

OS SENTIDOS DOS ORGÂNICOS NA FEIRA DA ADAO, EM FORTALEZA-CE.

XIII Encontro de Pesquisa e Pós-Graduação

Maria Luiza Viana de Aquino, Silvia Helena Belmino Freitas

Este trabalho é resultado das primeiras impressões construídas por meio de uma pesquisa de mestrado, de orientação etnográfica, desenvolvida junto ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFC, com o apoio da FUNCAP, sobre o comportamento de consumo dos frequentadores da feira de produtos orgânicos que acontece, às terças-feiras pela manhã, no Mercado dos Pinhões, em Fortaleza-CE, promovida pela ADAO - Associação para o Desenvolvimento da Agropecuária Orgânica, instituição de origem cearense voltada para a produção e comercialização de produtos orgânicos e agroecológicos. Objetiva-se compreender os sentidos atribuídos ao consumo desse tipo de produto e de que maneira a identidade desses sujeitos é atravessada por tal escolha. Ao perceber que a produção de orgânicos é atravessada por demandas de diversas áreas, o que lhe confere dimensões diferentes, será possível construir um entendimento desta como um dispositivo que reconfigura contextos diversos. Do ponto de vista da comunicação, trata-se de uma categoria de marca com alto valor agregado, o que confere uma posição diferenciada no mercado de commodities, como é a produção agrícola convencional. Assim, tem-se um consumo imerso em sentidos, coerente com valores e estilos de vida específicos. Através da obra de Canclini (1999), Muniz Sodré (2014), Portilho (2013), Miller (2002), McCracken (2003), Primavesi (2008) e outros, pretendeu-se construir uma base teórica para analisar os comportamentos e dados levantados sobre a feira.

Palavras-chave: Consumo. Orgânicos. Sentidos. Feira.