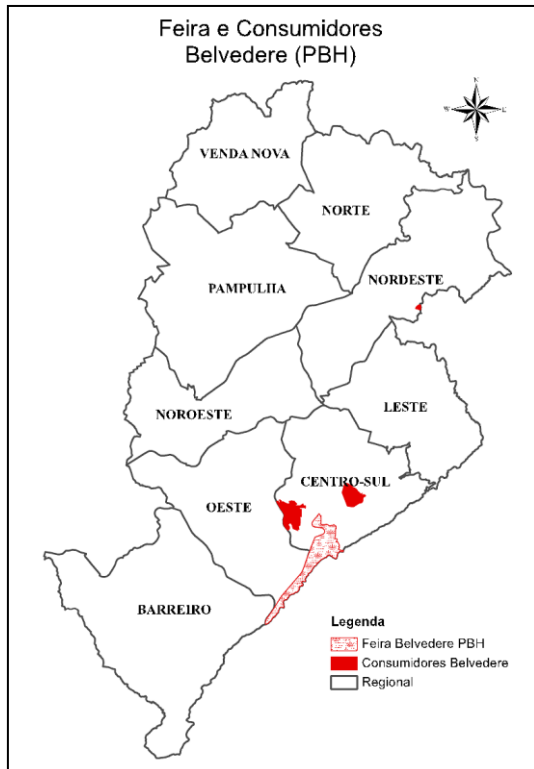


Figura 1: Localização da Feira do Belvedere e bairros em que residem seus consumidores.

3.1 Feira do Belvedere

Semanalmente, oferta produtos cultivados em uma fazenda localizada a cerca de 55km do centro de BH, no município de Capim Branco. Além de expor na FTV, o produtor realiza entregas sob encomendas em bairros de classe média alta de Belo Horizonte por meio de um portal eletrônico. Dentre esses produtos constam hortaliças (couve, alface, almeirão, ora-pro-nobis, azedinha e taiobas) ervas, temperos, mel, açúcar mascavo, arroz, geleias, condimentos, ovos caipiras, abóbora, cebola, alho e frutas (mexerica, limão e abacate). Todos os produtos são embalados e rotulados.

3.2 Feira na Praça Alberto Dalva Simão (Praça Iemanjá)

A Feira da Pampulha, como é conhecida, está localizada na Av. Alberto Dalva Simão com Av. Santa Rosa, no bairro São Luiz, ocorrendo aos sábados de 7hs às 12hs. É composta por duas barracas de alimentos orgânicos e uma de doces e biscoitos artesanais. Apesar de receber consumidores de diversas regiões (Figura 2), não foram observados materiais de divulgação na região. Os produtos encontrados foram hortaliças e verduras tradicionais, como alface, rúcula, couve, rabanete e cenoura, além de frutas.

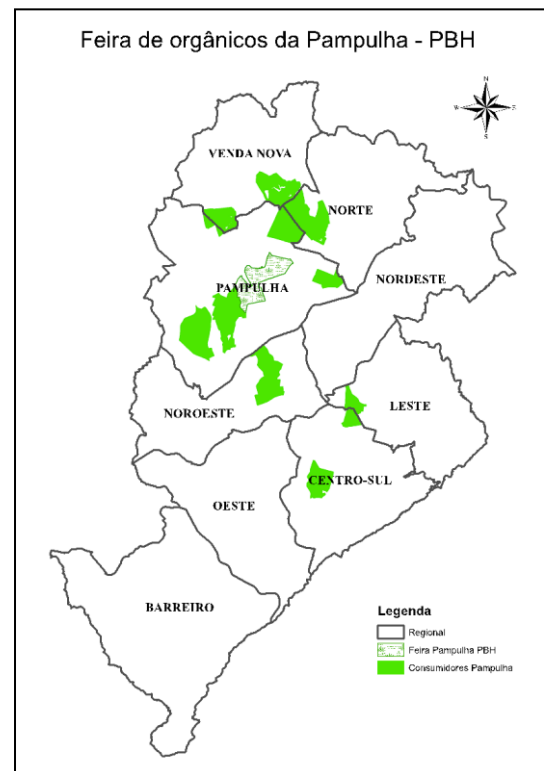


Figura 2: Localização da Feira Iemanjá e bairros em que residem seus consumidores.

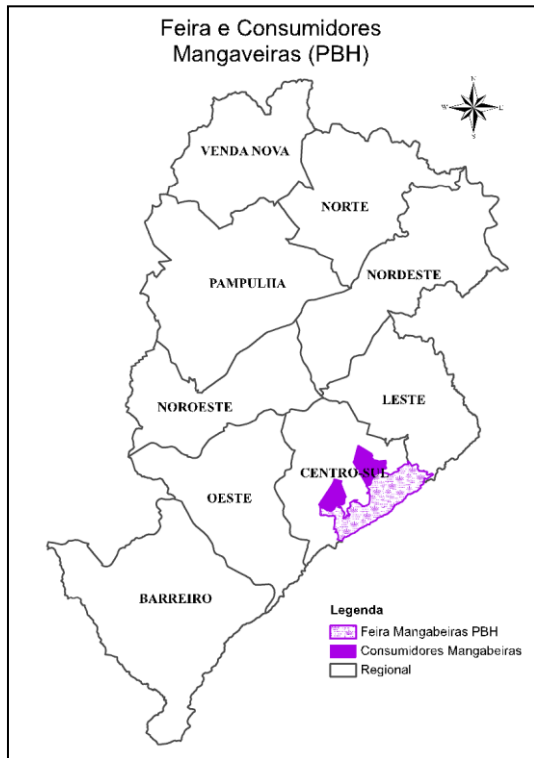


Figura 3: Localização da Feira da Pça JK e bairros em que residem seus consumidores.

3.3 Feira da Praça Juscelino Kubistchek (Mangabeiras)

Localizada em paralelo à Avenida Bandeirantes, a feira do JK dispõe de duas barracas. Em cada uma delas, há dois vendedores, sendo que um deles também possui outra barraca na feira do bairro Anchieta. Ambas as feiras ocorrem às sextas-feiras de 7hs às 12hs, sendo que o maior movimento ocorre até às 10hs. Ambos os feirantes também expõem na feira da Pampulha aos sábados. Dentre os produtos encontrados, cita-se mexerica, banana, alface, rúcula, couve-flor, pimentão, mel, geleias e temperos.

3.4 Feira da Savassi

Ocorre todas as terças feiras, das 12hs às 18hs, em um quarteirão fechado da Rua Cláudio Manoel. Conta com duas barracas e os produtos advém do município de Capim Branco. Os feirantes também participam da Feira da Pampulha, aos sábados. Não foram observados elementos de divulgação sobre essa feira. A clientela se mostra fiel e realiza encomendas. A maioria dos entrevistados foram trabalhadores e trabalhadoras da região. Dentre os produtos vendidos, haviam as folhosas mais populares, além de ervas e temperos frescos, frutas da época como mexerica, limão, laranja e abacate.

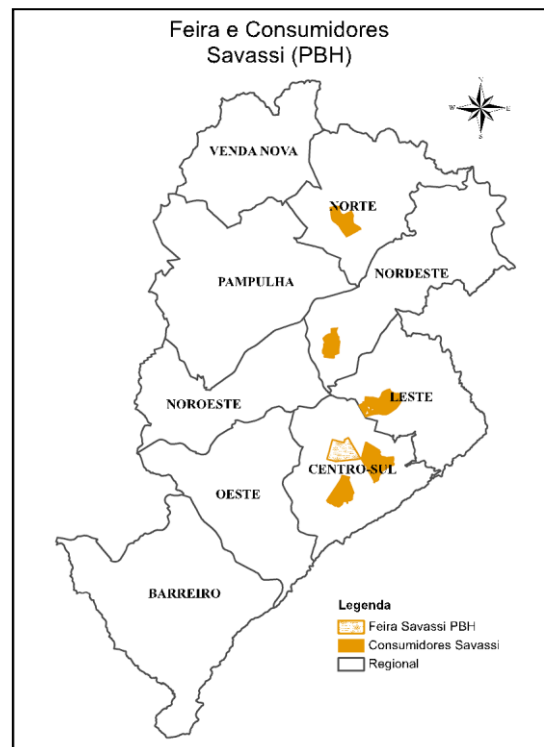


Figura 4: Localização da Feira da Savassi e bairros em que residem seus consumidores.

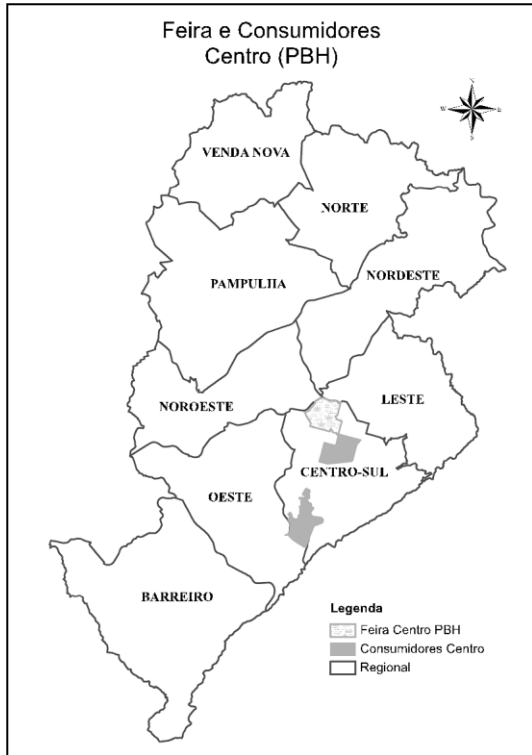


Figura 5: Localização da Feira Afonso Arinos e bairros em que residem seus consumidores.

3.5 Feira da Praça Afonso Arinos

Localizada na região central de Belo Horizonte, é a feira mais recente do Programa da PBH. Com apenas duas barracas, essa feira apresentou baixo fluxo de pessoas e o perfil de consumidores é composto, basicamente, por estudantes e funcionários da Faculdade de Direito da Universidade Federal de Minas Gerais, e moradores do entorno da área que é central.

3.6 Feira Terra Viva

A FTV localiza-se na Rua Capitão Procópio, no bairro Santa Tereza. No período em que os questionários foram aplicados, ela ainda ocorria na antiga sede da ONG 4 Cantos do Mundo, localizada na Rua Mármore. É composta por nove expositores que ofertam cosméticos naturais, pães, sucos, queijos e chás, além de tipos variados de frutas, hortaliças, legumes e doces.

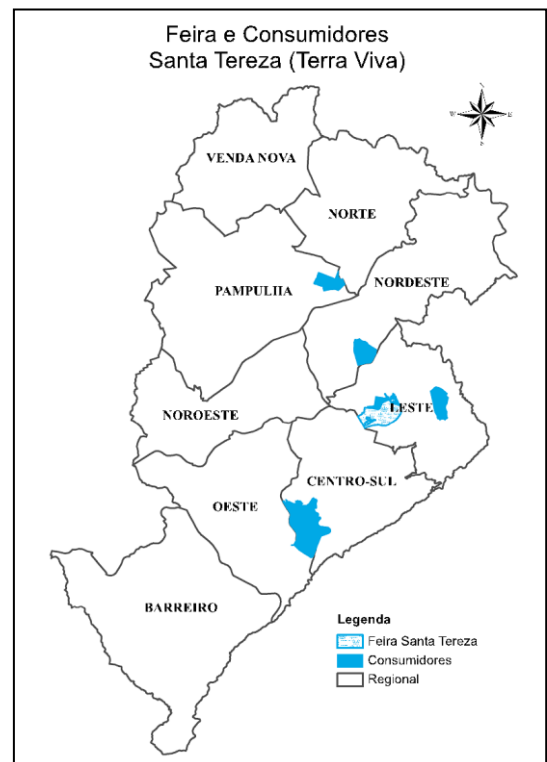


Figura 6: Localização da Feira Terra Viva e bairros em que residem seus consumidores.

4. Análise dos resultados

As feiras orgânicas de Belo Horizonte localizam-se em bairros da zona nobre da cidade, especificamente em seu eixo centro-sul (Figura 7). A única feira que não está localizada nesse eixo é a Feira da Pampulha, embora a região da Lagoa da Pampulha seja um importante ponto turístico de BH e historicamente tenha sido ocupada por famílias de maior poder econômico. A localização do mercado de orgânicos na cidade reflete o perfil do consumidor já que cerca de 73% dos consumidores entrevistados residem no mesmo bairro ou em bairros vizinhos às localidades das feiras (Figura 8). Além disso, 60% dos consumidores afirmaram possuir renda familiar média mensal superior a dez salários mínimos (Figura 9).

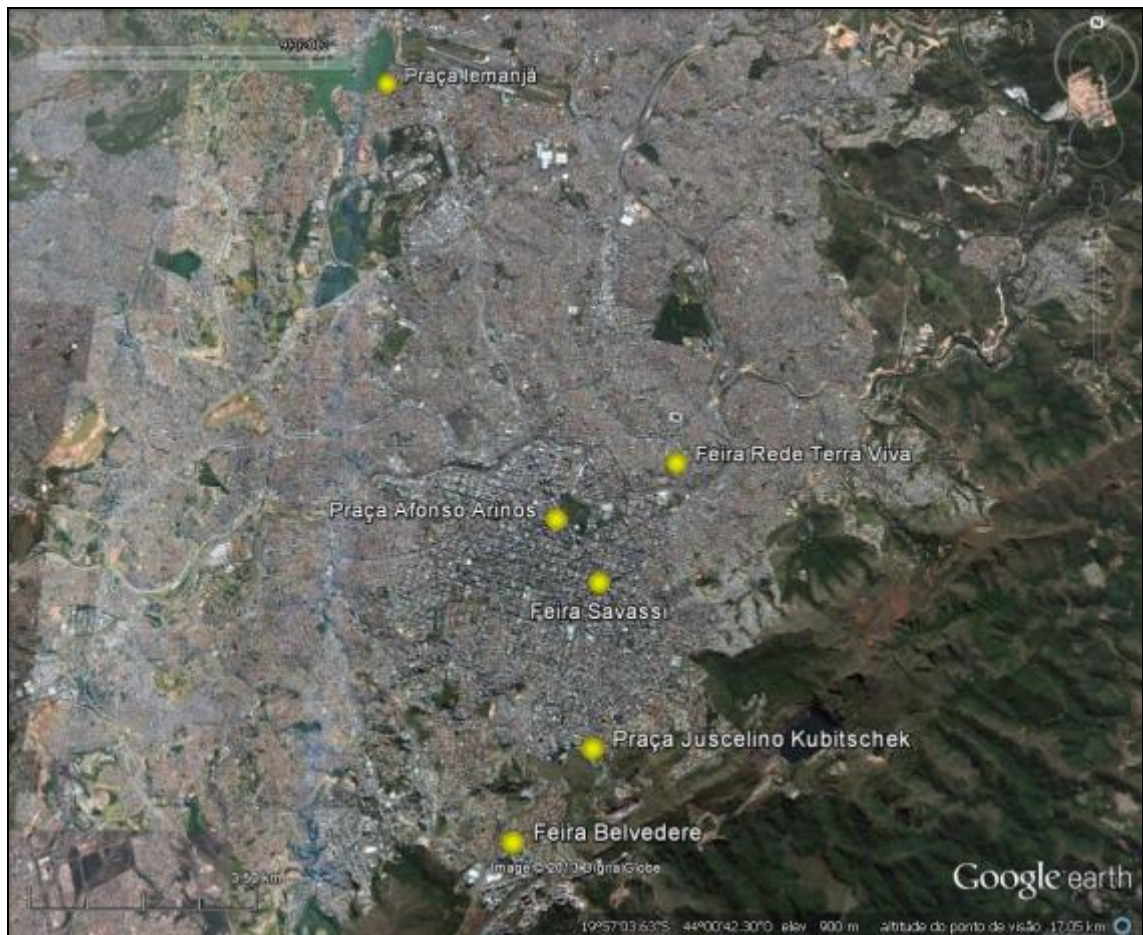


Figura 7: Localização das seis feiras que compuseram o grupo amostral em que se baseou este trabalho. Desenvolvido através do Google Earth.

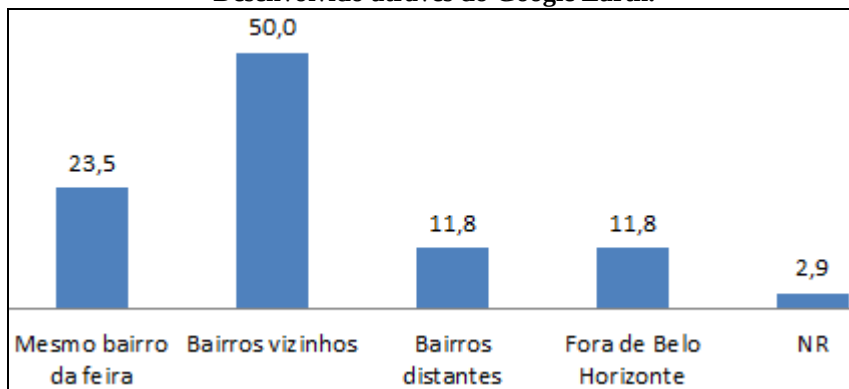


Figura 8: Distância entre o local de residência dos consumidores e as feiras que frequentam.

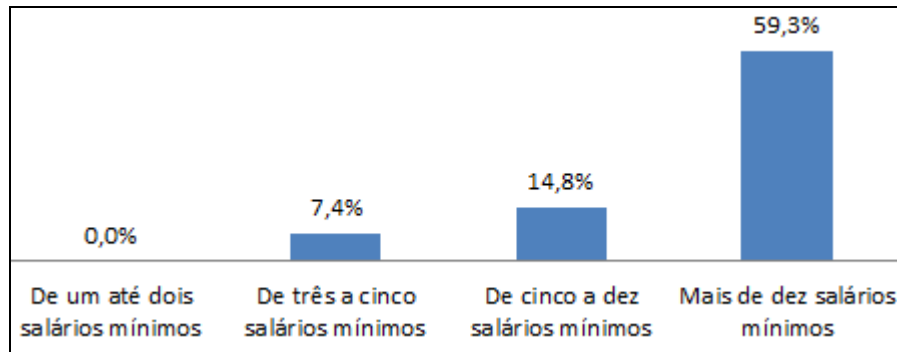


Figura 9: Renda familiar média dos consumidores de produtos orgânicos de Belo Horizonte.

As visitas às feiras evidenciaram que os consumidores representam um público restrito que percebe na política de produção de alimentos em grande escala o estímulo ao uso abusivo de agrotóxicos. Grande parte dos consumidores entrevistados identificaram-se como pessoas interessadas em consumir produtos orgânicos por associá-los a melhores condições de saúde. Contudo, apenas aqueles com maior poder aquisitivo, que vão às feiras de orgânicos frequentemente, alegaram aceitar pagar mais caro por alimentos orgânicos.

A análise do perfil dos consumidores de orgânicos em Belo Horizonte também incluiu outros três agrupamentos de dados que vão desde as “características mais observadas para a compra do alimento”, passando pelo “âmbito econômico com a valoração desses produtos” e a “frequência de participação” desses consumidores nas feiras. As principais características ressaltadas como critérios para a escolha de alimentos foram qualidade, procedência, aspectos ambientais da produção, preço, aspectos sociais e marca (Figura 10).

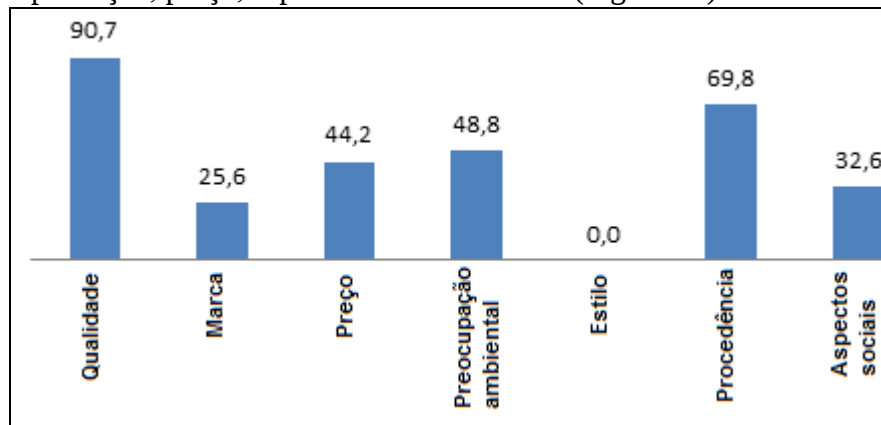


Figura 10: Aspectos utilizados pelos consumidores para comprar produtos alimentícios diversos (inclusive não orgânicos).

Esses aspectos reforçam os valores do alimento para esses consumidores. Percebe-se que preço não é um dos principais fatores utilizados por essas pessoas durante a compra de seus alimentos. Para os produtos orgânicos, esse desapego ao custo monetário é mais evidenciado e também ressalta a melhor condição socioeconômica de seus consumidores. Quase 60% dos entrevistados alegou que o preço nem sequer é um fator que influencia em seu consumo de alimentos e quantificaram sua predisposição a pagar mais por alimentos orgânicos (Figura 11).

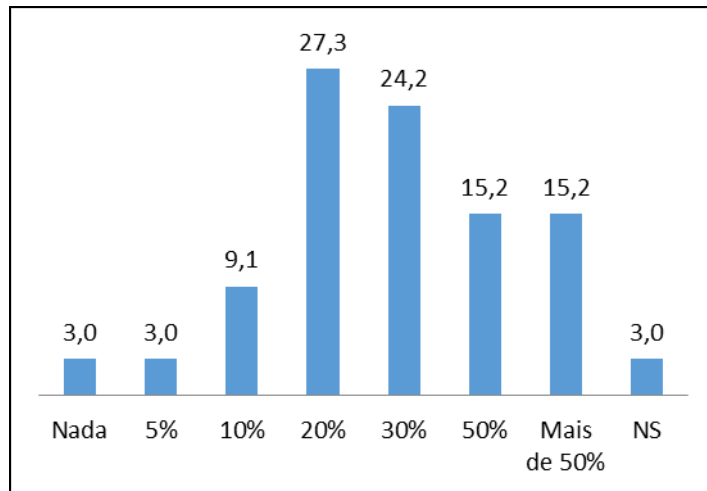


Figura 11: Disposição dos consumidores em pagar a mais por alimentos orgânicos.

Verificou-se também que o constante contato entre consumidores, vendedores e produtores propicia a criação de uma rede social pautada na confiança e mantida pela frequência com que um mesmo consumidor vai à feira, já que 60% dos entrevistados disseram ir a esses locais uma ou mais vezes na semana e preferencialmente no mesmo. Muitos desses clientes possuem os contatos telefônicos dos produtores e utilizam desse canal como meio direto para fazer pedidos individuais e reservas de alimentos, favorecendo a fidelidade entre consumidor e vendedor/produtor.

Dentro desse contexto da utopia de uma nova cidade, alguns consumidores apontaram valorizar outras ações ditas sustentáveis e que possam ser praticadas no âmbito urbano, como manejar uma horta⁴, pomar ou roça em sua residência. Dentre os entrevistados, 47% disseram possuir algum tipo de horta em sua residência, sendo que 37% destes moram em apartamento. Esse valor é significativo, pois indica que eles não se sentem dependentes da disponibilidade de um espaço produtivo convencional de produção, o que reforça a importância das práticas sociais e culturais articuladas durante a produção dos espaços urbanos.

Outra categoria de análise importante é o conhecimento acerca de três eixos da temática do comércio de orgânicos na RMBH: a certificação “verde” e a economia popular solidária e a AMAU. Os dados indicam que 70% dos consumidores de Belo Horizonte conhecem ou já ouviram falar de certificados “verdes” e da economia popular solidária. Quanto à AMAU, apenas os consumidores da FTV afirmam conhecê-la. Isso ressalta que, apesar dos consumidores estarem bem informados sobre aspectos gerais da produção de alimentos orgânicos no município, os frequentadores da Feira Terra Viva são os mais conectados com a AMAU. Essa relação indica certa proximidade dos participantes dessa feira com propostas contra hegemônicas de produção e consumo de alimentos e dos usos do espaço social urbano.

Essas concepções sobre o ambiente da cidade são pautadas pela forma como as pessoas compreendem a si mesmas, o espaço que ocupam e a relação entre ambos. Assim, constata-se que as relações sociais entre consumidores e produtores de orgânicos definem parte significativa da dinâmica desses mercados.

Porém, além de realizar discussões e cunhar conceitos sobre as mudanças que se quer ter no âmbito do urbano é preciso divulgar e ampliar o acesso aos conhecimentos gerados para que o mesmo seja difundido na sociedade. Um dado relevante se refere a divulgação e à acessibilidade das feiras de Belo Horizonte (Figura 12). Na Feira Terra Viva, mais de 80% dos

⁴ Para fins deste trabalho, a categoria horta foi considerada como qualquer iniciativa de plantio e cuidado de espécies vegetais, desde o cultivo em garrafas PET ou vasos, até canteiros. Com isso, buscou-se equilibrar a valoração no âmbito das intencionalidades que orientam a produção dos espaços domésticos.

entrevistados se informam sobre os pontos de venda por meio de internet. Cerca de 50% dos consumidores se valem de conversas informais com outras pessoas (boca-a-boca) e por transitarem nas regiões, acabam por avistar as feiras. No caso da FTV, as redes sociais e o e-mail são os meios utilizados para divulgação, organização e mobilização para as compras antecipadas ou mesmo, as feiras presenciais. São mecanismos que ampliam as opções de publicidade e fomenta as vendas já que atingem diversos perfis de consumidores.

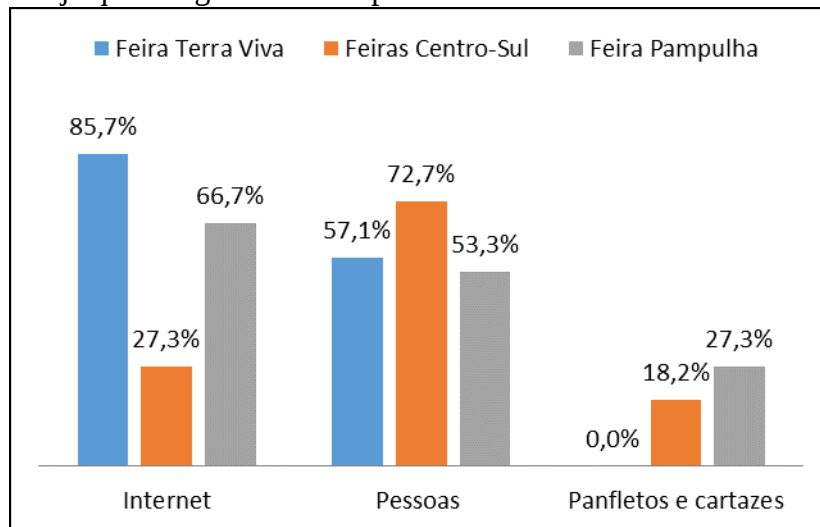


Figura 12: Fontes de divulgação/informação utilizadas pelos consumidores sobre as feiras de produtos orgânicos de Belo Horizonte.

Uma lista com as feiras da PBH está divulgada na página eletrônica da Prefeitura (mesmo que poucos dos entrevistados saibam da existência dela) e eventualmente por meio de panfleto. A falta de divulgação eficaz compromete a potencialidade e o poder de alcance das feiras, o que pode significar um limitador das vendas. O simples fato de desconhecer uma feira orgânica no bairro em que reside obriga o consumidor a se deslocar para regiões mais distantes.

5. Considerações Finais

David Holmgren (2013), cofundador do conceito de permacultura⁵, afirma existirem dois caminhos para a sociedade consciente dos problemas que enfrenta. São caminhos que podem ser trilhados de forma independente ou convergente.

O primeiro deles seria atuando no decrescimento do sistema global, por meio da educação ecológica crítica e promovendo a adoção da visão ecológica nos sistemas administrativos e financeiros convencionais. Trata-se de um processo que pode ser denominado “transição para cidades sustentáveis” que engloba uma estratégia cujas ações partem de cima para baixo, ou seja, partindo de uma esfera macro para a micro (sistema *top down*).

O segundo, seria atuando na transição rápida ao patamar de sustentação renovável do planeta por meio do desenho, discussão e implantação de novos modelos de produção e consumo de tipo comunitário, autossuficientes, sustentáveis e descentralizados. Trata-se de um processo de inovação e geração de sistemas produtivos rurais sustentáveis, sendo uma estratégia articulada de baixo para cima, partindo da esfera micro para a macro (sistema *bottom up*).

⁵ O conceito de permacultura foi o produto da relação de trabalho intensa, porém curta, entre Bill Mollison e David Holmgren nos anos 1970. Foi uma resposta à crise ambiental que se impunha à sociedade moderna. A publicação de *Permaculture One*, em 1978, foi o ápice daquele trabalho inicial e um ponto de partida para a evolução do conceito e para a emergência do movimento mundial da permacultura (HOLMGREN, 2013).

Com relação aos pontos de venda de alimentos orgânicos visitados, é possível estabelecer a relação de que as feiras vinculadas à PBH estariam próximas do primeiro caminho já que são geridas pelo Estado (embora pesquisas indiquem que tem havido participação social durante o processo de planejamento). As ações associadas à Rede Terra Viva estariam mais próximas do segundo caminho uma vez que é planejada, organizada e gerida pelos próprios produtores e consumidores.

De um lado, a PBH com todo seu arcabouço administrativo, executivo e financeiro; por outro, uma rede de movimentos sociais pautados na economia popular solidária. Ambas propostas possibilitam que o alimento chegue ao consumidor, mas percebe-se que cada uma delas guarda suas especificidades quanto ao perfil dos consumidores. Embora o programa da Prefeitura fomenta a produção de alimentos saudáveis e a valorização do trabalhador e do produto, a FTV vai mais além por levantar questões que induzem discussões como, por exemplo, a respeito da dinâmica urbana e dos hábitos sociais, principalmente.

A pesquisa analisou uma perspectiva da sustentabilidade na cidade de Belo Horizonte relativa às atividades de produção e consumo de alimentos orgânicos. Foram identificadas questões que ainda podem ser refinadas visando ampliar o quadro analítico, bem como propiciar outras correlações dos dados, como por exemplo, abordando a questão da reciclagem de resíduos sólidos urbanos.

A produção e consumo em BH e suas periferias revela outros modos de viver e se apropriar do espaço que fogem do conceito de urbano. Tais apropriações alternativas foram se consolidando através de um processo histórico que remete ao fato de grande parte da população que se estabeleceu no município ter vindo de ambientes rurais e trazido consigo hábitos e costumes da ruralidade e da vida camponesa. Embora alguns desses hábitos tenham se perdido no dinamismo da vida urbana, muitas práticas ainda são mantidas ou vem sendo resgatadas, resistindo ao discurso hegemônico de mercado e reprodução social.

A pesquisa mostrou a necessidade de se realizar acompanhamentos detalhados do mercado de orgânico belo-horizontino que possui forte potencial de mudança nos hábitos sociais. Os resultados aqui apresentados demonstram que pesquisas como esta devem ser implementadas a fim de analisar o funcionamento das feiras orgânicas de Belo Horizonte.

Um importante dado que merece ser ressaltado é a fidelidade do consumidor em sua adesão ao produto orgânico. Essa fidelidade pode ser percebida pela disposição dos consumidores em arcar com preços mais elevados, pela frequência de idas semanais às feiras e sobretudo, pelas relações sociais que são capazes de construir com os produtores e os outros usuários das feiras.

Apesar da reorientação de hábitos de consumo de alimentos ser recente para a população de BH, a maioria das pessoas conheceu o produto orgânico através da internet e, em menor escala, quando realizavam caminhadas pelas localidades em que são comercializados. Os dados apontam a importância de repensar a política de identificação dos melhores pontos de venda e das melhores ferramentas de divulgação. Alternativas simples e baratas seriam (i) a alocação de faixas nos bairros e localidades onde ocorrem as feiras e (ii) a distribuição dos panfletos nos bairros vizinhos.

Juntamente à divulgação das feiras, esses mecanismos de divulgação também poderiam informar a população acerca dos benefícios oriundos do consumo de produtos sem agrotóxicos, valorizando assim o consumo desses produtos e os espaços onde são produzidos. Com a ampliação desse mercado, haveria uma maior valorização do trabalho dos produtores bem como da promoção da saúde alimentar da população belo-horizontina.

Por fim, em todos os casos foi possível enquadrar os atores envolvidos (produtores/comerciantes/consumidores) como produtores de utopias em busca de uma cidade sustentável, uma vez que demonstram que a comercialização e o consumo sustentáveis são possíveis na cidade. São pessoas que não se preocupam apenas com os fundamentos da agricultura or-

gânica e sua aplicabilidade no ambiente urbano, mas conseguem contribuir para a constante construção do conceito de sustentabilidade.

Referências bibliográficas

ACSELRAD, H. Discursos da sustentabilidade urbana. **Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais**. n. 1, Rio de Janeiro, 1999.

ALMEIDA, D. A. O.; MORAIS, L. M.; ANAHI, L. Articulação Metropolitana de Agricultura Urbana: espaços e saberes da Agroecologia em Belo Horizonte. In: **Agriculturas: experiências em agroecologia**, v.9, n.2. Rio de Janeiro, 2012.

AVELAR, E. A. **Mercado de alimentos orgânicos em Belo Horizonte – MG**. Dissertação (Mestrado em Gestão de Negócios) Universidade Federal de Lavras. Lavras, 2012.

BELO HORIZONTE. Secretaria Municipal Adjunta de Segurança Alimentar e Nutricional. **Segurança alimentar e nutricional**. Portal eletrônico da Prefeitura Municipal de Belo Horizonte. Disponível em: <http://portalpbh.pbh.gov.br/pbh/ecp/comunidade.do?evento=portlet&pIdPlc=ecpTaxonomiaMenuPortal&app=abastecimento&tax=15042&lang=pt_BR&pg=5740&taxp=0>. Acesso em: 23 mai. 2013.

BOUDON, R. **Métodos Quantitativos em Sociologia**. Petrópolis: Vozes, 1971.

BRAKEL, M. V. Os desafios das políticas de consumo sustentável. **Caderno de Debate N. 2 do Projeto Brasil Sustentável Democrático**. FASE: Rio de Janeiro, 1999.

BRANCO, S. M. **Ecossistêmica: uma abordagem integrada dos problemas do meio ambiente**. Edgard Blucher: São Paulo, 1999.

CONSEA-MG. **Plano Estadual de Segurança Alimentar e Nutricional Sustentável de Minas Gerais**. Belo Horizonte, 2008/2011.

FERNANDES, B. M. Movimentos socioterritoriais e movimentos socioespaciais. **Revista Nera**, v. 6, São Paulo, 2005.

FOLHA DE SÃO PAULO. **Feiras em outras cidades**. Jornal Folha de São Paulo, caderno Vitrine: São Paulo, 29 ago. 2009.

HOLMGREM, D. **Permacultura: princípios e caminhos além da sustentabilidade**. Via Sapiens: Porto Alegre, 2013.

LASCHEFSKI, K. A. Segregação espacial e desigualdade social: Fatores determinantes da insustentabilidade do ambiente urbano. **Anais do 4º Encontro Nacional da Anppas**. Brasília, 2008.

MENDONÇA, M. M. Semeando Agroecologia nas Cidades. **Revista Agriculturas: experiências em agroecologia**, v. 9, n.2, Rio de Janeiro, 2012.

MONTE-MÓR, R. L. M. Urbanização extensiva e lógicas de povoamento: Um olhar ambiental. In: SANTOS, M. *et. al.* (orgs.) **Território, globalização e fragmentação**. São Paulo: Hucitec/Anpur, pp. 169-181, 1994.

MOREIRA, C. Trajetória contemporânea da agricultura urbana. In: **Saberes Ambientais: desafios para o conhecimento disciplinar**. UFMG: Belo Horizonte, 2008.

MORUS, T. Utopia. Edição especial para distribuição gratuita pela internet através da Virtualbooks. Coleção Ridendo Castigat Mores. (s.d).

NORONHA, I. O. **O comportamento do consumidor das feiras de produtos orgânicos de Belo Horizonte, Minas Gerais**. Dissertação (Mestrado em Administração) Fundação Cultural Dr. Pedro Leopoldo. Pedro Leopoldo, 2008.

OJIMA, R. **Dimensões da urbanização dispersa e proposta metodológica para estudos comparativos: uma abordagem socioespacial em aglomerações urbanas brasileiras**. Revista Brasileira de Estudos Populacionais. São Paulo, v.24, n.2, p.277-300, jul./dez. 2007.

SPOSITO, M. E. **Capitalismo e Urbanização: núcleos urbanos na história, revolução industrial e urbanização, as cidades modernas: para onde?** 10. ed. Editora Contexto: São Paulo, 2000.