ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA

ARCHIVIO ISTITUZIONALE
DELLA RICERCA

Alma Mater Studiorum Università di Bologna
Archivio istituzionale della ricerca

Conhecimento da população sobre produto orgânico na região litorânea do Paraná [Knowledge of the population on organic produce in the coastal region of Paraná]

This is the final peer-reviewed author's accepted manuscript (postprint) of the following publication:

Published Version:
Cavallet L.E., Canavari M., Peçanha W.T., Occhi T.V.T., Rocha C.H. (2013). Conhecimento da população sobre produto orgânico na região litorânea do Paraná [Knowledge of the population on organic produce in the coastal region of Paraná]. REVISTA BRASILEIRA DE AGROECOLOGIA, 8(2), 62-74.

Availability:
This version is available at: https://hdl.handle.net/11585/174476 since: 2018-08-03

Published:
DOI: http://doi.org/

Terms of use:

Some rights reserved. The terms and conditions for the reuse of this version of the manuscript are specified in the publishing policy. For all terms of use and more information see the publisher's website.

This item was downloaded from IRIS Università di Bologna (https://cris.unibo.it/).
When citing, please refer to the published version.

(Article begins on next page)

12 October 2024

Revista Brasileira de Agroecologia
Rev. Bras. de Agroecologia. 8(2): 62-74 (2013)
ISSN: 1980-9735

Conhecimento da população sobre produto orgânico na região litorânea do Paraná

Population knowledge to organic product in coastal region of Paraná state, Brazil

CAVALLET, Luiz Ermindo[1]; CANAVARI, Maurizio[2]; PEÇANHA, William Thomaz[3]; OCCHI, Thiago Vinicius Trento[3]; ROCHA, Carlos Hugo[4]

1 Prof. Associado, Universidade Estadual do Paraná, Paranaguá/PR, Brasil, luiz.cavallet@fafipar.br; 2 Prof. Associado, Alma Mater Studiorum, Universidade de Bologna, Bologna, Itália, maurizio.canavari@unibo.it; 3 Acadêmico Universidade Estadual do Paraná, Paranaguá/PR, Brasil, thiago_pgua@hotmail.com; 4 Prof. Adjunto Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa/PR, Brasil, chrocha@uepg.br

RESUMO: A região litorânea do Paraná tem vocação para o desenvolvimento de sistemas agroecológicos de produção e ao mesmo tempo necessita de incentivos que diminuam a pobreza no campo. Os sistemas de produção orgânicos se enquadram nesse contexto e disso decorre ser necessário viabilizar estímulos ao consumo local do produto. Com o objetivo de conhecer a percepção dos consumidores da região sobre o tema foi aplicado questionário em cada município. Encontrou-se que 60% dos entrevistados sabem o que é um produto orgânico e 49,5% já o consumiram. Destaca-se Paranaguá, com 53% da população da região, onde a maioria não o conhece e nem o consumiu. Na região 48,2% das pessoas não sabem como identificar o produto orgânico, sendo o “selo de certificação” a opção mais apontada (19,1%), seguido da “confiança no produtor/comerciante”, (12,7%). A maioria acha que a principal vantagem do produto orgânico é “ser saudável e nutritivo”, seguido de “ser sem substâncias químicas” e em terceiro por “preservar o meio ambiente”. Alface e tomate orgânicos foram apontados como os itens mais consumidos na região. Sugere-se que Paranaguá tenha foco para atividades de valorização do produto orgânico.

PALAVRAS-CHAVE: agroecologia, consumidores, mercado, segurança alimentar, certificação, perfil do consumidor

ABSTRACT: Coastal region of Paraná state has been characterized by sustainable agricultural systems and also by requiring activities that reduce poverty in the countryside. Organic production systems fit properly for this context and it follows that is necessary to stimulate local trading of their products. In order to estimate local population knowledge regarding organic product, a questionnaire was applied in each municipality. It was found that 60% know what means organic product and 49,5% have already consumed. In Paranaguá, which has 53% of the regional population, most people don’t know and neither had already consumed organic products. In the region 48,2% don’t know how to identify an organic product and, it was appointed the "certification logo" as the main way to do that (19,1%), followed by "trusting the producer/trader" option (12,7%). Most think the main advantage of organic products is because they are "healthy and nutritive", followed by the "no chemicals" and "preserving the environment". Organic lettuce and tomato were identified as the most consumed in the region. It’s suggested that Paranaguá is prioritized for activities that enhance organic product.

KEY WORDS: agroecology, consumer, trading, food security, certification, profile’s comsumer

Correspondências para: luiz.cavallet@fafipar.br
Aceito para publicação em 03/01/2013

Introdução

Sob o aspecto legal, no Brasil se considera sistema orgânico de produção agropecuária todo aquele em que se adotam técnicas específicas, mediante a otimização de recursos naturais e socioeconômicos disponíveis e o respeito à integridade cultural das comunidades rurais, tendo por objetivos, a sustentabilidade econômica e ecológica, a maximização de benefícios sociais, a minimização da dependência de energia não-renovável, empregando, sempre que possíveis métodos culturais, biológicos e mecânicos, em contraposição ao uso de materiais sintéticos, a eliminação do uso de organismos geneticamente modificados e radiações ionizantes, em qualquer fase do processo de produção, processamento, armazenamento, distribuição e comercialização, a proteção do meio ambiente. Ainda com relação ao aspecto legal, o sistema orgânico de produção agropecuária e industrial abrange os denominados ecológico, biodinâmico, natural, regenerativo, agroecológico e permacultura (BRASIL, 2003).

Do ponto de vista acadêmico, alguns autores definem que a agricultura orgânica tem como objetivo utilizar os complexos agrícolas, onde as interações ecológicas do próprio cultivo e sinergismos entre os componentes biológicos condicionem eles próprios a fertilidade do solo, a produtividade e a proteção das culturas (ALTIERI, 2004).

Nos últimos anos tem havido interesse crescente pelas atitudes e preocupações dos consumidores relacionadas aos alimentos orgânicos. Naspetti e Zanolli (2005) mostraram que existem percepções diferenciadas para a compra, dependendo do país. Por exemplo, na Alemanha principais motivos para a compra de alimentos orgânicos é a saúde da família, o apoio aos agricultores e às lojas de orgânicos, e o melhor sabor dos alimentos. Já na Inglaterra esses motivos são a saúde, apoio à agricultura local e comércio justo, e proteção ao meio ambiente.

No Brasil, Darolt (2005) aponta que os principais motivos de se consumir produtos orgânicos são a saúde própria e da família, a segurança alimentar (menos agrotóxicos) e também como filosofia de vida. Nesse mesmo sentido, Vasquez et al. (2008) realça que o aumento na demanda por alimentos mais saudáveis não está somente relacionado com a ausência de substâncias químicas sintéticas. Pois ao longo do tempo o próprio consumidor percebeu que adquirindo produtos orgânicos o mesmo alavanca o desenvolvimento socioeconômico e ambiental no meio produtivo.

Com relação ao perfil dos consumidores de produtos orgânicos, algumas pesquisas realizadas no sul do Brasil, mostraram que o mesmo é predominantemente do sexo feminino, atua como profissional liberal ou funcionário público, sua idade varia entre 31 e 50 anos, com famílias de 3 a 4 membros. Os dados mostram ainda que a maioria é usuária de internet, com renda entre 9 e 12 salários mínimos, apresentando nível de instrução correspondente ao ensino superior completo. Com relação aos jovens com menos de 20 anos, os estudos têm apontado que a presença deles nos locais de vendas de orgânicos é praticamente insignificante, menos de 2% (INSTITUTO PARANAENSE DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL-IPARDES, 2007).

Especificamente para consumidores de produtos orgânicos em feiras ecológicas na região de Pelotas-RS, Storch et al. (2003) identificaram que esses se caracterizam por apresentar alto grau de instrução, possuindo, em sua maioria, nível superior. São predominantemente da classe média e estão preocupados com a segurança e qualidade dos produtos que adquirem na feira, sendo desfavoráveis ao consumo de produtos modificados geneticamente. Adicionalmente destacam que o tipo de processo de produção, ou seja, produtos produzidos de forma ecológica são responsáveis pela assiduidade e fidelidade dos consumidores à feira.

Com relação aos aspectos técnicos

relacionados ao tema, Mazzoneli e Nogueira (2006) sugerem que a falta de recursos financeiros e acesso a tecnologias convencionais de produção no Brasil faz com que os sistemas de produção orgânica sejam bastante convenientes para a agricultura familiar, a qual é considerada pelo autor como um grupo "excluído da produção química". Para Moreira e Carmo (2004), os produtos agroecológicos não se baseiam em tecnologias e/ou informações da ciência formal, mas sim numa cooperação entre tecnologias para um equilíbrio ecológico com saberes populares para uma boa interação entre produção e natureza para manter um balanço real com o meio ambiente.

Já com relação aos aspectos sociais e econômicos, Souza (2003) estimou que no Brasil 90% das propriedades que cultivam produtos orgânicos são propriedades de pequeno porte e com base familiar e representam 70% da produção orgânica do País. Para o autor, a proposta agroecológica ainda é bem pouco difundida no contexto social da produção agrícola brasileira e em algumas regiões considerada até mesmo marginalizada. Esse contexto ocorre ainda que se reconheça existir algumas localidades e regiões onde há avanços consideráveis quanto à implantação de políticas públicas, tais como a extensão e assistência técnica, a pesquisa agrícola, e aporte de recursos financeiros em programas específicos para a produção e consumo, como é o caso da merenda escolar.

A região litorânea do estado do Paraná abrange área geográfica com 6.057 km² e situa-se próxima a serra do mar, onde se encontra a mata atlântica menos afetada pela ação antrópica, e com abundante hidrografia (SCORTEGANA e NEGRÃO, 2005). Em 2010 a população no litoral do Paraná totalizou 265.362 habitantes, sendo: Paranaguá, 140.450 (52,93%) Guaratuba, 32.088 (12,09%), Matinhos, 29.426 (11,08%), Pontal do Paraná, 20.919 (7,88%), Antonina, 18.891 (7,12 %), Morretes, 15.718 (5,93%) e Guaraqueçaba com 7.870 (2,97%) (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICAS, 2010). Destacam-se os municípios de Morretes e Guaraqueçaba, os quais têm sua população morando principalmente na área rural, sendo aproximadamente 66% em Guaraqueçaba e 54% em Morretes.

No ano de 2006, a região possuía 82,48% de seu território coberto por Unidades de Conservação (UCs) e/ou áreas protegidas. Entre os municípios que a compõem merecem destaque Guaraqueçaba, com 98,76% de seu território coberto por UCs e/ou áreas protegidas, Guaratuba com 98,47% e Antonina com 85,32% (DENARDIN et al., 2008). Ainda que tenha enorme riqueza de recursos naturais e um dos maiores portos brasileiros, a região é considerada uma das mais pobres do estado com inexpressiva economia e apresentando um baixo Índice de Desenvolvimento Humano (INSTITUTO PARANAENSE DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL, 2010).

Disso decorrem dois aspectos importantes, onde, por um lado a região possui vocação para desenvolvimento de sistemas de produção agrícola sustentável, uma vez que mais de 80% do seu território são áreas protegidas, nas quais não se permite a prática de agricultura convencional. Por outro lado se busca formas de agregar valor à renda dos agricultores como meio de diminuir a pobreza no campo. Nesse contexto os sistemas de produção orgânicos se enquadram adequadamente, e disso decorre que seja necessário também viabilizar estímulos ao consumo local do produto.

Considerando que o consumo e o consumidor de alimentos orgânicos constituem um dos elementos relevantes para se conhecer o respectivo mercado, este trabalho apresenta e analisa informações sobre o nível de conhecimento

da população da região litorânea do estado do Paraná em relação a esse tema. Também objetiva indicar sugestões para que sejam implantadas e aperfeiçoadas atividades concernentes a valorização desse tipo de produto na região de estudo.

Materiais e métodos

Como instrumento de pesquisa foi utilizado questionário com dez perguntas em cada um dos sete municípios da região litorânea do estado do Paraná. O mesmo modelo de questionário foi aplicado em toda a região, de janeiro a julho de 2011, de forma que as perguntas e maneira de registro dos resultados foram os mesmos. Foram realizadas 467 entrevistas em pontos estratégicos da cidade de modo a selecionar ao acaso pessoas de várias faixas etárias, gênero e grau de escolaridade.

O modelo de questionário utilizado foi adaptado de Antunes et al. (2009) o qual apresenta sete perguntas e que foi aplicado no município de Juiz de Fora, estado de Minas Gerais, sendo as seguintes questões:

1 - Você conhece algum produto orgânico?;
2 - Você já consumiu algum produto orgânico?;
3 - Como você reconhece um produto orgânico?;
4 - Qual a principal vantagem você atribui ao produto orgânico?;
5 - Está disposto a incluir produtos orgânicos em sua alimentação?;
6 - Em sua opinião, o que dificulta as pessoas adquirirem os produtos orgânicos.

Na proposta original foram adicionadas as seguintes questões:

7 – Você teria alguma sugestão para viabilizar o acesso aos produtos orgânicos na localidade onde reside?;
8 – Que município reside?;
9 – Qual sua idade e nível de escolaridade?; e
10 – Indicação do local de coleta da informação.

As questões 1, 2 e 5 disponibilizam respostas afirmativas ou negativas e as demais respostas por múltipla escolha.

O trabalho foi desenvolvido nos sete municípios da região litorânea do estado do Paraná, quais sejam Paranaguá, Morretes, Antonina, Matinhos, Guaratuba, Pontal do Sul e Guaraqueçaba. Em cada município a coleta de dados foi feita na região central da cidade, especificamente próximas a bancos, praças e comércios varejistas locais, onde houvesse máxima circulação de pessoas nos turnos da manhã e da tarde.

Os questionários foram aplicados entre as 9:00 até às 12:00 e das 13:00 até às 17:00 h, e somente em dias úteis da semana, totalizando 467 entrevistas, sendo: Paranaguá, 109; Morretes, 64; Matinhos, 60; Guaratuba, 60; Antonina, 54, Pontal do Sul, 60 e Guaraqueçaba, 60.

A escolha do publico foi por abordagem de forma aleatória, porém procurando alternar a mesma com base no gênero do entrevistado e também alternando aproximadamente com base nas faixas etárias de 10 a 18 anos, 18 a 30 e 30 anos ou mais. Ou seja, procurou-se diversificar o melhor possível a escolha dos entrevistados no que se relaciona ao sexo e idade.

Resultados e discussão

Os resultados são apresentados segundo aspectos tidos como principais para o presente trabalho e não representam a totalidade daqueles coletados durante a pesquisa de campo. Ao final são mencionados e discutidos outros resultados, os quais não constam nas figuras apresentadas, mas que foram obtidos durante a pesquisa e que se julga oportuno para complementação da discussão.

Conhecimento e consumo do produto orgânico

A Figura 1 apresenta a estimativa de pessoas que conhecem o que seja um produto orgânico. De uma forma geral, observa-se que em torno de 60% da população da região tem conhecimento da existência dos produtos orgânicos. Esse resultado pode ser considerado dentro do esperado quando se tem em vista conscientizar pessoas sobre o tema. Realizando um estudo similar, Antunes et al. (2009) verificou que na cidade de Juiz de Fora – MG, 72% dos entrevistados conhecem, ou pelo menos têm uma breve noção, sobre o que são produtos orgânicos.

No município de Matinhos observa-se que há um destacado conhecimento sobre esse produto, como apontaram mais de 80% dos entrevistados. Isso pode ter relação com a existência neste município do curso de Agroecologia, o qual é ofertado pelo Campus Litoral da Universidade Federal do Paraná. Assim, nesse município se supõe que haja significativo esforço da comunidade acadêmica para com a população local com o tema Agroecologia, como mostram Hoeller et al. (2009), atuando em escolas de segundo grau. Assim, pode-se apontar a atuação em escolas de segundo grau como uma potencial estratégia para popularizar o produto orgânico.

De forma inversa, destacam-se os municípios de

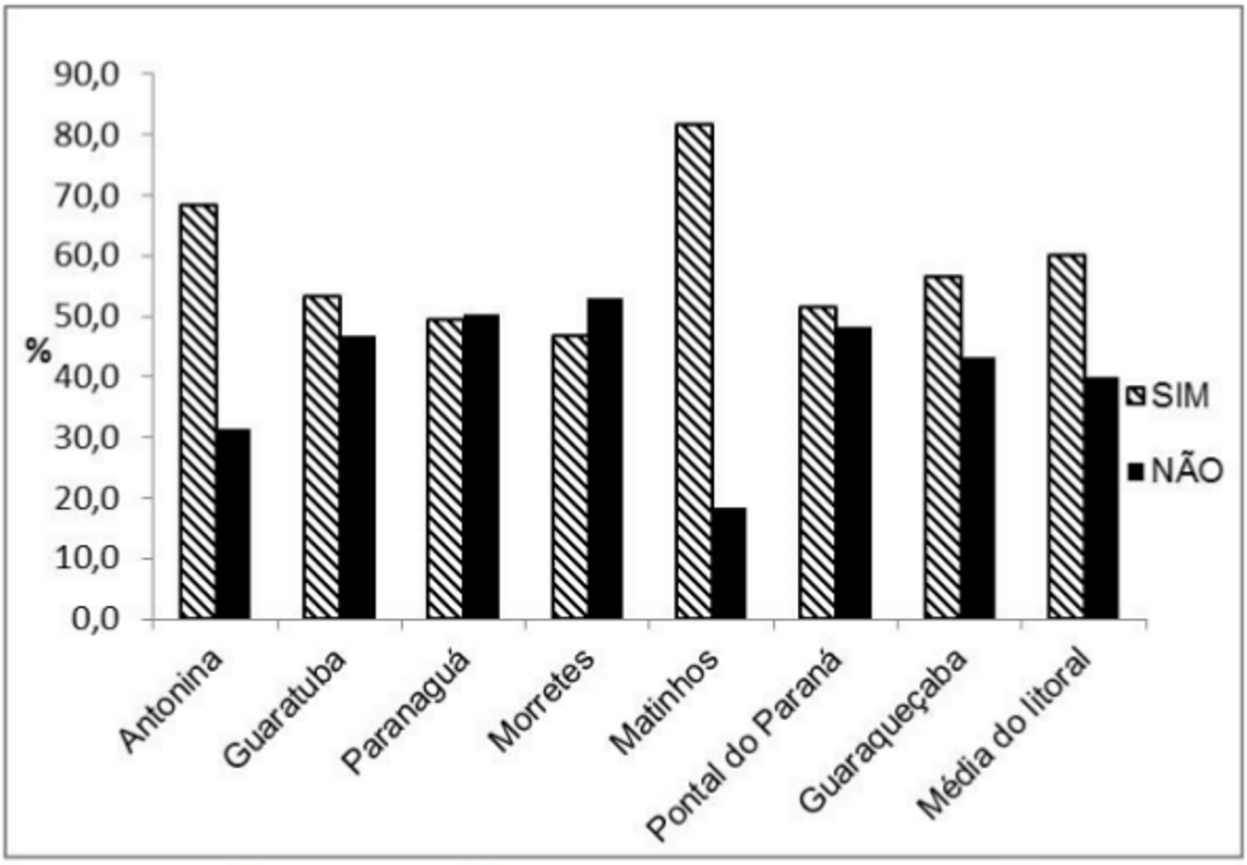

Figura 1: Estimativa de pessoas que conhecem produtos orgânicos nas cidades do litoral do Paraná

Paranaguá e Morretes, os quais mostraram que a maioria ainda não sabe o que seja um produto orgânico. Esse fato toma importância quando se observa que o município de Paranaguá tem mais da metade da população da região (aproximadamente 53%). Dessa forma, para a elaboração de políticas públicas ou qualquer outro tipo de atividade para aumentar o conhecimento sobre produtos orgânicos na região, tem-se como uma das principais sugestões de que as mesmas objetivem esclarecer à população de Paranaguá em primeiro lugar. Como forma de atuação, sugere-se também o trabalho de conscientização junto às escolas de ensino secundário, uma vez que provavelmente esse procedimento teve êxito no município de Matinhos.

A estimativa de pessoas que já consumiram produto orgânico é apresentada na Figura 2 e constata-se que, em média, aproximadamente a metade delas já o fez. Destaca-se novamente o município de Matinhos, onde acima de 70% já consumiram esse tipo de produto, sendo também o município de Antonina, embora este em menor intensidade. Através de estudo similar, Silva et al. (2009) com a aplicação de um questionário aos clientes de um supermercado no município de Aracruz - ES obtiveram o valor de 60% para pessoas que já haviam consumido produtos

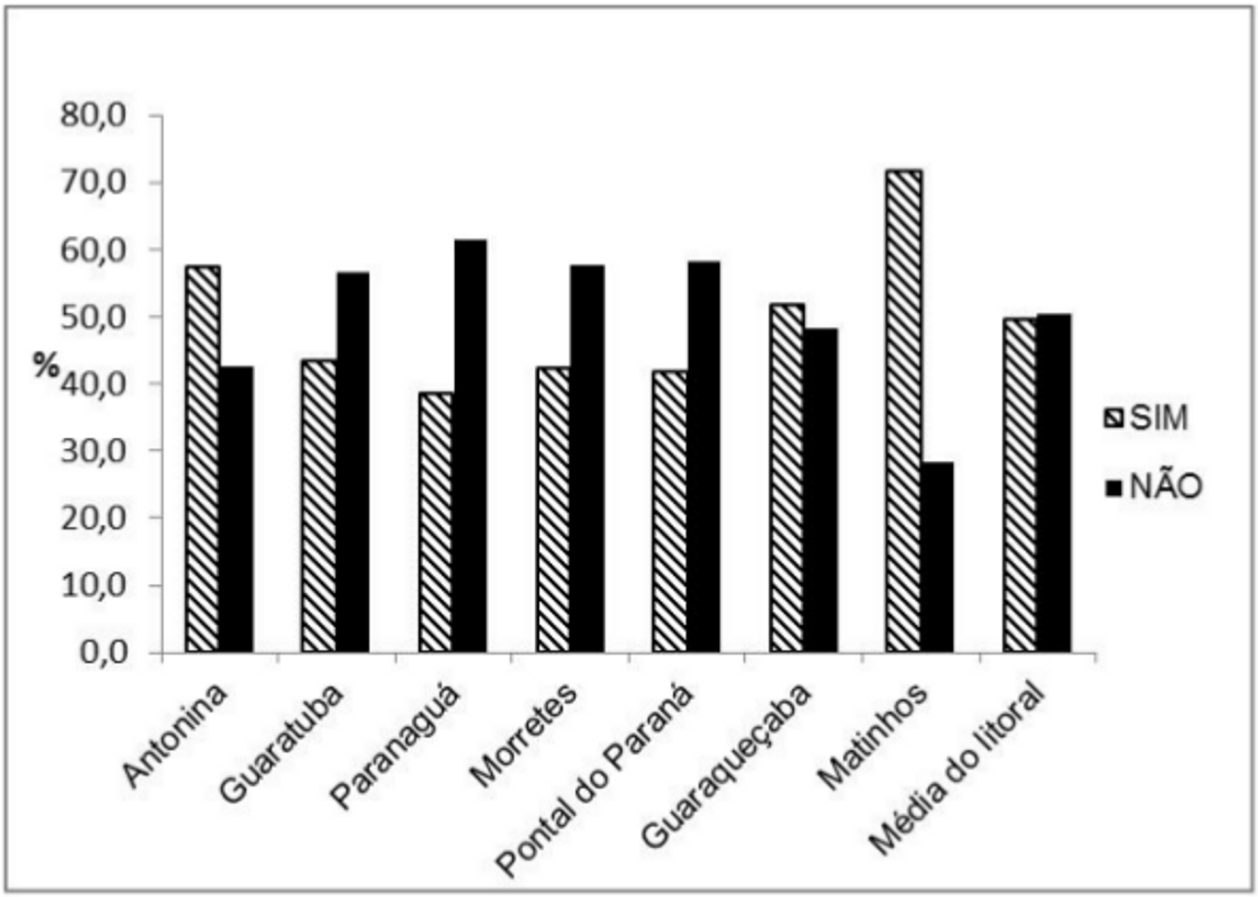

Figura 2: Estimativa de pessoas que consomem produtos orgânicos nas cidades do litoral do Paraná

orgânicos.

Por outro lado, o município de Paranaguá novamente se destaca quando se observa que mais de 60% das pessoas ainda não consumiram produtos orgânicos. Com menor amplitude que o município de Paranaguá, também o fazem os municípios de Guaratuba, Morretes e Pontal do Paraná, sendo seus valores aproximadamente iguais.

Considerando que as populações da região litorânea do estado do Paraná e do município de Paranaguá sejam de 265.362 e 140.450 habitantes respectivamente, estima-se que há aproximadamente 133 mil pessoas na região e 85 mil pessoas na cidade de Paranaguá, as quais potencialmente possam experimentar pela primeira vez o produto orgânico. Esses valores são relevantes quando da formulação de estratégias para valorização de produtos orgânicos. Por exemplo, uma atividade que se poderia desenvolver no município de Paranaguá seria aquela de fornecer esse produto diferenciado gratuitamente somente para o cidadão que ainda não o consumiu, e através desse procedimento conscientizar o consumidor sobre as vantagens do mesmo. Assim, novamente se reforça a sugestão para que se tenha o município de Paranaguá como foco principal, quando do desenvolvimento de atividades de valorização do produto orgânico para a região litorânea do estado do Paraná.

Conhecimento sobre as vantagens e a forma de identificação do produto orgânico

Para todas as pessoas entrevistadas foi perguntado se elas sabiam como identificar um produto orgânico e solicitado que apontassem o fator principal utilizado para certificar-se da garantia da qualidade do mesmo, cujos resultados são mostrados na Figura 3. Como era de se esperar, aproximadamente a metade (48,2%) dos

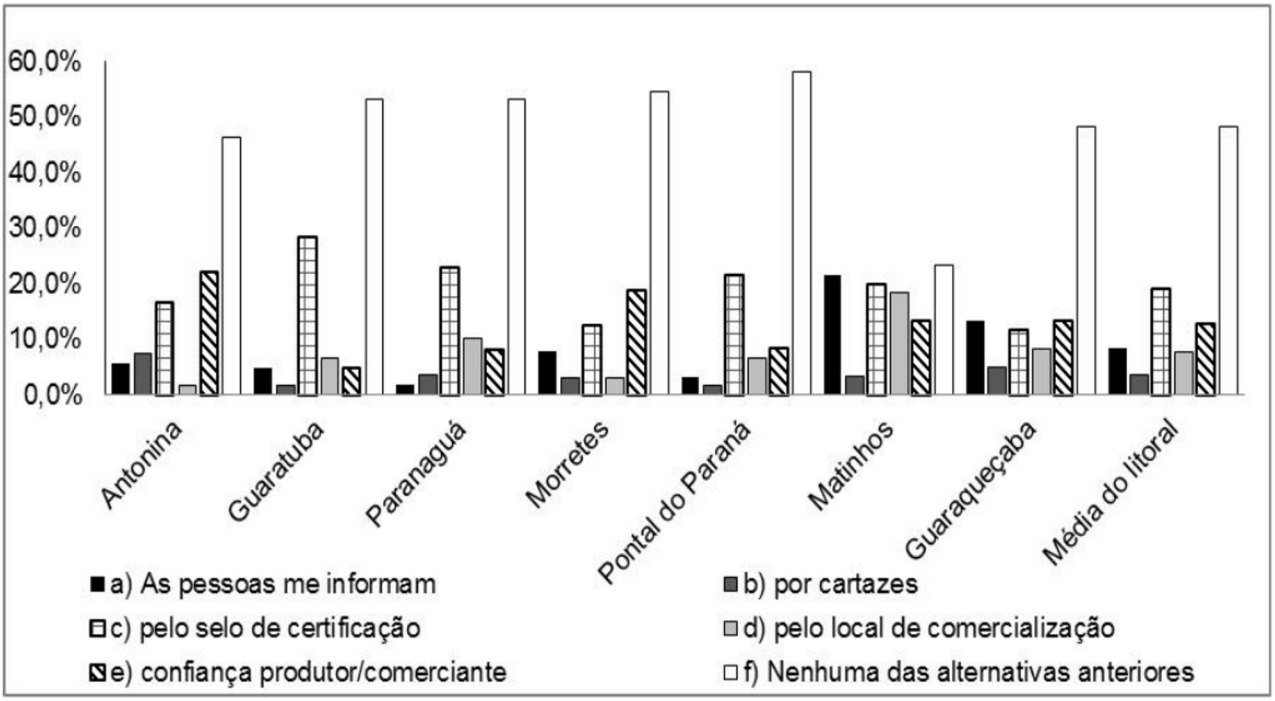

Figura 3: Distribuição percentual das diferentes formas de identificação do produto orgânico pelos consumidores na região litorânea do estado do Paraná

entrevistados não o saberia fazê-lo, devido ao numero desses que desconhecem o produto, que foi em torno de 40%, como mostrado anteriormente.

Para aqueles que sabem como reconhecer um produto orgânico, foi apontado o “selo de certificação” como a opção mais utilizada (19,1%) e em segundo lugar a “confiança no produtor/comerciante” (12,7%). Desses dois fatores observa-se que é utilizado mais a “confiança no produtor/comerciante” em municípios de pouca população como Antonina, Morretes e Guaraqueçaba. Ao contrário, o fator “selo de certificação” é mais importante para municípios com populações relativamente maiores como Paranaguá e Guaratuba.

O município de Matinhos mostrou a característica de apresentar quantidades aproximadamente iguais para os fatores, “local de comercialização”, “selo de certificação”, “informação das pessoas” e “confiança no produtor/comerciante”. Isso pode ser apontado como sendo característica de locais onde já se realizou significativa campanha para valorização de um determinado produto, pois para isso são trabalhadas várias estratégias com a mesma intensidade de divulgação e as mesmas permanecem equitativamente como opções de utilização na percepção por parte do público alvo.

Por outro lado, o fator “selo de certificação” toma importância principal na presente discussão, não somente devido a apresentar-se como a opção mais utilizada pelos consumidores, mas também por ser o principal instrumento legal de garantia de qualidade, conforme determina a legislação (BRASIL, 2003).

Portanto, sugere-se que se dê ênfase aos os fatores “selo de certificação” e “confiança no produtor/comerciante” quando se almeja facilitar o conhecimento da garantia de qualidade por parte do consumidor na região litorânea do estado do Paraná.

A opção da escolha do selo de certificação como principal fator quando da decisão de compra do produto orgânico é condizente com outros autores. Dabbert et al. (2012) estudaram a preferência dos consumidores da Comunidade Européia quando da aquisição de produtos biológicos, os quais são tidos como equivalentes ao produto orgânico do Brasil. Os mesmos constataram que se dá preferência a produtos que possuam o selo de certificação quando comparado com outros tipos de identificação da garantia de qualidade, como, por exemplo, quando no mesmo está somente escrito “orgânico”. Porém, para o Brasil deve-se atentar para o que apresentam Paulino e Jacometi (2006), os quais afirmam que o sistema de certificação agrícola ainda esta em estágio inicial perante a qualidade de seus produtos, se comparado aos sistemas europeus. Estes autores ainda ressaltam que os sistemas orgânicos de produção podem levar a exclusão de vários agricultores através de seus critérios de certificação, em especialmente os mais pobres, ou mesmo reduzir o ganho dos agricultores, principalmente àqueles que não são ligados a circuito de comercializações.

Outro detalhe a considerar quando da valorização do selo de certificação é que na legislação brasileira não são todos os produtos denominados orgânicos que devem necessariamente portar um selo de certificação. Os produtos obtidos a partir da agricultura familiar (cujas entidades produtivas devam ser necessariamente registradas em um organismo de controle social) podem ser considerados como sendo obtidos a partir de sistemas orgânicos de produção agrícola e ao mesmo tempo serem vendidos em feiras sem o selo de certificação (BRASIL, 2011).

A Figura 4 mostra uma estimativa sobre o conhecimento das vantagens de se preferir o

produto orgânico. Considerando apenas os entrevistados que conhecem esse tipo de produto, de uma forma geral, percebe-se que a maioria dos consultados acha o mesmo mais "saudável e nutritivo" e isso é concordante com que observaram vários autores (CERVEIRA e CASTRO, 1999; DAROLT, 2005; VASQUEZ et al., 2008). A vantagem de ser "sem substâncias químicas" ficou em segundo lugar e apenas em terceiro lugar ficou a vantagem de "preservar o meio ambiente". Por fim, quase inexpressiva foi a manifestação de que o produto orgânico tem a vantagem de "valorizar a mão de obra" e ter "processo produtivo selecionado".

Individualmente para o município de Paranaguá, a principal vantagem da utilização de produto orgânico é o fato de o mesmo ser "sem substâncias químicas" e em segundo lugar ficou o fato de ser "mais saudável e nutritivo". Este resultado é condizentes com o que encontraram Antunes et al. (2009), quando da realização de estudo similar na cidade de Juiz de Fora – MG. Esse resultado pode apontar para a tendência da população das cidades de médio porte se preocupar mais com a presença de poluição química em seus alimentos.

No caso de Paranaguá isso é mais evidente quando se observa que existe um dos maiores portos do Brasil e no município nem mesmo há aterro sanitário para o descarte de seus resíduos sólidos. Nesse caso se pode associar a informação de que o produto orgânico não possui substâncias químicas com o problema da poluição local quando do desenvolvimento de atividades para de valorização do produto orgânico.

Chama a atenção que, de uma forma geral, o consumidor na região litorânea do estado do Paraná relegue a terceiro plano o fato de que o

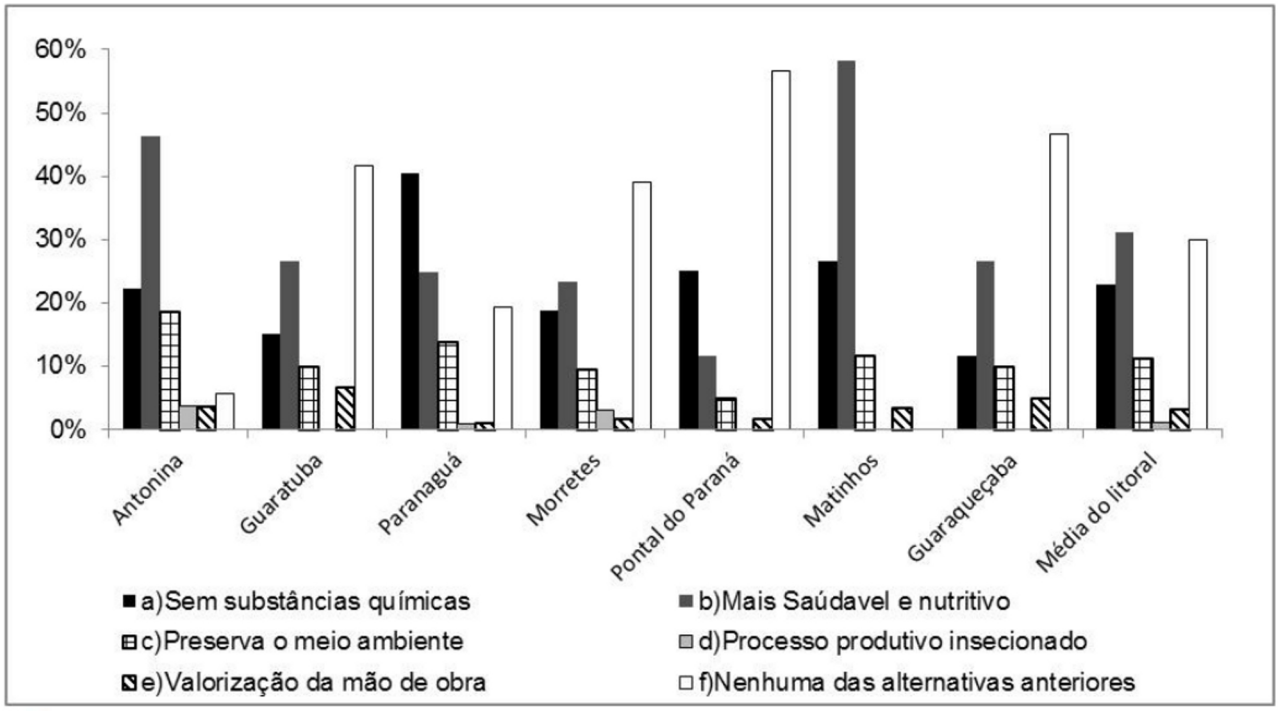

Figura 4: Opinião dos consumidores sobre as vantagens dos produtos orgânicos na região litorânea do estado do Paraná

produto orgânico tem como principal vantagem a preservação o meio ambiente. Devido à importância que tem atualmente as questões quanto à preservação do meio ambiente, essa vantagem pode ser utilizada com mais ênfase quando do trabalho de valorização desse tipo de produto.

Portanto, observa-se que a população do litoral do Paraná considera que a principal vantagem da aquisição de produtos orgânicos é devido a que os mesmos são saudáveis, uma vez que não possuem substâncias químicas nocivas à saúde e que também são mais ricos do ponto de vista nutricional.

Outros resultados

Para aqueles consumidores que já experimentaram o produto orgânico, observou-se que os itens mais consumidos foram o tomate e a alface. Ambos são produtos derivados da horticultura, o que afirma essa atividade como importante para a definição do incentivo de culturas agrícolas para cultivo em sistema de orgânico de produção. Áreas com produção de hortaliças orgânicas são mais presentes nos municípios de Morretes e Paranaguá, quando se considera a região litorânea do Paraná (CAVALLET et al., 2011). Assim, seria adequado realizar atividade de divulgação mais intensa nesses dois municípios, uma vez que o local de produção estaria mais perto do centro de consumo e isso reforçaria a modalidade de consumo de cadeia curta, realizada principalmente via feiras de produtos orgânicos. De forma similar, decorre sugerir que no município de Paranaguá se implante uma unidade de venda permanente desses itens em lugar de fácil acesso a população, como, por exemplo, no mercado municipal do mesmo.

Ainda com relação ao tipo de produto a ser consumido, observa-se que boa parte dos itens da agricultura orgânica na região é feita com espécies comuns do litoral do estado do Paraná. Essa tradição na escolha do cultivo pode ser justificada pela tendência dos agricultores em produzir em sistema orgânico de produção aquelas mesmas culturas que já há muitos anos se cultivam na região, principalmente mandioca, banana e palmáceas (CAVALLET et al. 2011).

Assim, se pode apropriadamente utilizar o caráter cultural local de itens para agricultura orgânica como instrumento de valorização dos mesmos perante a população daquele município. Por exemplo, constatou-se que no município de Morretes a maioria da população não sabe o que seja um produto orgânico. Por outro lado, nesse município há um típico prato chamado Barreado, no qual se utiliza os itens banana e mandioca. Sugere-se que se desenvolva esse prato típico de forma que os ingredientes com esses itens da agricultura convencional sejam substituídos por aqueles da agricultura orgânica. Assim, esse procedimento poderia ser utilizado como instrumento para levar à população local a informação do que seja o produto orgânico e suas respectivas vantagens.

Portanto, sugere-se dar prioridade à viabilização do consumo de tomate e alface na região de estudo, visto que há uma maior tendência de procura dos mesmos por parte da população. Adicionalmente podem-se incentivar outros itens, os quais são caracteristicamente produzidos em cada município, e dessa forma utilizar a indicação da origem local do produto como instrumento para sua valorização perante a população no município.

Por fim apresenta-se o perfil dos entrevistados quanto ao nível de escolaridade, uma vez no presente trabalho a escolha desses foi feita ao acaso. Assim, registra-se que 30,8% dos mesmos possuíam o ensino fundamental incompleto, 26,8% possuíam o ensino fundamental completo, 34,3% possuíam ensino médio completo e 8,2% possuíam o ensino superior completo. Parcialmente, esse perfil de escolaridade pode ser oportunamente

contrastado para com o que apresenta Darolt (1999) para a cidade de Curitiba-PR. O mesmo observou que 49% dos freqüentadores de feiras de produtos orgânicos possuem curso superior completo, enquanto que, para as feiras de produtos convencionais, apenas 22% dos consumidores o possuem. Esse resultado permite deduzir que consumidores com ensino superior completo tende a procurar mais o produto orgânico. Disso decorre sugerir que as atividades de valorização do consumo desse tipo de produto são mais eficientes quando voltadas para pessoas com ensino superior completo, como, de certa forma, já observou o Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social (2007).

Considerações finais

- Estima-se que em torno de 60% da população da região tem conhecimento do que seja um produto orgânico, com destaque para o município de Matinhos, no qual mais de 80% o fazem. Porém, destacam-se os municípios de Paranaguá e Morretes, os quais mostraram que a maioria da população ainda não sabe o que seja um produto orgânico;

- Com relação às pessoas que já consumiram produto orgânico constata-se que na região aproximadamente a metade delas já o fez, sendo os municípios de Matinhos e Antonina são os que mais se destacam em maior número. Novamente o município de Paranaguá se destaca sendo o município em que houve o maior número de pessoas, as quais declaram ainda não terem consumido produtos orgânicos, seguido decrescentemente dos municípios de Guaratuba, Morretes e Pontal do Paraná;

- O fato de que o município de Paranaguá tem mais da metade da população da região e que também apresenta o mais alto índice de desconhecimento e consumo de produtos orgânicos sugere que esse município seja foco principal de políticas públicas ou qualquer outro tipo de atividade para valorizar produtos orgânicos na região;

- Em média, 48,2% das pessoas da região não sabem como reconhecer um produto orgânico. Daqueles que sabem como reconhecer o mesmo, foi apontado o fator “selo de certificação” como a opção mais utilizada (19,1%) e em segundo lugar o fator “confiança no produtor/comerciante” (12,7%). Esse último fator foi característico para municípios de pouca população como Antonina, Morretes e Guaraqueçaba. Ao contrário, para municípios de população relativamente maiores, como Paranaguá e Guaratuba o fator “selo de certificação” foi o mais importante. Quando se almeja facilitar o conhecimento da garantia de qualidade por parte do consumidor na região litorânea do estado do Paraná, sugere-se que se valorize a necessidade de informar ao consumidor sobre formas de como ele pode fazer isso e que se dê preferência aos fatores “selo de certificação” e “confiança no produtor/comerciante”;

- A maioria dos consultados apontou que a principal vantagem do produto orgânico é o fato de ele ser mais “saudável e nutritivo”, ficando em segundo lugar a vantagem de ser “sem substâncias químicas” e apenas em terceiro lugar a vantagem de “preservar o meio ambiente”. Inexpressiva foi a manifestação de que o produto orgânico tem a vantagem de “valorizar a mão de obra” e ter “processo produtivo selecionado”. Contrário à tendência geral para a região, para o município de Paranaguá em primeiro lugar destacou-se a vantagem de ser “sem substâncias químicas” e em segundo lugar a vantagem de ser “saudável e nutritivo”. Sugere-se que se tomem atitudes no sentido de conscientizar a população local sobre a vantagem que o consumo de

produtos orgânicos tem quanto a preservar o meio ambiente, devido à importância que tem atualmente as questões ambientais.

- Os produtos orgânicos mais consumidos na região são tomate e a alface. Isso coloca em evidência a horticultura como atividade importante para a definição de culturas agrícolas para cultivo em sistema de orgânico de produção, com vistas ao consumo local. Sugere-se que no município de Paranaguá se implante uma unidade de venda permanente desses e outros itens de produtos orgânicos em lugar de fácil acesso à população, como, por exemplo, no mercado municipal.

Referências Bibliográficas

ALTIERI, M. **Agroecologia: a dinâmica produtiva da agricultura sustentável**. Porto Alegre: UFRGS, 2004. 120p.

ANTUNES, N.C. et al. Mercado consumidor e tendências dos produtos orgânicos na cidade de Juiz de Fora, MG. **Rev. Bras. de Agroecologia**, v.4, n.2, p.2379-2376, 2009.

BRASIL, Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento, Lei no 10.831, de 23 de dezembro 2003. Dispõe sobre a agricultura orgânica e dá outras providências. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, poder executivo, Brasília, DF, 24 dez 2003, p.8, seção 1.

BRASIL. Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento, Instrução Normativa no 46, de 06 de outubro de 2011. Estabelecer o regulamento técnico para os Sistemas Orgânicos de Produção Animal e Vegetal, bem como as listas de substâncias permitidas para uso nos Sistemas Orgânicos de Produção Animal e Vegetal. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, poder executivo, Brasília, DF, 07 out 2011, Seção 1.

CAVALLET, L.E. et al. Certificação de sistemas orgânicos de produção na região litorânea do estado do Paraná. In: MICHELLON, E. et al. (Org) **Certificação pública de produtos orgânicos: a experiência paranaense**. Maringá: Clichetec, 2011. 145p. p.29-42.

CERVEIRA, R.; CASTRO, M.C. Consumidores de produtos orgânicos da cidade de São Paulo: características de um padrão de consumo. **Informações Econômicas**, São Paulo, v.29, n.12, 1999.

DABBERT, S. et al. **Economic analysis of certification systems in organic food and farming: synthesis report D23. 2012**. Disponível na Internet <http://www.certcost.org/Lib/CERTCOST/Deliverable/D23.pdf>, Acesso em 12 jun 2012.

DAROLT, M.R. **A comercialização de produtos orgânicos na região metropolitana de Curitiba-PR**. Botucatu-SP. 1999. p.12-13 (Boletim Ecológico n.10)

DAROLT, M.R. Construindo novas relações entre agricultores e consumidores: a experiência da Associação dos Consumidores de Produtos Orgânicos do Paraná – ACOPA. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE AGROECOLOGIA, 3., 2005, Florianópolis, SC, **Anais...** Florianópolis: ABA, 2005. CD-ROM.

DENARDIN V.F. Distribuição de benefícios ecossistêmicos: o caso do ICMS ecológico no litoral paranaense. **Revista Redes**, Santa Cruz do Sul, v.13, n.2, p.184-198, 2008.

HOELLER, S.C. et al. Representação Social da Agroecologia para Estudantes do Ensino Médio Integrado da UFPR Litoral. **Rev. Bras. de Agroecologia**, v.4, n.2, p.2274-2277, 2009.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICAS. **IBGE Censo 2010**. Capturado em 29 out. 2012. Online. Disponível na Internet http://www.ibge.gov.br/censo2010/primeiros_dados_divulgados/

INSTITUTO PARANAENSE DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL-IPARDES. **Caderno estatístico município de Guaraqueçaba**. Curitiba: IPARDES, 2010. 23p. Capturado em 29 out 2012. Online. Disponível na Internet http://www.ipardes.gov.br/cadernos/Montapdf.php?Municipio=83390&btOk=ok

INSTITUTO PARANAENSE DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL-IPARDES. **O mercado de orgânicos no Paraná: caracterização e tendências**. Curitiba: IPARDES, 2007. 188p. Capturado em 29 out 2012. Online. Disponível na Internet http://www.iapar.br/arquivos/File/zip_pdf/mercadoorganicos_07.pdf .

MAZZOLENI, E.M.; NOGUEIRA, J.M. Agricultura orgânica: características básicas do seu produtor. **Rev. Econ. Sociol. Rural**, Brasília, v.44, n.2, p.263-293, 2006.

MOREIRA, R.M.; CARMO, M.S. do, Agroecologia na construção do desenvolvimento rural sustentável. **Agricultura em São Paulo**, São Paulo, v.51, n.2, p.37-56, 2004.

NASPETTI, S.; ZANOLI, R. Consumers' knowledge of organic quality marks. In: SCIENTIFIC CONFERENCE OF THE INTERNATIONAL SOCIETY OF ORGANIC AGRICULTURE RESEARCH (ISOFAR), 1., 2005, Adelaide. **Proceedings**. Adelaide: IFOAM, 2005. p.393-395.

PAULINO, S.R.H; JACOMETI, W.A. Certificação na agricultura: possibilidades de diversificação e interação para o desenvolvimento da produção regional. **Desenvolvimento e Meio Ambiente**, Curitiba, n.14, p.95-103, 2006.

SCORTEGANA, A.; NEGRÃO, O.B.M. **Paraná – espaço e memória: diversos olhares histórico- geográficos**. Curitiba: Bagozzi, 2005, 408p.

SILVA, K.R. et al. Agricultura orgânica: uma alternativa em busca da sustentabilidade no município de Aracruz, ES. **Rev. Bras. de Agroecologia**, v.4, n.2, p.4512-4515, 2009.

SOUZA. M.C.M. Aspectos institucionais do sistema agroindustrial de produtos orgânicos. **Informações Econômicas**, São Paulo, v.33, n.3, p.7-16, 2003.

STORCH, G. et al. Caracterização dos consumidores de produtos da agricultura orgânica na região de Pelotas – RS. **Rev. Bras. Agrociência**, Pelotas, v.9, n.1, p.71-74, 2003.

VASQUEZ, S.F. et. al. Alternativas a agricultura convencional. **Ver. Verde de Agroecologia e Desenvolvimento Sustentável**, Mossoró, v.3, n.3, p.06-12, 2008.