

IV SEMANA DO CONHECIMENTO

COMPARTILHANDO E FORTALECENDO REDES DE SABERES

6 A 10 DE NOVEMBRO DE 2017



Marque a opção do tipo de trabalho que está inscrevendo:

Resumo

Relato de Caso

CONSUMO RESPONSÁVEL E OS CANAIS INSTITUCIONAIS DE DIVULGAÇÃO DA FEIRA ECOLÓGICA UPF

AUTOR PRINCIPAL: Andressa Batista Dossa

COAUTORES: Clóvia Marozzin Mistura, Amanda Guareschi, Nadia Mar Bogoni, Luciana Bueno Melo

ORIENTADOR: Fábio Roberto Barão

UNIVERSIDADE: Universidade de Passo Fundo

INTRODUÇÃO:

A parceria entre consumidores e produtores na elaboração de feiras agroecológicas é uma prática de consumo responsável, que em outras palavras representa o ato de comprar não somente pelos atributos básicos mas sim considerar em suas decisões também as consequências para sua saúde, o meio ambiente, a sociedade, a cultura e a economia (Darolt et al, 2013).

E é com vistas a proporcionar à comunidade acadêmica a oportunidade de praticar o consumo responsável, que desde 2016 a Universidade de Passo Fundo realiza edições mensais de uma feira que congrega agricultores familiares e unidades de economia solidária promovida como Feira Ecológica UPF, buscando trazer produtos agroecológicos para mais perto dos consumidores locais.

Neste sentido, este trabalho tem como objetivo apresentar um resumo dos principais canais de divulgação utilizados para promover as edições da Feira, além de identificar a associação desses consumidores com a perpetuidade das práticas de consumo responsável.

DESENVOLVIMENTO:

Durante a edição da Feira realizada em 13 de junho de 2017 foi conduzida uma pesquisa através de entrevista direta com os consumidores presentes, que buscou identificar quais os canais de divulgação até então utilizados mais alcançaram o público consumidor da Feira Ecológica UPF, que na ocasião foi composto por 119 respondentes.

Conforme caracterizado pelo Gráfico 1 em anexo, a maioria dos entrevistados tomou conhecimento da existência da Feira por meio de divulgações institucionais, sendo que

IV SEMANA DO CONHECIMENTO

COMPARTILHANDO E FORTALECENDO REDES DE SABERES

6 A 10 DE NOVEMBRO DE 2017



60% dos consumidores presentes ficaram sabendo da feira através do site institucional da UPF ou através das mensagens em pop-up disponibilizadas pela Intranet da instituição, o que evidencia que os meios de comunicação internos ainda são a principal fonte de divulgação das atividades da feira, o que se evidencia pela composição da população de consumidores predominantemente acadêmica conforme demonstrado no Gráfico 2 que representa o vínculo com a instituição dos consumidores respondentes.

No entanto, não se pode considerar os canais de divulgação internos ainda como tão efetivos se levarmos em consideração que o terceiro elemento apontado pelos respondentes, que compreendeu sozinho 23% das respostas, foi justamente o fato de estarem de passagem no momento da realização da feira, o que evidencia que quase um quarto do público consumidor presente não foi exposto a nenhuma forma de divulgação, mas com interesse em praticar o consumo responsável.

Quando questionados se os respondentes gostariam de manter o hábito do consumo responsável através da composição de uma associação de consumidores ou grupo de compras, 76% dos entrevistados afirmaram que sim ou talvez, em oposição aos 29 respondentes (24% do total) que responderam que não estão interessados em praticar esses hábitos de consumo de forma regular, o que associado à discussão de Favilli, Rossi e Brunori (2015) sobre as redefinições das responsabilidades dos próprios consumidores, ao compreenderem a relevância de sua participação numa associação.

CONSIDERAÇÕES FINAIS:

A realização de edições regulares da Feira Ecológica UPF divulgada por meios de comunicação da universidade, envolvendo grande número de consumidores, vem promovendo as práticas de consumo responsável e que através de mais ações promocionais dentro e fora da instituição, as práticas podem se tornar ainda mais comuns.

REFERÊNCIAS:

FAVILLI, E., ROSSI, A., BRUNORI, G. Food networks: collective action and local development. The role of organic farming as boundary object. *Organic agriculture*, 5(3), p. 235-243, 2015.

DAROLT, M.R.; LAMINE, C.; BRANDEMBURG, A. A diversidade dos circuitos curtos de alimentos ecológicos: ensinamentos do caso brasileiro e francês. *Construção Social dos Mercados*, v. 10, n. 2, p. 8, 2013.

IV SEMANA DO CONHECIMENTO

COMPARTILHANDO E FORTALECENDO REDES DE SABERES

6 A 10 DE NOVEMBRO DE 2017



NÚMERO DA APROVAÇÃO CEP OU CEUA (para trabalhos de pesquisa): Número da aprovação.

ANEXOS:

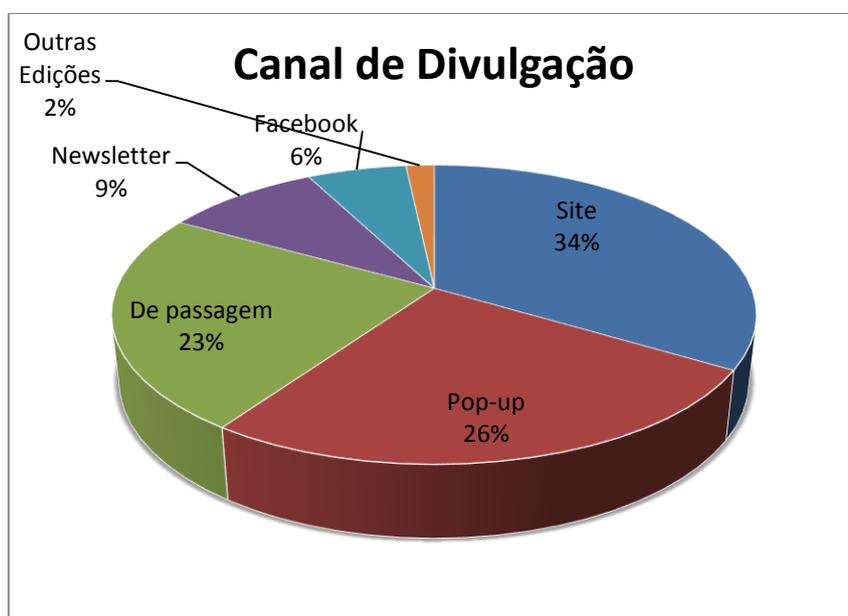


Gráfico 1 – Canais de divulgação da Feira Ecológica

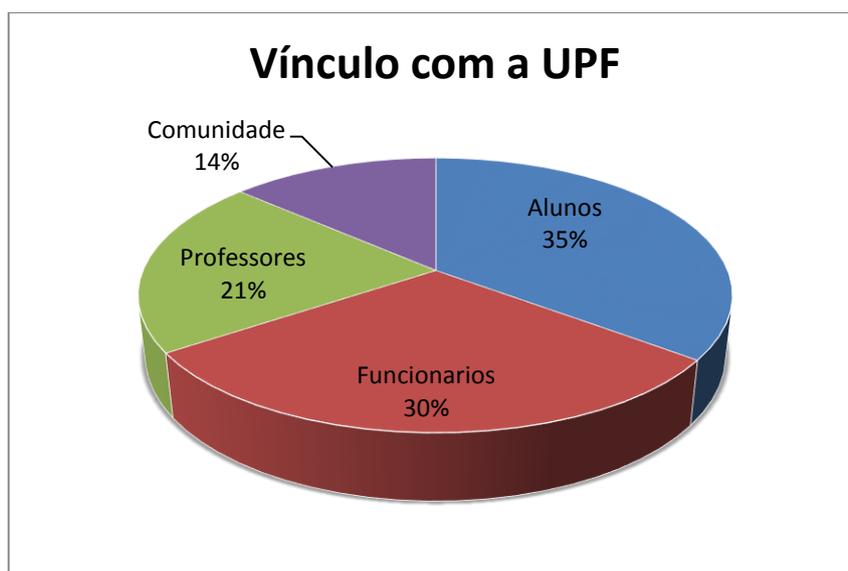


Gráfico 2 – Vínculo dos consumidores com a UPF