



UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE
FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONOMICAS
DEPARTAMENTO DE GESTÃO AMBIENTAL
CURSO DE GESTÃO AMBIENTAL

RENATA DUARTE DE ALMEIDA

COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS ORGÂNICOS NO MUNICÍPIO DE
CARAÚBAS-RN

MOSSORÓ

2021

RENATA DUARTE DE ALMEIDA

COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS ORGÂNICOS NO MUNICÍPIO DE
CARAÚBAS-RN

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Universidade do Estado do
Rio Grande do Norte (UERN), como
requisito parcial para obtenção do título
de Bacharel em Gestão Ambiental.

Orientadora: Prof.^a Dra. Gabriela
Cemirames de Sousa Gurgel

MOSSORÓ

2021

© Todos os direitos estão reservados a Universidade do Estado do Rio Grande do Norte. O conteúdo desta obra é de inteira responsabilidade do(a) autor(a), sendo o mesmo, passível de sanções administrativas ou penais, caso sejam infringidas as leis que regulamentam a Propriedade Intelectual, respectivamente, Patentes: Lei nº 9.279/1996 e Direitos Autorais: Lei nº 9.610/1998. A mesma poderá servir de base literária para novas pesquisas, desde que a obra e seu(a) respectivo(a) autor(a) sejam devidamente citados e mencionados os seus créditos bibliográficos.

**Catálogo da Publicação na Fonte.
Universidade do Estado do Rio Grande do Norte.**

A447c Almeida, Renata Duarte de
Comercialização de produtos orgânicos no município de Caraúbas-RN. / Renata Duarte de Almeida. - Mossoró, 2021.
87p.

Orientador(a): Profa. Dra. Gabriela Cemirames de Sousa Gurgel.
Monografia (Graduação em Gestão Ambiental).
Universidade do Estado do Rio Grande do Norte.

1. Produtos orgânicos. 2. Hábito consciente. 3. Feira livre. I. Gurgel, Gabriela Cemirames de Sousa. II. Universidade do Estado do Rio Grande do Norte. III. Título.

O serviço de Geração Automática de Ficha Catalográfica para Trabalhos de Conclusão de Curso (TCC's) foi desenvolvido pela Diretoria de Informatização (DINF), sob orientação dos bibliotecários do SIB-UERN, para ser adaptado às necessidades da comunidade acadêmica UERN.

RENATA DUARTE DE ALMEIDA

COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS ORGÂNICOS NO MUNICÍPIO DE
CARAÚBAS-RN

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Universidade do Estado do
Rio Grande do Norte (UERN), como
requisito parcial para obtenção do título
de Bacharel em Gestão Ambiental.

Aprovado em 11/06/2021.

Banca Examinadora

Gabriela Cemirames de Sousa Gurgel

Prof.^a Dra. Gabriela Cemirames de Sousa Gurgel (Orientadora)

Universidade do Estado do Rio Grande do Norte - UERN

Maria Betânia Ribeiro Torres

Prof.^a Dra. Maria Betânia Ribeiro Torres

Universidade do Estado do Rio Grande do Norte – UERN

Raimundo Nonato do Vale Neto

Prof.^o Me. Raimundo Nonato do Vale Neto

Universidade do Estado do Rio Grande do Norte – UERN

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, a Deus, pela oportunidade de viver esse momento.

Aos meus amados pais, Maria Duarte e Valterlan Barbosa, por todo amor, carinho e atenção, e por nunca me deixarem desistir dos meus sonhos, sem vocês, eu nada seria.

Ao meu grande amor, Dalton Ebber, por sempre acreditar em mim, por me ajudar em todas as circunstâncias e por estar comigo nos momentos alegres e difíceis.

A todos os meus familiares, em especial ao meu irmão David Phillipe, por todo apoio, e a minha prima Valéria Duarte, por toda ajuda nesse percurso e por ser fonte de inspiração em meus estudos.

Aos meus queridos amigos do curso, por toda amizade durante todos esses anos, em especial, a minha grande amiga Jaleska Iara, por todo companheirismo.

Aos meus amigos da vida, Priscilia, Vêronica e Mailson, pelo amor e amizade que possuímos, e por toda ajuda durante esse período que dediquei a monografia.

A professora Gabriela Cemirames de Sousa Gurgel, por ter sido minha orientadora, e por todos os conselhos e ensinamentos, que com certeza levarei para a vida.

A todos os professores do curso de Gestão Ambiental, que foram essenciais para a minha formação tanto acadêmica, como pessoal.

E por fim, a todos que de forma direta ou indireta contribuíram na realização deste trabalho, o meu sincero obrigada.

RESUMO

Cada vez mais tem chamado a atenção das pessoas, a intensidade de notícias relacionadas a produção de produtos orgânicos, devido a uma mudança de comportamento da sociedade em direção ao seu consumo, em busca de novos hábitos alimentares e de uma vida mais saudável. Neste sentido, a pesquisa *Comercialização de produtos orgânicos no município de Caraúbas-RN* tem, como objetivo geral, fazer uma caracterização da comercialização de produtos orgânicos da feira livre. Trata-se de uma pesquisa de campo, de abordagem qualitativa, e caráter exploratório, que envolve dois grupos de pessoas: buscadores e agricultores/feirantes. A pesquisa é desenvolvida apenas com residentes do município de Caraúbas/RN. A coleta de dados se deu através de entrevistas, realizada com os dois grupos, como também da pesquisa bibliográfica. Para a análise dos dados foi utilizado técnica de análise de discurso. Com a pesquisa foi possível provocar uma reflexão acerca da importância do conhecimento dos aspectos legais que norteiam a produção e comercialização de produtos orgânicos entre feirantes/agricultores e buscadores, como também, foi possível identificar a compreensão e a intensão dos buscadores e buscadoras ao adquirir produtos orgânicos. Além disso, a pesquisa identificou o entendimento que os feirantes/agricultores têm sobre os produtos orgânicos e ainda identificar o meio de produção predominante da feira e as técnicas de manejo das propriedades dos agricultores. A pesquisa conclui que os objetivos foram alcançados e que a agricultura familiar, orgânica ou de base agroecológica tem seu papel importante diante a sociedade, para garantia de qualidade de vida, e para a segurança de saúde das gerações futuras, pois o conhecimento irá sempre progredir.

Palavras-chave: Produtos orgânicos. Hábito consciente. Feira Livre.

ABSTRACT

The intensity of news related to the production of organic products has increasingly drawn people's attention, due to a change in society's behavior towards their consumption, in search of new eating habits and healthier life. In this sense, the research on the commercialization of organic products in the municipality of Caraúbas-RN aims to characterize the commercialization of organic products in the open air market. This field research has a qualitative approach and exploratory character, which involves two groups: seekers and farmers/marketers. The research is carried out only with residents of the municipality of Caraúbas/RN. Data collection took place through interviews, carried out with both groups, and bibliographic research. For data analysis, the discourse analysis technique was used. It was possible to raise awareness about the importance of knowledge of the legal aspects guiding the production and marketing of organic products among marketers/farmers and search engines, as well as identifying the understanding and intention of searchers and search engines when purchasing organic products. In addition, the research identified the understanding that marketers/farmers have about organic products and also identify the predominant means of production at the fair and the management techniques of the farmers' properties. The research concludes that the objectives were achieved and that family farming, organic or agroecological based, has an important role in society, to guarantee the quality of life, and for the health security of future generations, as knowledge will always progress.

Keywords: Organic products. Conscious habit. Farmers Fair.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Campanha do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente	22
Figura 2 - Bancas improvisadas da feira livre, Caraúbas/RN, 2021	25
Figura 3 - Bancas verdes da venda direta, Caraúbas/RN, 2021	25
Figura 4 - Banca verde do entrevistado 3	33
Figura 5 - Frutas, legumes e verduras da feira livre	46
Figura 6 - Produtos de cunho medicinal.....	46
Figura 7 - Banca verde da feira livre, Caraúbas/RN, 2021	69

LISTA DE QUADROS

Quadro 1. Atividades desenvolvidas pelos feirantes que atuam na feira livre do município de Caraúbas, RN	29
Quadro 2. Conhecimento dos feirantes sobre a temática da Agroecologia.....	30
Quadro 3. Conhecimento dos feirantes em relação a um produto orgânico	31
Quadro 4. Produtos comercializados na feira livre	32
Quadro 5. Mecanismos empregados na garantia de qualidade dos produtos orgânicos.....	34
Quadro 6. Conhecimento dos entrevistados em relação as exigências da legislação quanto a produção orgânica.....	35
Quadro 7. Separação da produção convencional e orgânica.....	37
Quadro 8. Práticas empregadas para o manejo da fertilidade do solo.....	38
Quadro 9. Práticas empregadas para o manejo das plantas espontâneas	39
Quadro 10. Práticas empregadas para o controle de insetos	41
Quadro 11. Utilização de recursos na propriedade, da própria área ou produtos de fora.....	42
Quadro 12. Conhecimento dos entrevistados sobre a Biodiversidade	43
Quadro 13. Principal gargalo dentro da produção.....	44
Quadro 14. Produtos que são comercializados na feira livre	45
Quadro 15. Canais de venda e distribuição dos produtos.....	47
Quadro 16. Estratégias empregadas na divulgação dos produtos	48
Quadro 17. Principais estratégias para ser competitivo no mercado	49
Quadro 18. Respostas dos entrevistados sobre fazer parte de alguma associação ou cooperativa, e suas vantagens.....	50
Quadro 19. Conhecimento das exigências da legislação quanto a comercialização de orgânicos no Brasil.....	52
Quadro 20. Conhecimento em relação ao processo de certificação de produtos orgânicos, e se possuem produtos certificados.....	54
Quadro 21. Conhecimento das políticas públicas que visam o fortalecimento do pequeno produtor familiar/orgânico.....	55
Quadro 22. Existência de laços de solidariedade entre os feirantes	57
Quadro 23. Principal gargalo na comercialização	58

Quadro 24. Conhecimento dos buscadores sobre agroecologia.....	60
Quadro 25. Conhecimento dos buscadores acerca de um produto orgânico.....	61
Quadro 26. Tipos de produtos que os buscadores buscam na feira	62
Quadro 27. Respostas dos buscadores sobre a busca por produtos orgânicos	64
Quadro 28. Respostas dos consumidores sobre a principal motivação para buscar produtos orgânicos.....	64
Quadro 29. Barreira para os buscadores em relação ao consumo de produtos orgânicos.....	67
Quadro 30. Principal meio de acesso dos buscadores aos produtos orgânicos	68
Quadro 31. Respostas dos buscadores sobre pagar um preço mais alto por um produto orgânico	70
Quadro 32. Entendimento dos buscadores em relação aos benefícios de consumir produtos orgânicos.....	71
Quadro 33. Principais gargalos para os buscadores em relação ao consumo de produtos orgânicos.....	73

LISTA DE SIGLAS

AAOEV - Associação de Agricultores e Agricultoras Agroecológicos Oeste Verde
ASFEPAC - Associação dos Feirantes e Produtores Agroecológicos de Caraúbas
CDB - Convenção sobre Diversidade Biológica
COOPAU - Cooperativa de Produtores Agropecuários de Umarizal
IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia Estatística
INEP - Instituto Nacional de Estudo e Pesquisa
MAPA - Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento
MDA - Ministério do Desenvolvimento Agrário
MEC - Ministério da Educação
OCS - Organização de Controle Social
OPAC - Organismo Participativo da Avaliação de Conformidade
PAA - Programa de Aquisição de Alimentos
PNATER - Política Nacional de Assistência Técnica e Extensão Rural
PGPAF - Programa de Garantia de Preços da Agricultura Familiar
PNAE - Programa Nacional de Alimentação Escolar
PNUMA - Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente
SEAF - Seguro da Agricultura Familiar
SisOrg - Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica
SISAN - Sistema Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional
SPG - Sistema Participativo de Garantia
TCLE - Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	13
2	REFERENCIAL TEÓRICO	15
2.1	Mudanças e evoluções das práticas agrícolas	15
2.2	Diferenças entre os termos orgânico e agroecológico	16
2.3	Contribuição da agricultura familiar para segurança alimentar do Brasil ...	18
2.4	Consumo sustentável: busca gradual por produtos orgânicos	20
2.5	Feiras livres como meio de comercialização da agricultura familiar	22
3	METODOLOGIA.....	24
3.1	Classificação da pesquisa	24
3.2	Local de Estudo	24
3.3	Etapas da Pesquisa	26
3.4	Coleta e Análise de Dados	27
4	RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	28
5	CONCLUSÃO.....	76
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	78
	APÊNDICE A – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE).....	84
	APÊNDICE B – Roteiro da entrevista.....	86

1 INTRODUÇÃO

A divulgação, cada vez maior, de informações pertinentes referentes ao consumo de produtos orgânicos e seus impactos sobre a sustentabilidade, tem levado a uma reflexão sobre as formas de consumo de, pelo menos, parte da população que, tornando-se mais consciente, busca, gradativamente, novos hábitos, sobretudo alimentares. Dessa forma, a sociedade acaba objetivando uma vida mais saudável e com o intuito de colaborar com a segurança do meio ambiente. Muitos iniciam essa mudança repensando as questões da alimentação. Buscando, por sua vez, produtos e alimentos que sejam orgânicos, ou de base agroecológica, pois, são esses que garantem a qualidade e segurança para o consumidor, sendo livre de qualquer insumo químico, e que também carrega todo um histórico de cuidado e responsabilidade com o meio ambiente em si, e com a própria sociedade.

Neste sentido, a pesquisa *Comercialização de produtos orgânicos, no município de Caraúbas-RN*, levanta, discute e apresenta uma série de dados acerca do nível de conhecimento da população, sejam eles produtores, comerciantes ou buscadores, e sobre os produtos orgânicos propriamente, tanto no âmbito da produção (o que são produtos orgânicos e de que maneira eles devem ser cultivados) como nas exigências quanto à comercialização (como as condições legais).

Esta pesquisa possui como objetivo geral identificar a comercialização de produtos orgânicos da feira livre no município de Caraúbas, RN. Como objetivos específicos: provocar uma reflexão acerca da importância do conhecimento dos aspectos legais que norteiam a produção e comercialização de produtos orgânicos entre feirantes, buscadores e buscadoras; identificar a compreensão e a intenção dos buscadores e buscadoras ao adquirir produtos orgânicos do município de Caraúbas; identificar o entendimento que os feirantes e agricultores e agricultoras apresentam sobre os produtos orgânicos, identificar o meio de produção e as técnicas utilizadas pelos feirantes e agricultores.

A pesquisa irá contribuir para a produção de conhecimento sobre a comercialização de produtos orgânicos do município de Caraúbas/RN desde os produtores, feirantes e buscadores, compondo um quadro de conhecimento sobre

percursos da produção e comercialização de alimentos saudáveis e limpos de agrotóxicos.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Mudanças e evoluções das práticas agrícolas

As práticas agrícolas estão presentes em nosso planeta há milhares de anos, práticas que até os dias atuais garantem a soberania alimentar de muitas famílias. Dutra e Souza (2017) confirmam que:

A agricultura não é uma atividade recente na história humana. Há mais de 10 mil anos, mulheres e homens iniciaram um gradativo processo de domesticação de plantas e animais, transformando os ambientes naturais em territórios adaptados à produção de alimentos. Nesse processo, técnicas produtivas foram, em diferentes partes do planeta, criadas e desenvolvidas de acordo com as características físicas de cada região e culturais de cada povo. (p. 129)

Com o passar dos anos, chegada as transições das mudanças e evoluções na agricultura no mundo, a revolução verde foi responsável por marcar a utilização e aceleração do uso de tecnologias na agricultura, que acabou modificando-a, o que antes era simples e sem muitas ferramentas, tornou-se mais artificial e mecanizado. De acordo com Serra *et al.* (2016, p. 2), “[...] a revolução verde, apesar de trazer avanços, trouxe também repercussões negativas no meio ambiente por comprometer a capacidade de carga deste.”

A agricultura passou a se modernizar com grandes máquinas para atender a um maior número de produtos e elevar a produção, logo, impulsionou, conseqüentemente, a utilização de insumos químicos para assim atender esse modelo de produção. Porém, a intensificação desses insumos acaba por acarretar diversos problemas de saúde, podendo deixar sequelas, e até mesmo levar ao óbito, aqueles que são acometidos com a presença direta dos agrotóxicos. Além da saúde, os agrotóxicos são prejudiciais ao meio ambiente, pois causam desequilíbrio no ambiente natural pela contaminação dos seus componentes. (FOLGADO, 2019).

Diante de todas as mudanças, a agricultura do mundo capitalista tornou-se uma prática que hoje é chamada de agricultura convencional. Sobre os argumentos de Silva *et al.* (2013, p.331) a mesma “[...] desconsidera a relevância ecológica e põe à frente o seguinte princípio econômico: obter a maior produtividade possível, das espécies comercialmente “interessantes”, com o aumento da lucratividade”. Assim, a agricultura acaba causando diversos danos ao meio ambiente, como

explica Monteiro, Silva e Souza (2008, não paginado), ao dizer que, “a agricultura convencional, em quarenta anos de existência, destruiu florestas, solos, rios e fez avançar a desertificação”. Essa informação torna a agricultura convencional um modelo bastante preocupante, em virtude de que, devemos preservar o meio ambiente para as gerações futuras.

Desse modo, entendemos que esse modelo acaba por trazer alguns malefícios ao decorrer de muitos anos do seu processo. E como uma alternativa a esse meio de agricultura, que está ligado diretamente ao capitalismo, a agricultura familiar aparece representada por pequenos agricultores. Souza *et al.* (2017), dizem que:

A agricultura familiar pode ser vista como unidade-chave de investimento socioprodutivo, por possuir características próprias, como a sua diversidade e integração, sua autonomia social relativa, sua capacidade de adaptação às mudanças, entre outras características. (p.145)

Alguns agricultores familiares, segundo Manfio e Pierozan (2017, p. 176) “[...] têm se especializado em produzir alimentos livres de agrotóxicos, a fim de atender este novo nicho de mercado que vem crescendo nos últimos anos – os consumidores de produtos agroecológicos e orgânicos”. As práticas agroecológicas e orgânicas destacam-se por não utilizarem insumos químicos e, também, por realizarem o plantio e cultivo de vários produtos (policultura), em uma mesma área, o que garante a integridade do meio ambiente, sem causar impactos negativos ao mesmo. Esse fator, no entanto, tem chamado a atenção de muitos que estão em busca de mudar suas formas de consumo.

2.2 Diferenças entre os termos orgânico e agroecológico

Apesar da produção agroecológica e orgânica soarem familiar, existem diferenças entre ambas. O artigo 1º da Lei nº 10.831 de dezembro de 2003, que dispõe sobre a agricultura orgânica, explica o que caracteriza um sistema de produção orgânica:

Art. 1º Considera-se sistema orgânico de produção agropecuária todo aquele em que se adotam técnicas específicas, mediante a otimização do uso dos recursos naturais e socioeconômicos disponíveis e o respeito à

integridade cultural das comunidades rurais, tendo, por objetivo, a sustentabilidade econômica e ecológica, a maximização dos benefícios sociais, a minimização da dependência de energia não-renovável, empregando, sempre que possível, 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, e a proteção do meio ambiente. (BRASIL, 2003)

A agricultura orgânica é uma grande aliada do meio ambiente. Segundo Silva e Poli (2020, p.507), a mesma “[...] tem apresentado bons resultados, pois seu conceito é preservar o original, conservando os recursos naturais para o bem da humanidade.” Sendo assim, benéfica para a sociedade também no quesito saúde, já que oferece apenas produtos que são livres de qualquer tipo de agrotóxico.

Assim, podemos entender que um produto orgânico é aquele que, no processo de produção, não desgasta o meio onde está sendo cultivado, que utiliza práticas e técnicas sustentáveis e que possui todo um cuidado e preocupação com o meio ambiente, de modo geral. Segundo Manfio e Pierozan (2017, p. 180), “[...] a agricultura orgânica segue um processo agroecológico voltado para o mercado consumidor”, o que, então, caracteriza a necessidade de uma certificação para sua comercialização com o nome “orgânico”.

Já sobre a produção agroecológica, Souza *et al.* (2017) expressam que:

[...] a Agroecologia é saber prático, mas também vem se desenvolvendo como ciência à medida que novos enfoques teórico-metodológicos emergem de experiências práticas e compartilhadas entre agricultores, técnicos, educadores e pesquisadores. (p. 146)

Ou seja, as vivências da prática agroecológica são o que a definem, então se pode dizer que a Agroecologia é muito mais que uma prática agrícola, pois, é também um estilo de vida. Nas falas de Manfio e Pierozan (2017, p. 180) confirma-se o citado acima pois:

[...] a agroecologia se apresenta não apenas como uma agricultura alternativa, mas também como uma ferramenta de desenvolvimento local/regional, pois procura potencializar os recursos locais e o conhecimento cultural acumulado, ao longo do tempo, através das experiências e dos ensinamentos familiares dos agricultores.

A ética e a responsabilidade com os recursos naturais são duas características fortes na agroecologia. Segundo Caporal e Costabeber (2004, p.13),

ao se falar de agroecologia estão se tratando de “[...] variáveis econômicas, sociais e ambientais, como variáveis culturais, políticas e éticas da sustentabilidade”.

Com essas menções, fica clara a diferença entre a produção agroecológica, que possui um valor cultural, ético e responsável, e a produção orgânica, que possui também responsabilidade com o meio ambiente, mas possui uma base mais técnica, e está voltada diretamente para a comercialização.

2.3 Contribuição da agricultura familiar para segurança alimentar do Brasil

O governo brasileiro é responsável pela criação de programas, projetos e ações com o intuito de minimizar a fome da sociedade e garantir uma qualidade e segurança alimentar para todos. (CAMARGO, BACCARIN, SILVA, 2013).

Ainda para Camargo, Baccarin, e Silva, (2013, não paginado), “[...] a agricultura familiar é o segmento da agropecuária brasileira que desponta nos dados censitários como principal produtor dos alimentos que compõe a cesta básica”. Por essa razão, agregaram a agricultura familiar a esses programas, para que também seja beneficiada, e os agricultores aumentem sua renda, contribuindo para o fortalecimento da agricultura.

É importante destacar que uma alimentação adequada e com garantia de segurança alimentar é direito de todos. O artigo 2º da Lei nº 11.346 de 15 de setembro de 2006, referente ao Sistema Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional (SISAN), discorre, em relação a segurança alimentar, o seguinte:

Art. 2º A alimentação adequada 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 que se façam necessárias para promover e garantir a segurança alimentar e nutricional da população. (BRASIL,2006)

De acordo com Diniz, Neto e Hespanhol (2016, p. 235), muitos programas foram criados em prol da agricultura familiar, programas que agregam e garantem seu fortalecimento. Os quais são:

A criação do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PRONAF), em 1995, e sua institucionalização, em 1996, representou a primeira iniciativa realizada neste sentido, suscitando a emergência, anos mais tarde, de outras ações voltadas ao fortalecimento da agricultura familiar e a redução de sua vulnerabilidade social e econômica, destacando-

se: a criação do Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA), em 1999, e da Secretaria da Agricultura Familiar no âmbito do MDA, no ano de 2001; a criação do Programa Garantia Safra, em 2002; do Seguro da Agricultura Familiar (SEAF), em 2004 e do Programa de Garantia de Preços da Agricultura Familiar (PGPAF), em 2006; a elaboração do Plano Safra da Agricultura Familiar, a partir de 2003-2004; a elaboração da Política Nacional de Assistência Técnica e Extensão Rural (PNATER) para a agricultura familiar e reforma agrária, em 2004; a instituição da Lei nº 11.326, denominada Lei da Agricultura Familiar, no ano de 2006.

E como forma de garantir que os agricultores familiares obtivessem renda, e também que a sociedade pudesse ter segurança alimentar, dois programas foram criados, o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA), e o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE), para assim poder atender um pouco dessa necessidade. (DINIZ, NETO, HESPANHOL, 2016).

Para Correa e Barbosa (2018, p.162),

O PAA, além da articulação entre produção, comercialização e consumo possui uma filosofia que indica claramente a quem deve ser estendidas as ações de amparo, ou, àquelas famílias que ainda são atingidas pela fome, em maior ou menor grau. Observa-se que um dos requisitos para a produção de alimentos direcionada à parcela da população em estado de insegurança alimentar é que esta ação promova a inclusão social, favorecendo os agricultores ainda não estão totalmente incluídos no sistema produtivo.

Compreende-se que o PAA é destinado às famílias que possuem menor poder aquisitivo e que necessitam da segurança alimentar. A produção dos agricultores que estão ligados aos PAA deve ser inclusiva, garantindo então a introdução daqueles que não estão totalmente dentro do sistema. Ainda sobre a destinação dos alimentos do PAA, no artigo 9º do Decreto nº 7.775, de 4 de julho de 2012, diz que podem ser destinados as seguintes finalidades:

- I - o consumo de pessoas ou famílias em situação de insegurança alimentar e nutricional;
- II - o abastecimento da rede socioassistencial;
- III - o abastecimento de equipamentos de alimentação e nutrição;
- IV - o abastecimento das redes públicas de ensino e de saúde, das unidades de internação do sistema socioeducativo e dos estabelecimentos prisionais;
- V - a constituição de estoques públicos de alimentos, destinados a ações de abastecimento social ou venda;
- VI - o abastecimento dos órgãos e das entidades da administração pública, direta e indireta; e
- VII - o atendimento a outras demandas definidas pelo GGPA. (BRASIL, 2012)

Já o PNAE trabalha repassando um valor “x” por cada aluno da educação básica, das escolas cadastradas no Instituto Nacional de Estudo e Pesquisa (INEP), e no Ministério da Educação (MEC), para serem beneficiadas a partir desse valor, para compra direta de alimentos da agricultura familiar, contribuindo então para a segurança alimentar e nutricional de cada aluno, assim como consta no art. 4º da Lei nº 11.947, de 16 de junho de 2009:

O Programa Nacional de Alimentação Escolar – PNAE tem por objetivo contribuir para o crescimento e o desenvolvimento biopsicossocial, a aprendizagem, o rendimento escolar e a formação de hábitos alimentares saudáveis dos alunos, por meio de ações de educação alimentar e nutricional e da oferta de refeições que cubram as suas necessidades nutricionais durante o período letivo. (BRASIL, 2009)

Os valores repassados às escolas para a aquisição dos alimentos da agricultura familiar são fornecidos através de orçamentos da união, assim como está descrito no art. 5º da Lei nº 11.947, de 16 de junho de 2009:

Os recursos financeiros consignados no orçamento da União para execução do PNAE serão repassados em parcelas aos Estados, ao Distrito Federal, aos Municípios e às escolas federais pelo Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação - FNDE, em conformidade com o disposto no [art. 208 da Constituição Federal](#) e observadas as disposições desta Lei. (BRASIL, 2009).

O programa, desde sua criação, tem beneficiado muitos alunos que, a partir do mesmo, possuem uma alimentação segura e com qualidade, e além dos alunos, os agricultores, juntamente com a agricultura familiar, são beneficiados e resulta seu fortalecimento.

2.4 Consumo sustentável: busca gradual por produtos orgânicos

Há algum tempo a sociedade vem mudando seu ponto de vista sobre a qualidade de vida, com isso o aumento da busca por produtos naturais/orgânicos tem sido significativo, pois, a sociedade tem buscado melhorar os hábitos alimentares, fugindo da intensa utilização de agrotóxicos, como também tem buscado por serviços que não afete negativamente o meio ambiente.

O consumo consciente/sustentável é colocado em prática a partir do momento que a sociedade consegue perceber que a relação do consumo exagerado, devido

ao sistema capitalista, é imposta diante da grande globalização e provoca, na verdade, grandes impactos negativos ao meio ambiente. Silva e Flain (2017, p. 359) expõem “[...] esse consumo excessivo resulta em acúmulo de resíduos na natureza e mais exploração de recursos naturais, inclusive em países pobres, causando a degradação dos ecossistemas e das economias locais, para transformar em matéria-prima.”

Desse modo, é notório que existe uma preocupação daqueles que entendem os danos que esse consumo exacerbado pode causar ao meio ambiente e para a sua própria saúde. Podemos então relacionar a adoção do consumo consciente como uma forma de educação ambiental, onde os pensamentos mudam e as pessoas começam a pensar “fora da caixa”. Para Gomes (2006, p.25):

Nesse processo de formação de uma nova consciência voltada para a preservação do planeta é essencial a educação do consumidor, com a conscientização da importância de novos hábitos de consumo, vez que grande parte dos problemas ambientais presentes são fruto dos padrões impostos pela economia de mercado através da publicidade, difundida pelos meios de comunicação de massa, impondo um estilo de vida insustentável e inalcançável para a maioria.

Além de Gomes (2006), as autoras Silva e Flain (2017) também discorrem sobre a importância de se transmitir a informação sobre o consumo sustentável além das escolas. Para Silva e Flain (2017, p. 374):

Essa educação informacional voltada ao consumo sustentável não precisa, necessariamente, ser dada na escola, podendo ser efetivada por meio de programas específicos, de informativos, como exemplo as cartilhas e campanhas publicitárias.

As campanhas publicitárias, que podem ser feitas por meio de tv, em jornais, comerciais, está forte também na internet e em redes sociais. Para mostrar como seria essa campanha publicitária segue exemplo:

A seguir, o cartaz da Campanha do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA), no dia 05 de julho de 2015, em decorrência do dia Mundial do Meio Ambiente (Figura 1). Esta campanha possuiu o intuito de promover a conscientização das pessoas para a redução de plásticos. (VERDÉLIO, 2015)

Figura 1 - Campanha do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente



Fonte: Agência Brasil, 2015.

As campanhas publicitárias são um meio de transmissão de informações importantes, podendo, então, chegar ao alcance de muitos, por estarem presentes em diversos meios de comunicação, o que possibilita alcançar pessoas diferentes, de personalidades diferentes e também de idades diversas.

2.5 Feiras livres como meio de comercialização da agricultura familiar

As feiras livres, segundo os autores Pereira, Brito e Pereira (2017, p. 68) “[...] são um importante espaço de comercialização dos produtos da agricultura familiar, indo muito além disso: é também espaço de socialização, identidade regional e cultural e também de articulação política”.

As feiras livres são bastante comuns em pequenas cidades, abrange uma diversidade de produtos e se torna canal de comercialização e renda para tantos agricultores, artesãos, pescadores e outros. As feiras são locais de encontro, promovem a socialização, o contato direto do consumidor e produtor, sem o intermédio de atravessadores, caracterizando-se como venda direta. Quem tanto se beneficia com este meio de comercialização são os pequenos agricultores, pois, estabelecem-se para disponibilizar seus produtos e garantir o abastecimento das famílias na cidade, permitindo que adquiram os produtos por um preço justo e

acessível, de boa qualidade e com segurança alimentar. (CARVALHO; GROSSI, 2019).

Para Oliveira, e Lima (2017), as feiras livres são bastante semelhantes à economia popular solidária, pelo fato de ser, além de um local de comercialização, um local de troca de saberes, entre agricultores e consumidores, e também entre os próprios agricultores. Ainda para Oliveira e Lima (2017, não paginado) “A Economia Popular e Solidária tem suas origens nas lutas da classe trabalhadora organizada por meio dos seus movimentos sociais desde (junto), praticamente, início da economia convencional”.

As feiras livres são uma forma de manter viva a agricultura familiar das cidades de interiores. Apesar de todas as dificuldades que os agricultores enfrentam, seguem nesta luta sempre em busca de ganhar fortalecimento, mais visibilidade e assim possuírem uma renda para o sustento de cada um dos que participam.

3 METODOLOGIA

3.1 Classificação da pesquisa

Esta pesquisa atende a uma abordagem qualitativa, que segundo Gerhardt e Silveira (2009, p.31), “não se preocupa com representatividade numérica, mas, sim, com o aprofundamento da compreensão de um grupo social, de uma organização, etc.” Ou seja, a pesquisa, neste caso em específico, envolve dois grupos distintos de pessoas, sendo o primeiro, composto por agricultores e feirantes, onde suas características e conhecimentos serão descritos a partir de uma entrevista semiestruturada com perguntas abertas. A entrevista, segundo Lakatos e Marconi (2003, p.195), “é um procedimento utilizado na investigação social, para a coleta de dados ou para ajudar no diagnóstico ou no tratamento de um problema social”.

E o segundo grupo com os buscadores e buscadoras do município, através de uma entrevista online, que segue as mesmas formatações da entrevista com o primeiro grupo, através da ferramenta Google Forms, disponível no navegador de internet Google Chrome. Para Flick (2013, p. 168) pode-se “[...] organizar as entrevistas *on-line* de uma forma *assíncronica*, em que você envia suas perguntas aos participantes e eles encaminham suas respostas [...]”. Ainda para o autor, esse método é realizado “[...] mediante trocas de e-mails ou pelas redes sociais [...]”.

Essa pesquisa possui ainda caráter exploratório, pois assim como explica Severino (2007, p.123), “[...] busca apenas levantar informações sobre um determinado objeto, delimitando assim um campo de trabalho, mapeando as condições de manifestações desse objeto.” A pesquisa teve como ponto inicial a pesquisa bibliográfica através de artigos, e sites governamentais que tratam de assuntos ligados a produção orgânica. Para Lakatos e Marconi (2003, p.183) a pesquisa bibliográfica se refere a “[...] toda bibliografia já tornada pública em relação ao tema de estudo, desde publicações avulsas, boletins, jornais, revistas, livros, pesquisas, monografias, teses, material cartográfico etc.[...]”.

3.2 Local de Estudo

A pesquisa de campo foi realizada no município de Caraúbas, que fica localizado no estado do Rio Grande do Norte. De acordo com o último censo do

Instituto Brasileiro de Geografia Estatística (IBGE) (2010), o município tem 19.576 habitantes. A pesquisa de campo foi desenvolvida, mais precisamente, na feira livre do município que acontece aos sábados, no centro da cidade. Nela, participam agricultores, comerciantes e buscadores e buscadoras. O espaço destinado para a feira é dividido entre os que possuem barracas improvisadas, e os que possuem as “bancas verdes”, nome destinado para os agricultores que comercializam produtos orgânicos ou de base agroecológica.

Figura 2 - Bancas improvisadas da feira livre, Caraúbas/RN, 2021



Fonte: Captura feita pela própria autora.

Figura 3 - Bancas verdes da venda direta, Caraúbas/RN, 2021



Fonte: Captura feita pela própria autora.

Antecedendo algumas etapas da pesquisa, foi realizada a observação sistemática na feira livre, local onde foi aplicado a entrevista com os agricultores e feirantes, onde foi observado a maior presença de homens nas bancas; integração de jovens nas bancas; falta de estrutura e espaço adequado para realização da feira. Para Lakatos e Marconi (2003, p.193), “[...] o observador sabe o que procura e o que carece de importância em determinada situação [...]”. Dentro do campo de pesquisa, a observação foi necessária para a familiarização com o local.

3.3 Etapas da Pesquisa

A pesquisa em questão foi desenvolvida em diversas etapas, iniciando pela pesquisa bibliográfica por temas como, produção orgânica e agroecológica, consumo sustentável, e também sobre feiras livres. A fim de obter uma boa base sobre os assuntos para realizar a elaboração do referencial teórico deste respectivo trabalho, os temas em questão foram buscados na sua maioria em artigos online.

Seguiu-se, então para a criação do roteiro de entrevista, composto por perguntas abertas, a fim de identificar a percepção dos entrevistados. O público desta entrevista são homens e mulheres, a partir de 18 anos, divididos em dois grupos, os agricultores e/ou feirantes que participam da feira livre, e os buscadores, que frequentam e consomem da feira e os que buscam também produtos dos supermercados. Nesta mesma etapa, foi elaborado também o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), termo esse apresentado no ato da entrevista, sendo responsável por garantir a integridade do entrevistado, informar a respeito da pesquisa, como os objetivos, importância e prováveis contribuições, assim como garantir que o entrevistado não sofrerá nenhum dano moral e que o mesmo poderia desistir da entrevista a qualquer momento.

Para a execução da entrevista com os agricultores que participam da feira livre, foi realizado, primeiramente, o processo de observação para reconhecimento e também familiarização com o local. A aplicação da entrevista ocorreu a partir das 04:00 horas da manhã nos dias 05, 12, e 19 do mês de dezembro do ano de 2020, respectivos aos sábados, onde ocorre a feira livre. A entrevista foi aplicada com 14

pessoas, dentre elas agricultores, e feirantes. O número de entrevistados foi condicionado ao número de feirantes e agricultores que participavam da feira

Para realização da entrevista com os consumidores, foi confeccionado um formulário através do GoogleForms, e encaminhado, através da rede social “Whatsapp”, para diversas pessoas residentes da cidade, com o objetivo de atingir o montante de, pelo menos, 50 entrevistados. Fez-se o uso dessa opção em virtude do agravamento de casos do Covid-19 no município, uma vez que toda a pesquisa foi realizada neste período pandemia.

3.4 Coleta e Análise de Dados

A coleta de dados desta pesquisa, se deu através das entrevistas, realizadas com agricultores, feirantes e consumidores, como já mencionado anteriormente. As entrevistas são responsáveis pela obtenção dos dados necessários para a discussão deste trabalho, assim com a ajuda da pesquisa bibliográfica, para ser possível traçar uma linha de pensamento e chegar ao objetivo final da pesquisa, conseguindo entender os posicionamentos e a compreensão da população consumidora sobre produtos orgânicos, e dos feirantes e agricultores, sobre a produção orgânica e seus aparatos legais.

Para apresentar as respostas coletadas, foram utilizados quadros para cada pergunta em específico, onde na segunda etapa dos resultados, optou-se por fazer um agrupamento das respostas similares, para assim diminuir o tamanho do quadro proporcionando uma melhor leitura e entendimento ao analisar esta pesquisa.

Para analisar os dados coletados foi utilizado a análise do discurso, segundo Schiavini e Garrido (2018 p. 8) “a análise de discurso consiste numa técnica de análise que explora as relações entre discurso e realidade.” Assim, o discurso e a linguagem utilizada pelos entrevistados foi analisada conforme o conhecimento dentro da temática desta pesquisa. Os autores complementam, ainda, ao falar da “importância da análise do discurso dentro do campo das ciências sociais, devido ao seu caráter interdisciplinar e à sua complementaridade com a linguística, além de estar associada à relevância dos discursos em qualquer prática humana.”

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 Caracterização da feira livre de Caraúbas-RN: produção e comercialização

A cidade de Caraúbas conta com alguns locais onde se pode encontrar verduras, legumes e frutas, como nos supermercados, mercantis, hortifrutis e também na feira livre do município. Em sua maioria, são apenas produtos convencionais, que contêm insumos químicos. Já em relação aos produtos orgânicos, é possível encontrá-los em algumas sessões nos supermercados e também na feira livre do município.

A pesquisa de campo concentrou-se, inicialmente, na feira livre do município com o objetivo de identificar o meio de produção e também identificar o entendimento que os agricultores e feirantes apresentam acerca da produção orgânica, como o conhecimento sobre seus parâmetros legais.

A feira possui, aproximadamente, 25 bancas, porém, esse número pode variar a cada sábado. Cada banca possui, um, dois, ou até três agricultores (as) ou feirantes. Nesta primeira etapa da discussão, apresentam-se os dados coletados junto os agricultores/feirantes da feira livre, onde serão citados como “entrevistado” seguido do número ao qual corresponde para não haver controvérsias. O público alvo, agricultores/feirantes são descritos a partir das seguintes características: 10 são do sexo masculino e apenas 4 são do sexo feminino, a faixa etária dos participantes varia de 21 a 57 anos.

Para melhor visualização e compreensão, optou-se pela apresentação dos resultados na forma de quadros, seguidos da discussão.

Os feirantes foram caracterizados segundo as atividades que desenvolvem, a fim de identificar-se a importância econômica que a comercialização dos produtos na feira livre apresenta dentro do contexto da agricultura familiar.

Quadro 1. Atividades desenvolvidas pelos feirantes que atuam na feira livre do município de Caraúbas, RN

PROFISSÃO:	
Entrevistado	Resposta
1	Comerciante
2	Agricultor
3	Agricultor
4	Agricultor
5	Agricultor
6	Agricultora, Estudante
7	Agricultora, feirante
8	Agricultora
9	Agricultor
10	Agricultora
11	Agricultor
12	Agricultor
13	Agricultor
14	Autônomo

Fonte: elaborado pela autora

Pode-se verificar que, em exceção dos entrevistados 1 que se declarou comerciante e o entrevistado 14 que se declarou autônomo, todos os outros entrevistados declararam-se agricultores, onde exercem o papel de produtores e comerciantes. Isso reflete a importância da produção familiar e orgânica que, além de garantir o fornecimento de alimentos de qualidade, também é a principal fonte de renda de várias famílias.

Assim como na pesquisa de Silveira (2020), os resultados são semelhantes no que se refere a renda dos entrevistados desta pesquisa, pois,

[...] apenas quatro dos quinze produtores entrevistados possuem outra fonte de renda, logo, a maior parte destes usufrui unicamente da agricultura para geração de receitas, ou seja, contam somente com as atividades do campo como fonte de sustento. (não paginado)

Fossa, Ternus e Badalotti (2020, p. 129) mostra em sua pesquisa, que a feira livre e a agricultura familiar são os principais meios de obtenção de renda dos entrevistados, dessa forma,

[...] ressaltam a importância e a relevância que a participação na feira assume para a garantia do sustento familiar e que a ampliação desses espaços possibilitaria a um maior número de agricultores o acesso à renda ou sua complementação.

Dos 14 entrevistados, 9 deles responderam que apresentam de nenhum a pouco conhecimento sobre o que é Agroecologia, restando 9 deles que afirmaram possuir conhecimento sobre essa temática. Mesmo neste último caso, não foi proferido, por parte dos entrevistados, nenhum comentário que permitisse uma “afirmação” sobre que conhecimento estes apresentavam.

Quadro 2. Conhecimento dos feirantes sobre a temática da Agroecologia

VOCÊ TEM CONHECIMENTO SOBRE O QUE É AGROECOLOGIA?	
Entrevistado	Resposta
1	Pouco conhecimento
2	Tem conhecimento
3	Mais ou menos
4	Tem conhecimento
5	Tem conhecimento
6	Não tem conhecimento
7	Não tem conhecimento
8	Mais ou menos
9	Não tem conhecimento
10	Tem conhecimento
11	Pouco conhecimento
12	Mais ou menos
13	Tem conhecimento
14	Não tem conhecimento

Fonte: elaborado pela autora

Uma das possibilidades elencadas a partir das respostas é que existe uma limitação no que se refere aos conceitos da Agroecologia enquanto uma disciplina, uma ciência, uma vez que é possível que muitos deles adotem a Agroecologia como um modo de vida ou de produção, e não tenham entendimento, justamente pela limitação de conhecimento que por sua vez pode refletir no grau de escolaridade de cada entrevistado. Para Lourenço (2020) a construção do conhecimento na agroecologia se dá a partir das,

[...] práticas produtivas cotidianas, sendo reconstruídas e transmitidas historicamente. [...] o conhecimento alimenta as práticas que, por sua vez, retroalimenta o conhecimento. Por isso a necessidade de compreendê-los em sua totalidade e interconexões. (não paginado)

A vivência é o principal modo de aprender o que é agroecologia, porém, sua conceituação inicial é necessária. A falta desse conhecimento deixa os entrevistados

propícios e cada vez mais próximos da agricultura convencional, por ser mais vista e comentada.

Quando perguntados sobre o que é um produto orgânico, todos os entrevistados responderam que possui conhecimento. Nas falas dos entrevistados percebemos ligeiramente que os mesmos remetem a palavra orgânico à não utilização de agrotóxicos ou até mesmo ao não uso de veneno como costumam falar.

Quadro 3. Conhecimento dos feirantes em relação a um produto orgânico

VOCÊ TEM CONHECIMENTO SOBRE O QUE É UM PRODUTO ORGÂNICO?	
Entrevistado	Resposta
1	"Produto que não vai o veneno"
2	"Produto orgânico é aquele natural que é produzido sem agrotóxico, só com adubo orgânico"
3	Tem conhecimento
4	Tem conhecimento
5	Tem conhecimento
6	"Aquele que não tem agrotóxico"
7	Tem conhecimento
8	"Tenho, assim aonde eles produz a gente sabe que não tem o veneno"
9	Tem conhecimento
10	"Trabalho com ele"
11	Tem conhecimento
12	"Produto sem produto químico que a gente possa trabalhar com ele desde o início não fazendo as queimadas, tendo um produto bem, organizadozinho pra poder ficar orgânico"
13	Tem conhecimento
14	Tem conhecimento

Fonte: elaborado pela autora

De fato, um produto orgânico não deve conter nenhum tipo de insumo químico. A Lei nº 10.831 de dezembro de 2003, existe, com o intuito de descrever como esse modo de produção deve ser seguido, para assim poder ser nomeado de produto orgânico. No art. 2º desta respectiva lei, consta que o produto orgânico é todo aquele produto da agricultura orgânica, seja ele natural ou processado, tendo sido obtido em um sistema de produção orgânica. (BRASIL,2003). Ou seja, o produto orgânico deve atender a legislação desde a sua produção, até o momento final, onde será na comercialização do produto, para a comercialização a lei exige que a produção seja certificada e ainda possua o selo de garantia e qualidade.

Na feira livre do município, são comercializados produtos orgânicos e convencionais, o questionamento feito para os agricultores e feirantes, é saber se ambos comercializam apenas um, ou os dois tipos de produtos.

Quadro 4. Produtos comercializados na feira livre

OS PRODUTOS QUE VOCÊ VENDE E/OU COMERCIALIZA SÃO TODOS ORGÂNICOS OU HÁ PRODUTOS CONVENCIONAIS?	
Entrevistado	Resposta
1	Convencional, comprado em empresas
2	Convencional
3	"Trabalhava só com orgânico, aí hoje o orgânico da gente parou porque lá a gente faltou água aí pra não parar a gente começou a trabalhar com o convencional. Mas ainda produzo.
4	Convencional
5	Convencional e orgânico
6	Convencional e orgânico
7	Convencional
8	Convencional
9	Convencional e orgânico
10	Orgânico
11	Orgânico
12	"São todos trabalhado de forma agroecológica"
13	Orgânico
14	Convencional e orgânico

Fonte: elaborado pela autora

Em relação a comercialização dos produtos na feira, apenas 3 trabalham só com o produto orgânico, 5 disseram trabalhar com produto orgânico e convencional e os outros 5 trabalham apenas com o produto convencional, o entrevistado 12 disse trabalhar com produtos agroecológicos. De acordo com o relato do entrevistado 3, antes ele trabalhava apenas com o produto orgânico, porém, começou a ter dificuldades em relação a água na plantação, o que dificultou e diminuiu sua produção e para não parar as vendas iniciou também a venda do produto convencional, apenas comprando de empresas e vendendo na feira. (Figura 4)

Figura 4 - Banca verde do entrevistado 3



Fonte: Captura feita pela própria autora.

A comercialização do produto convencional se mostra em maior número pela sua facilidade, tanto na compra, como na revenda. Uma vez que muitos feirantes não são agricultores, e não possuem terras para produção. Pode-se analisar como exemplo a resposta do entrevistado 3, por conta da dificuldade que enfrentou, com a diminuição da sua produção sem agrotóxicos, recorreu facilmente aos produtos convencionais, para garantir que sua venda não caísse.

Em relação aos que produzem e comercializam produtos orgânicos, é de interesse saber quais os mecanismos os entrevistados utilizam para garantir a qualidade dos produtos aos buscadores.

Quadro 5. Mecanismos empregados na garantia de qualidade dos produtos orgânicos

CASO HAJA PRODUTOS ORGÂNICOS, QUAIS OS MECANISMOS VOCÊ EMPREGA PARA GARANTIR A QUALIDADE DOS PRODUTOS ORGÂNICOS PARA OS CONSUMIDORES?	
Entrevistado	Resposta
1	Não se aplica
2	"Planto pouco no sitio, mas não vendo na feira"
3	"Possuo certificado do Ministério da agricultura"
4	Não se aplica
5	Não se aplica
6	"Não uso agrotóxico"
7	Não se aplica
8	"Eu não uso nenhum produto que deixe a mercadoria ruim"
9	"La da gente é a manga, banana, macaxeira tudo é orgânico"
10	"Não tenho certificação, é isso que nós estamos precisando faz tempo pra garantir mais ainda"
11	"Não uso agrotóxico, mas não tenho certificação"
12	"A gente não usa adubo químico, nenhum tipo de insumo químico, zelar bem do produto, que é pra atrair o cliente"
13	"Não utilizo agrotóxico"
14	Não se aplica

Fonte: elaborado pela autora

Ao serem perguntados quais os mecanismos empregados para garantir a qualidade do produto ao cliente, no quadro 5 podemos ver que algumas respostas são um pouco similares, como a não utilização de agrotóxicos, porém, não possuem nenhum certificado de garantia, a não ser o entrevistado 3, que diz possuir certificado de produção de orgânico pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA). Os outros entrevistados entendem que para comprovar a garantia e qualidade de um produto de forma orgânica, é necessário possuir a certificação.

Para comprovar a qualidade do produto como também o fato do mesmo ser orgânico é necessário possuir um selo de identificação, para isso, é obrigatório uma avaliação de conformidade, onde a mesma irá assegurar ao buscador a qualidade e segurança do produto. De acordo com Lage, Assis e Aquino (2020),

A avaliação da conformidade de produtos orgânicos assegura ao consumidor que determinado produto, processo ou serviço deve obedecer às normas e práticas da produção orgânica que, no Brasil, é regulamentado pelo Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica (SisOrg) [...]. (p. 5)

No quadro 5, também observamos que alguns dos entrevistados são agricultores e produzem em sua propriedade, no entanto não comercializam os produtos, sendo apenas para consumo próprio, logo não relacionados ao processo de identificação de qualidade.

Uma vez que é necessária a identificação de qualidade e garantia de um produto, os produtores devem conhecer a legislação da produção orgânica, para assim, entender, quais as exigências impostas na produção.

Quadro 6. Conhecimento dos entrevistados em relação as exigências da legislação quanto a produção orgânica

VOCÊ CONHECE QUAIS SÃO AS EXIGÊNCIAS DA LEGISLAÇÃO QUANTO À PRODUÇÃO DE ORGÂNICOS?	
Entrevistado	Resposta
1	"O meu conhecimento é muito raso sabe, porque eu sei que o produto, todos os produtos seria bom que fosse orgânico, mas hoje precisa-se colocar infelizmente esses inseticidas ai pra que ela sobreviva por causa da praga"
2	Não tem conhecimento
3	"Rapaz, são muitas, uma delas por exemplo é que ao redor da gente 3km não pode ter produtor que produz com veneno. Outra, é a semente que é bom o caba produzir a própria semente"
4	Não tem conhecimento
5	"Tenho, o pessoal não usa insumo químico, agrotóxicos"
6	Não tem conhecimento
7	Não tem conhecimento
8	Não tem conhecimento
9	Não tem conhecimento
10	Não tem conhecimento
11	Não tem conhecimento
12	Não tem conhecimento
13	Tem conhecimento
14	Pouco conhecimento

Fonte: elaborado pela autora

A fim de entender o conhecimento dos entrevistados sobre as legislações necessárias para a produção de orgânicos, 9 dos 14 entrevistados disseram não possuir nenhum conhecimento sobre esse assunto, o entrevistado 13 disse ter conhecimento, mas não comentou sobre o assunto, e o entrevistado 14 comentou que possui pouco conhecimento, porém, também não comentou.

Apenas 3 discorreram um pouco sobre a pergunta, na fala do entrevistado 1 ele diz que o conhecimento sobre o assunto é raso, nitidamente podemos perceber que existe um pensamento enraizado de que a produção só irá sobreviver se nela

utilizarem insumos químicos, apesar do mesmo achar que todos os produtos devem ser orgânicos. O entrevistado 3 comentou bem sobre algumas características necessárias dentro de uma produção de orgânicos, como utilizar as sementes de um banco de sementes orgânicas, como também preservar o distanciamento de uma produção convencional para a produção orgânica, assim não haverá risco de contaminação dentro da propriedade.

Essas características são responsabilidade do MAPA, assim como consta no art. 9º da Lei nº 10.831 de dezembro de 2003 (BRASIL, 2003),

Art. 9º Caberá ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, de forma isolada ou em conjunto com outros Ministérios, o estabelecimento de normas técnicas para a obtenção do produto orgânico.

Para um produtor possuir uma produção orgânica o mesmo deve atender as várias exigências nas quais a legislação submete, algumas delas seriam, respeitar a tradição e a cultura do local; a área deve passar por uma conversão, até que a mesma esteja adepta para o manejo da produção orgânica, e várias outras características, que como já mencionado são responsabilidade do MAPA. (BRASIL, 2003).

Manter a distância de uma produção convencional para uma produção orgânica é importante para não afetar negativamente com a produção através dos insumos químicos, desse modo, o quadro a seguir mostra que essa separação não se aplica.

Quadro 7. Separação da produção convencional e orgânica

CASO SEJA PRODUTOR, EXISTE UMA SEPARAÇÃO ENTRE A PRODUÇÃO CONVENCIONAL E ORGÂNICA?	
Entrevistado	Resposta
1	Não se aplica
2	Não se aplica
3	Não se aplica
4	Não se aplica
5	Não se aplica
6	Não se aplica
7	Não se aplica
8	Não se aplica
9	"Uso insumo químico só quando é para feijão"
10	Não se aplica
11	Não se aplica
12	Não se aplica
13	Não se aplica
14	Não se aplica

Fonte: elaborado pela autora

Neste quadro, apenas um entrevistado disse utilizar insumo químico, no plantio do feijão, o mesmo em outra pergunta da entrevista, que podemos analisar no quadro 14, disse produzir outros produtos como manga, batata, macaxeira e banana. Todos os outros entrevistados possuem a descrição não se aplica, por dois motivos, alguns são os entrevistados que não utilizam nenhum tipo de insumo químico na produção, e outros não realizam plantio na propriedade, apenas compram mercadoria convencional, vinda de outros municípios para comercializar.

De certo modo, o entrevistado não mencionou se faz algum tipo de separação na sua produção. O motivo de importância dessa separação é justamente para o insumo químico não afetar as outras plantações, uma vez que a ação descarta a possibilidade de todos os outros produtos serem orgânicos.

Um produtor pode ainda em sua área realizar a produção paralela, dos produtos orgânico e convencional, porém, respeitando a separação de um para o outro, assim como está descrito no parágrafo primeiro do Art.7 do Decreto nº 6.323, de 27 de dezembro de 2007 (BRASIL, 2007),

§ 1º Nas áreas e estabelecimentos em que ocorra a produção paralela, os produtos orgânicos deverão estar claramente separados dos produtos não orgânicos e será requerida descrição do processo de produção, do processamento e do armazenamento.

A partir desse quadro, é importante saber quais as práticas que são utilizadas dentro da área do produtor em relação ao manejo da fertilidade do solo.

Quadro 8. Práticas empregadas para o manejo da fertilidade do solo

QUAIS AS PRÁTICAS EMPREGADAS PARA O MANEJO DA FERTILIDADE DO SOLO?	
Entrevistado	Resposta
1	Não se aplica
2	"Para o manejo do solo eu só faço cortar mesmo, passo o trator"
3	"A gente faz muito composto, compostagem"
4	"Esterco de criação"
5	"A gente bota bastante água nesse período pra produzir bem"
6	"Sombrito"
7	Não se aplica
8	Não se aplica
9	Não se aplica
10	"Estrume de gado"
11	"Esterco, pra nutrição do solo"
12	"Fazendo cobertura morta, não usando químico também, que vai prejudicar o solo"
13	"Nós maneja muito a rotação de culturas, e no preparo do solo a gente usa muito esterco de gado ou criação"
14	Não se aplica

Fonte: elaborado pela autora

A fim de entender melhor sobre as práticas dentro da produção, foi perguntado inicialmente como se dava a questão do manejo do solo, podemos ver no quadro que aqueles que produzem nas propriedades utilizam técnicas seguras e livres de qualquer indicio de insumo químico, a prática mais citada foi a utilização de esterco de gado ou criação, que geralmente são os mais utilizados, segundo Alcântara e Madeira (2008, p. 4) "os estercos animais são material orgânico de fácil decomposição e, por isso, são decompostos rapidamente[...]" frisam ainda que "[...] seu principal benefício é o suprimento de nutrientes às culturas [...]".

Foi citada outra prática muito comum como a compostagem, que segundo Alcântara e Madeira (2008, p. 5) "é uma maneira mais eficiente de se utilizar os estercos e também o material volumoso (capins, resíduos vegetais)." Como também a cobertura morta, que ainda para Alcântara e Madeira (2008, p. 5) é "a palhada disposta sobre o solo para a realização do plantio direto ou do cultivo mínimo."

Outra prática muito interessante que foi citada para o manejo do solo dentro da produção foi a rotação de culturas. Para Silva *et al.* (2020, p. 85653) “esta técnica proporciona aumento na fertilidade no solo, diminuição de pragas e ervas daninhas e aumento da produtividade no plantio.” Percebe-se que esta prática entre todas as mencionadas, seria a mais benéfica para garantir um bom manejo do solo, de forma sustentável, e que garante também outros problemas na produção.

Um bom manejo do solo, reflete tanto na nutrição do solo, como também na oferta de qualidade a quem busca os produtos, uma vez que não há a utilização de insumo químico, significando então que não irá comprometer as plantações, nem mesmo a saúde, do agricultor e do consumidor.

Assim como o manejo do solo, saber quais as práticas utilizadas no manejo das plantas espontâneas são de suma importância, pois, alguns produtores podem utilizar insumos químicos na produção e diminuir a qualidade do produto.

Quadro 9. Práticas empregadas para o manejo das plantas espontâneas

QUAIS AS PRÁTICAS EMPREGADAS PARA O MANEJO DAS PLANTAS ESPONTÂNEAS?	
Entrevistado	Resposta
1	Não se aplica
2	Arrancar
3	"Arrancar com as mãos mesmo"
4	"Queima, pra não sair mais"
5	"Usa produto pra matar"
6	"Às vezes nós arranca"
7	Não se aplica
8	Não se aplica
9	Não se aplica
10	"Eu elimino ela e deixo dentro do projeto mesmo, porque já serve também de adubo, a gente não faz queimada"
11	"A gente espera um certo período, a gente vai arranca, e bota no esterco"
12	"Procurar cortar, não queimar"
13	"Geralmente a gente faz capina, limpa"
14	Não se aplica

Fonte: elaborado pela autora

Já as práticas utilizadas para o manejo das plantas espontâneas que aparecem nas propriedades dos entrevistados, pela análise das respostas percebemos que em sua maioria o corte manual das plantas espontâneas, é prática mais utilizada, segundo Carvalho (2013, pág. 65) essa prática é conhecida como

monda, “a monda é uma prática de controle de rendimento muito baixo, viável apenas para áreas muito pequenas e restritas [...]”. Com essa informação, podemos, então, ter noção de que as áreas dos agricultores que utilizam dessa prática são áreas pequenas.

O entrevistado 4 comentou que faz a queimada dessas plantas, porém, para Constantin (2011, p. 71) “a utilização de queimadas é o principal meio de controle pelo fogo, mas, devido aos seus efeitos nocivos sobre o solo, ambiente e eliminação de animais só em ocasiões muito particulares poderia ser recomendada.” Percebe-se através das palavras de Constantin, que, a prática da queimada como manejo das plantas espontâneas provoca danos no solo, como também no ambiente da produção, logo não sendo recomendado em todos os casos.

E o entrevistado 5 disse utilizar herbicidas para eliminar essas plantas, essa prática pode afetar diretamente a plantação e contaminar tanto o solo como também a produção. Os entrevistados 10 e 11 complementaram ainda, que acrescentam as plantas retiradas no esterco, que servirá de adubo para as plantações.

Diante essas práticas utilizadas, é interessante ainda, entender sobre as práticas utilizadas nas produções referente ao controle de insetos, se são utilizados insumos químicos, ou técnicas naturais.

Quadro 10. Práticas empregadas para o controle de insetos

QUAIS AS PRÁTICAS EMPREGADAS PARA O CONTROLE DE INSETOS?	
Entrevistado	Resposta
1	Não se aplica
2	Uso inseticidas
3	"Os defensivos que nós usa lá é extrato de angico, biofertilizante, agua de nim, lá quase nem uso, agua de vidro"
4	"Às vezes usa fertilizante porque as vezes bota esse orgânico e não dá certo, não chega a matar, uns dá certo e outros não"
5	"Tem que ter um inseticida né, tem que ter o veneno"
6	"Nunca apareceu"
7	Não se aplica
8	Não se aplica
9	Não se aplica
10	"Eu faço da água de nim, do xixi da vaca, e tem também o biofertilizante, que é muito importante"
11	"A gente usa urina de gado"
12	"A gente usa o extrato de uns produtos naturais, tentando controlar quando vem chegando um inseto a gente vai, por exemplo no tomate, na hora que chega um inseto a gente vai colhendo aqueles que vai sendo atacado e vai tirando pra fora fazendo uma maneira deles não aumentar na plantação"
13	"A gente faz geralmente as caudas, a gente usa muito, por exemplo, detergente com limão, as vezes a gente faz o querobão que é água querosene e sabão"
14	Não se aplica

Fonte: elaborado pela autora

Sobre as práticas usadas para o controle de insetos, os entrevistados 2, 4, e 5 disseram utilizar insumos químicos inorgânicos, com a justificativa de que se usar algo orgânico não vai funcionar. Infelizmente, este é um pensamento que está enraizado em muitos agricultores, os danos que esses insumos podem trazer tanto para a produção como para a saúde do agricultor são completamente ignorados.

Já os entrevistados 3, 10 e 11 utilizam técnicas naturais, como extrato de angico, urina de gado, ou até mesmo água de nim. Já o entrevistado 13, usa algumas técnicas onde se utiliza produtos de limpeza assim como citado por ele, detergente com limão ou o querobão que é composto por água, querosene e sabão.

Sabendo das práticas de manejo da produção de cada produtor, percebemos que alguns utilizam insumos químicos, no quadro a seguir veremos quais desses insumos estão presentes nas produções.

Quadro 11. Utilização de recursos na propriedade, da própria área ou produtos de fora

VOCÊ FAZ USO DOS RECURSOS QUE ENCONTRA DENTRO DA SUA PRÓPRIA ÁREA OU HÁ AQUISIÇÃO DE PRODUTOS DE FORA? E CASO POSITIVO PARA A ÚLTIMA PERGUNTA, QUAIS OS PRINCIPAIS?	
Entrevistado	Resposta
1	Não se aplica
2	Não respondeu
3	"A gente utiliza o de lá mesmo"
4	"Fertilizante, uréia"
5	"A gente usa o connect, abamex"
6	"Usa de lá mesmo, compra só o sombrite"
7	Não se aplica
8	Não se aplica
9	"Uso de lá. De fora só o insumo químico que uso no feijão"
10	"Sim, uso tudo da minha propriedade"
11	"Uso da minha propriedade"
12	"Uso da minha produção"
13	"Sim. Por enquanto a gente não ta usando inseticida"
14	Não se aplica

Fonte: elaborado pela autora

Neste quadro veremos as respostas dos entrevistados em relação a utilização dos recursos, se são de sua própria área ou se eles são comprados. 6 dos 14 entrevistados responderam utilizar os recursos de sua própria área para garantir o manejo seguro da produção, assim podemos confirmar ao analisar os 3 quadros anteriores 8, 9 e 10. Sobre aqueles que compram os recursos, que na sua maioria são insumos químicos convencionais estão os entrevistados 4, 5 e 9, utilizam a uréia, fertilizante voltado para a adubação de plantas, connect e abamex, inseticidas utilizados para o controle de pragas.

A utilização de agrotóxicos traz muitos malefícios para saúde humana e do meio ambiente. Pupim (2020) comenta que os agrotóxicos causam muitos danos, além de somente uma intoxicação,

A intoxicação, contudo, não é o único dano à saúde dos trabalhadores rurais, ocasionado pela utilização de agrotóxicos. Estudos apontam que diversas doenças, muitas delas graves, podem decorrer da exposição prolongada a essas substâncias. (p. 31)

Desse modo, compreende-se que utilizar qualquer tipo de agrotóxico, pode provocar sérios danos à saúde, de imediato ou ao longo do tempo. Buscar medidas

naturais para o manejo dentro da produção é a maneira mais segura para obter uma produção de qualidade, meio ambiente preservado e saúde garantida.

Quadro 12. Conhecimento dos entrevistados sobre a Biodiversidade

O QUE VOCÊ ENTENDE POR BIODIVERSIDADE?	
Entrevistado	Resposta
1	Pouco conhecimento
2	Não tem conhecimento
3	"Biodiversidade no conjunto é os animais né, que a gente não pode ta destruindo animais, é as aves que veve lá na região né, e pra evitar deles comer nossas coisas usa tela lá na área ao redor dela"
4	Não tem conhecimento
5	Não tem conhecimento
6	Não tem conhecimento
7	Não tem conhecimento
8	Não tem conhecimento
9	Não tem conhecimento
10	Não tem conhecimento
11	Não tem conhecimento
12	Não tem conhecimento
13	"Bio é vida né, e a diversidade, é a diversidade da vida como um todo"
14	Não tem conhecimento

Fonte: elaborado pela autora

Com o intuito de entender o conhecimento dos entrevistados em relação a biodiversidade, foi perguntado aos entrevistados o que entendiam sobre a temática, 11 dos entrevistados disseram não ter conhecimento sobre o assunto. O entrevistado 1 disse ter um pouco de conhecimento, mas não quis comentar sobre. O entrevistado 3, comentou um pouco sobre seu conhecimento que de forma indireta percebemos que ele fala que a biodiversidade se trata tanto dos animais, como também da preservação dos mesmos em cima do exemplo citado por ele. Já o Entrevistado 14 comentou sobre seu conhecimento dizendo que a palavra Bio se retrata a vida, e a diversidade é a diversidade da vida.

Para a Convenção sobre Diversidade Biológica (CDB), biodiversidade ou mesmo diversidade biológica, se refere,

a variabilidade de organismos vivos de todas as origens, compreendendo, dentre outros, os ecossistemas terrestres, marinhos e outros ecossistemas aquáticos e os complexos ecológicos de que fazem parte; compreendendo ainda a diversidade dentro de espécies, entre espécies e de ecossistemas. (2000, p. 9)

Logo, relacionamos o seu conceito com as respostas do entrevistado 14, no qual comenta que biodiversidade é a diversidade da vida, possui uma visão correta sobre o assunto, uma vez que se refere a todos os organismos vivos e de todas as origens.

O cultivo de culturas nem sempre é fácil e descomplicado, então, buscamos saber qual o principal gargalo encontrado na produção de cada entrevistado que possui área para cultivo.

Quadro 13. Principal gargalo dentro da produção

O QUE VOCÊ CONSIDERA COMO PRINCIPAL GARGALO DENTRO DA SUA PRODUÇÃO?	
Entrevistado	Resposta
1	Não se aplica
2	"É a questão de quando vai plantar é do corte de terra né, a gente nunca planta no tempo certo, a dificuldade maior que a gente tem na roça é essa"
3	"Assistência técnica de qualidade que a gente não tem ne, por mais que você hoje tenha uma assistência técnica, ela não tem constância, se ela vem hoje ela passa de 4 a 5 meses pra poder vir na sua área, as vezes tem dificuldade pra entrar em contato, a internet tá aí em todo canto, mas a dificuldade pra falar com eles é demais"
4	"A dificuldade é falta de ajuda do banco"
5	"É as energias muito cara, a gente sem ter apoio de ninguém, é difícil, tudo muito caro"
6	"Às vezes dá um pouco trabalho, como não uso químico aí não cresce tão rápido"
7	Não se aplica
8	Não se aplica
9	"Teve uns pé de mangueira que tava morrendo lá, mas não tinha como combater, era uma doença que ela secava e morria"
10	"Ajuda que a gente não tem, ajuda dos órgãos públicos"
11	"Quando falta água"
12	"As água, não são de qualidade pra gente produzir, quando termina o inverno a agua fica muito ruim pra gente produzir"
13	"Maior dificuldade que a gente encontra hoje desde o princípio que é, falta de interesse público e privado, pra com relação com a gente, segundo, tudo que a gente faz é caro demais, a mão de obra é caro, a gente que faz, mas se torna caro, no final das contas se torna caro, outra coisa que influencia que mais prejudica a gente é a questão de você ter a mercadoria mas não ter a quem você vender"
14	Não se aplica

Fonte: elaborado pela autora

Neste quadro, tivemos uma diversidade de respostas ao serem perguntados sobre os principais gargalos enfrentados dentro da produção. O entrevistado 2 declarou que a maior dificuldade dentro da sua produção é questão do corte de terra, onde muitas vezes demora, o que acaba atrasando o plantio. O entrevistado 3, disse que sua maior dificuldade é a falta de assistência técnica tanto no quesito de visita a área que é demorada como também na questão de contato com a assistência, e que mesmo com a facilidade da internet hoje ainda se torna difícil

contatar a mesma. Alguns dos entrevistados, como o 4, 5, 10 e 13, disseram que a falta de ajuda ou de interesse público ou privado dificulta muito no meio de produção. Já o entrevistado 6 disse, que a maior dificuldade é não utilizar insumo químico, e isso acaba dificultando o crescimento rápido da produção. E o entrevistado 12 respondeu que sua maior dificuldade dentro da propriedade é a falta de água de qualidade quando acaba o inverno.

A falta de interesse público e/ou privado com os agricultores, notavelmente é a maior dificuldade enfrentada entre eles. Isso acaba se tornando na verdade um grande desafio, pois sabemos que na agricultura familiar é necessária uma atenção, um investimento para contribuir com o fortalecimento e também na sua produção.

A feira livre é um local que existe muita variedade, principalmente de frutas, verduras, e legumes, desse modo, o quadro a seguir contempla a diversidade de produtos que os agricultores e feirantes comercializam.

Quadro 14. Produtos que são comercializados na feira livre

QUAIS PRODUTOS VOCÊ COMERCIALIZA?	
Entrevistado	Resposta
1	"Eu trabalho com queijo, manteiga da terra, queijo coalho, alho, banana, cebola, batata"
2	"Hoje mesmo eu trago melancia, melão que eu compro lá na empresa, cebola, coco, limão"
3	"Eu tenho banana, mamão, acerola, maracujá, graviola, goiaba, laranja, tomate cereja, alface, cheiro verde, beterraba cenoura"
4	"Banana, feijão, maçã, tomate, batatinha, alho, maracujá, manga, mamão, cenoura, melão pimentão, goiaba"
5	"Banana, batata, cebola, goiaba, pimentão pimentinha, tomate, abacaxi"
6	"A banana, a melancia, melão, acerola, melão pepino"
7	"Cebola, abacaxi, cenoura, laranja, batatinha, maracujá, maçã, banana, goiaba, uva, tangerina, batata doce, mamão"
8	"Cebola, cheiro verde, banana"
9	"Manga, banana, macaxeira, batata"
10	"Cebolinha, couve, alface, rúcula, salsinha, pimentão, quiabo, pimenta de cheiro, tomate cereja. Faço doce de mamão com coco, faço lambedor caseiro, faço mel de cupim"
11	"Couve, berinjela, tem o cheiro verde, tem a cebolinha, pimentão, romã, alface, tem um bocado de diversidade"
12	"Aqui eu tenho a tomate cereja, couve, cebolinha, alface, coentro, pimentão, pimenta de cheiro"
13	"Aqui eu tenho a batata, tem o mamão, cheiro verde, melão, banana, manga, cenoura, tomate"
14	"Maracujá, beterraba, cebola, cenoura, abacaxi, tomate"

Fonte: elaborado pela autora

Neste quadro podemos observar que os entrevistados comercializam uma grande diversidade de frutas, legumes e hortaliças (Figura 5). O entrevistado 1

respondeu ainda comercializar produtos como, queijo coalho, e manteiga da terra. O entrevistado 10, também comercializa alguns produtos artesanais com derivados da sua própria produção, como o doce de mamão com coco, lambedor caseiro, mel de cupim, produtos com finalidade medicinal (Figura 6), possuem grande valor para sociedade que acredita e confia na medicina natural através desses produtos.

Figura 5 - Frutas, legumes e verduras da feira livre



Fonte: Captura feita pela própria autora.

Figura 6 - Produtos de cunho medicinal



Fonte: Captura feita pela própria autora.

Diante este quadro, podemos analisar que aqueles que são agricultores cultivam diferentes culturas em sua propriedade, o que fica claro que a policultura está presente na área desse agricultor. A policultura como já mencionado anteriormente, refere-se ao cultivo de várias culturas numa mesma área.

A maioria dos entrevistados, vivem exclusivamente da agricultura, e da comercialização dos produtos. Desse modo, buscamos saber quais os canais de venda cada agricultor/feirante utiliza até chegar aos buscadores.

Quadro 15. Canais de venda e distribuição dos produtos

QUAIS CANAIS DE VENDA E DISTRIBUIÇÃO VOCÊ UTILIZA PARA CHEGAR ATÉ O CONSUMIDOR FINAL?	
Entrevistado	Resposta
1	"Eu trabalho nas cidades, com cebola em grosso nos comércios"
2	"Eu vendo aqui (feira livre) e lá no sitio eu vendo também, e em Governador"
3	"Vendo aqui (feira livre), e de porta em porta"
4	"Vendo aqui (feira livre), e amanhã vendo no sitio Mariana"
5	"Vendo em Severiano Melo, Rodolfo Fernandes"
6	"Feira livre"
7	"Ele vende no sitio, e eu vendo em casa também, eu faço entrega também"
8	"Vendo em casa também"
9	"Vendo em Apodi, lá eu entrego nos comércios"
10	"Vendo também na comunidade"
11	"Vendo aqui na feira e um pouco no sitio"
12	"Vendo aqui na feira e também vendo de porta em porta"
13	"Vendo só aqui"
14	"Vendo só aqui"

Fonte: elaborado pela autora

Com o intuito de identificar qual o principal meio onde os entrevistados chegam ao consumidor final, percebemos que apenas os entrevistados 6,13 e 14 comercializam apenas na feira livre do município. Já os outros, além de vender na feira livre, realizam a comercialização em outros locais, como nas comunidades onde residem, ou de porta em porta, até mesmo inovando, fazendo entregas nas casas, e também tem aqueles que comercializam em outras cidades como mostra o quadro em relação aos entrevistados 1, 2, 5 e 9.

Ao analisar este quadro com o quadro 4 onde refere-se ao tipo de produto que se comercializa na feira, percebe-se que ambos comercializam produtos convencionais. Logo, seria uma resposta para essa ação. Pois compram a mercadoria em um maior número e utilizam desses meios para aumentar a renda.

Com as tecnologias atuais, e que estão ao alcance de muitas pessoas, alguns dos entrevistados utilizam desses meios para divulgar seus produtos e realizar a comercialização.

Quadro 16. Estratégias empregadas na divulgação dos produtos

QUAIS ESTRATÉGIAS DE DIVULGAÇÃO VOCÊ EMPREGA?	
Entrevistado	Resposta
1	"Eu uso as redes sociais, eu uso muito o WhatsApp, meu status né, pra postar a minha mercadoria"
2	"Aqui é através mesmo das vendas e dos companheiros"
3	"Eu sempre to anunciando mais nas rádios"
4	Não utiliza
5	Não utiliza
6	Não utiliza
7	"Não utilizo, as pessoas já me conhece aí só pede"
8	"Só pelo Icém"
9	Não utiliza
10	"Utilizo a rádio, as redes sociais também"
11	"A gente divulga no WhatsApp"
12	"A gente tem a cooperativa lá em Umarizal, a gente é sócio dela, aí faz a divulgação, a Emater também ajuda muito a gente nessas divulgação, e os amigos da feira também que vão comentando de um pra outro"
13	"Hoje a gente não utiliza"
14	Não utiliza

Fonte: elaborado pela autora

Neste quadro observa-se as estratégias de divulgação mais utilizadas por cada entrevistado, 3 dos entrevistados utilizam as redes sociais para divulgar seus produtos, principalmente o WhatsApp. Os entrevistados 3 e 10 dizem também divulgar nas rádios. Já o entrevistado 8, diz divulgar a comercialização através do site local nomeado de IcémCaraúbas¹. O entrevistado 12 comentou que a cooperativa no qual é sócio, ajuda nas divulgações da comercialização, assim como também, a Emater que tem um trabalho muito importante, dentro do município, está sempre divulgando e potencializando a comercialização dos agricultores. Essas estratégias são formas de impulsionar a comercialização de cada produtor, utilizando esses meios o alcance de chegar a um consumidor se torna bem maior.

¹ Site local do município de Caraúbas/RN, que aborda informações diversas do município e dos municípios vizinhos da região, também, expõe anúncios de empresas e pessoas de trabalho autônomo.

Além da estratégia de divulgação, existem meios para ser competitivo no mercado, desse modo, o quadro a seguir irá exibir quais as estratégias cada agricultor/feirante contempla na sua comercialização.

Quadro 17. Principais estratégias para ser competitivo no mercado

O QUE VOCÊ CONSIDERA COMO SUAS PRINCIPAIS ESTRATÉGIAS PARA SER COMPETITIVO NO MERCADO?	
Entrevistado	Resposta
1	"Preço e qualidade "
2	"É variar os produtos né, a estratégia mais forte que tem é essa, um final de semana você traz um, no final de semana trás outro"
3	"Preço e qualidade né, tendo qualidade e preço vende bastante"
4	"Mercadoria melhor ne, preço melhor"
5	Preço
6	"Não tem"
7	"Produto de qualidade, atendimento também faz parte"
8	"Ultimamente tem verdura que a gente nem vende, você já nem compra porque não vai nem vender, devido ser tão caro"
9	"Qualidade, preço"
10	"Aqui é tudo orgânico né, não tem nada de agrotóxico"
11	"Qualidade"
12	"Mesmo a gente sabendo que o produto da gente é um produto de qualidade, a gente procura vender igual pra igual, porque se a gente for vender mais caro, a gente sabe que o produto da gente é um produto de qualidade, vai ter dificuldade, a gente sabe que o município tem dificuldade de renda, se a gente subir o preço vai ser uma dificuldade vender aqui"
13	"Qualidade"
14	"Nada, todo mundo trabalha aqui, vende sua mercadoria"

Fonte: elaborado pela autora

Ao analisar o quadro sobre as principais estratégias que os entrevistados adotam para serem competitivos no mercado, percebemos que a palavra preço é a que mais aparece, em quase todas as respostas, seguido da palavra qualidade. O entrevistado 2, disse que a variação de produtos a cada sábado é uma estratégia forte também. O entrevistado 10, disse que a sua estratégia de competitividade é não utilizar agrotóxico na sua produção se tornando um diferencial entre os outros. Já o entrevistado 12 mostrou um pensamento diferente dos demais, o mesmo disse que mesmo sendo um produto de qualidade não adianta vender mais caro, sabendo que a população do município não possui uma renda tão alta.

Percebe-se que alguns pensamentos são divergentes, essas estratégias são diferenciais para cada um deles, não utilizar insumo químico deve ser um grande diferencial, de fato, isso é que faz a qualidade do produto. O preço também é algo

que tem grande influência no produto, pois, muitos buscam produtos com um bom preço e uma boa qualidade, ou seja, mais saudáveis e sem agrotóxicos, e nesse ponto entra a fala do entrevistado 12, nem sempre a população que busca os produtos tem um grande poder aquisitivo, e manter esse preço juntamente com a qualidade do produto, chama muito a atenção de quem está buscando.

As associações e cooperativas, são meios muito importantes, no sentido de ajudar e fortalecer os que fazem parte delas. Além disso, propagam muitas vantagens para quem faz parte do seu quadro de sócios.

Quadro 18. Respostas dos entrevistados sobre fazer parte de alguma associação ou cooperativa, e suas vantagens

VOCÊ FAZ PARTE DE ALGUMA ASSOCIAÇÃO OU COOPERATIVA? SE SIM, QUAIS AS VANTAGENS QUE OBSERVA?	
Entrevistado	Resposta
1	Não faz parte
2	"Faço parte da associação P.A. 8 de março. É porque lá é onde a gente chega a conseguir alguma coisa pra gente né, assim, através de empréstimo, esses órgãos que fornece né, financia, tem o banco mundial"
3	"Só associação mesmo, da feira, que a gente tem a associação da feira e lá de onde a gente mora, aqui é ASFEPAC e lá é Associação de Desenvolvimento Rural que é do assentamento. Tem porque quando ce ta atras de algum recurso, as vezes fica mais fácil"
4	"Só associação lá do nosso sitio mesmo. As vezes tem"
5	Não faz parte
6	Não faz parte
7	Não faz parte
8	Não faz parte
9	Não faz parte
10	"Eu faço parte da associação AAOEV"
11	Não faz parte
12	"Faço sim, a COOPAU, e a gente tem a associação de agricultores agroecológicos que é uma associação fundada pra vários municípios, ela é agregada a Caraúbas, Umarizal, a sede dela a gente procura se reunir lá em Umarizal, também tem socio em Rafael Godeiro, Lucrecia"
13	Não faz parte
14	Não faz parte

Fonte: elaborado pela autora

Neste quadro analisamos quais entrevistados fazem parte de associações ou cooperativas. Percebe-se que o número de entrevistados que fazem parte é bem pequeno, levando em consideração que 10 dos 14 entrevistados são agricultores. Apenas os entrevistados 2, 3, 4, 10 e 12 fazem parte de uma associação ou cooperativa, do município ou da comunidade onde reside. Sendo elas a associação

P.A. 8 de março; a Associação dos Feirantes e Produtores Agroecológicos de Caraúbas (ASFEPAC), a mesma foi fundada no ano de 2010; a Associação de Desenvolvimento Rural, associação da comunidade onde reside o entrevistado 3; a Associação de Agricultores e Agricultoras Agroecológicos Oeste Verde (AAOEV), que foi fundada no ano de 2002, e por último a Cooperativa de Produtores Agropecuários de Umarizal (COOPAU) , a mesma foi fundada no ano de 2013 e assim como o entrevistado 12 comenta, ela é agregada a vários municípios da região, incluindo o município de Caraúbas. E sobre as vantagens que lhe são oferecidas, os entrevistados 2 e 3, comentam que as associações ajudam na conquista de recursos para a propriedade, através de empréstimos e financiamentos pelo banco mundial.

As associações e cooperativas, tem um papel muito importante para a agricultura familiar, ambas são sinônimos de ajuda, união e cooperação. Para Carmo (2020, p.25) “[...] o associativismo é qualquer iniciativa formal ou informal que reúne um grupo de empresas ou pessoas, com o objetivo principal de superar dificuldades e gerar benefícios econômicos, sociais ou políticos.” As associações contribuem bastante para os pequenos produtores, como os mesmos citaram, são beneficiados com recursos para investimento dentro da propriedade.

Ainda para Carmo (2020, p.32) “a cooperativa é uma das formas avançadas de organização da sociedade civil, pois proporciona o desenvolvimento socioeconômico aos seus integrantes e à comunidade.” Com as cooperativas os cooperados trabalham de igual para igual, de forma justa, preservando o social, afim de concretizar a sua economia em um determinado segmento.

Sobre as exigências legais para a comercialização do produto orgânico, 8 dos entrevistados responderam não ter conhecimento, mesmo aqueles que comercializam o produto orgânico na feira.

Quadro 19. Conhecimento das exigências da legislação quanto a comercialização de orgânicos no Brasil

VOCÊ CONHECE QUAIS SÃO AS EXIGÊNCIAS DA LEGISLAÇÃO QUANTO À COMERCIALIZAÇÃO DE ORGÂNICOS NO BRASIL?	
Entrevistado	Resposta
1	Não tem conhecimento
2	Não tem conhecimento
3	"Uma das primeira é ter o certificado e o selo. A gente lá tem só o certificado, não tem o selo, é tanto que pro governo a gente não vende né porque não tem o selo como orgânico. A gente vende acho que é por Pnae e por compra direta"
4	Não tem conhecimento
5	Não tem conhecimento
6	Não tem conhecimento
7	Não tem conhecimento
8	Não tem conhecimento
9	Não tem conhecimento
10	Tem conhecimento
11	Tem conhecimento
12	"Umas das exigências é a gente ter certificado né pra gente poder vender na feira, a gente tem o certificado da secretaria do estado pra poder a gente trabalhar com o produto orgânicos"
13	Pouco conhecimento
14	Pouco conhecimento

Fonte: elaborado pela autora

Os entrevistados 3, 10, 11 e 12 disseram ter conhecimento, mas apenas o 3 e o 12 comentaram sobre o assunto. Na fala do entrevistado 3, o mesmo diz que umas das coisas relacionadas a comercialização de orgânico é a certificação e o selo, e que possui apenas a certificação, e por esse motivo não consegue vender em outros locais, a não ser pelo PNAE e pela compra direta. O entrevistado 10, também reconhece que é necessário o certificado, porém o mesmo possui apenas o certificado da secretaria do estado, que o possibilita trabalhar com o produto orgânico. Além desses, os entrevistados 13 e 14 disseram ter pouco conhecimento dentro deste assunto.

A principal exigência para a comercialização de orgânicas ser liberada é possuir o certificado, assim como mencionado de forma correta pelos entrevistados 3 e 12. De acordo com o art. 3º da Lei nº 10.831 de dezembro de 2003 e no seu parágrafo primeiro, sobre a comercialização dos produtos orgânicos diz que.

Art. 3º Para sua comercialização, os produtos orgânicos deverão ser certificados por organismo reconhecido oficialmente, segundo critérios estabelecidos em regulamento.

§ 1º No caso da comercialização direta aos consumidores, por parte dos agricultores familiares, inseridos em processos próprios de organização e controle social, previamente cadastrados junto ao órgão fiscalizador, a certificação será facultativa, uma vez assegurada aos consumidores e ao órgão fiscalizador a rastreabilidade do produto e o livre acesso aos locais de produção ou processamento. (BRASIL, 2003)

Os organismos mencionados podem ser o, Organismo Participativo da Avaliação de Conformidade (OPAC), que atua através do Sistema Participativo de Garantia (SPG), ou também, através da Certificação por Auditoria. Os agricultores podem optar também pela Organização de Controle Social (OCS), onde através desta, podem realizar a comercialização sem a certificação.

Mas, se poucos possuem conhecimento sobre as legislações da produção orgânica, como também da legislação para sua comercialização, como podem caracterizar seus produtos como tal? A verdade é que os entrevistados relacionam as boas práticas do não uso de agrotóxicos ao produto orgânico, como ficou claro nas respostas em outros quadros. Podem até não entender os aspectos da legislação, mas possuem um modo de produção com a essência da produção orgânica.

Para a comercialização de produtos orgânicos é necessário possuir a certificação, comprovando que o produto é orgânico, dessa maneira, é de interesse entender se os agricultores e feirantes possuem o conhecimento sobre os processos da certificação, e se possuem produção certificada.

Quadro 20. Conhecimento em relação ao processo de certificação de produtos orgânicos, e se possuem produtos certificados

VOCÊ CONHECE O PROCESSO DE CERTIFICAÇÃO DE PRODUTOS ORGÂNICOS? SE SIM, SEUS PRODUTOS SÃO CERTIFICADOS?	
Entrevistado	Resposta
1	Não tem conhecimento
2	Tem conhecimento
3	"Conhecer, não conheço não, mas a assistência lá vai orientando"
4	Não tem conhecimento
5	Não tem conhecimento
6	Não tem conhecimento
7	Não tem conhecimento
8	Não tem conhecimento
9	Pouco conhecimento
10	"Sim. Não são certificados"
11	Tem conhecimento
12	Pouco conhecimento
13	"Já ouvi falar, mas não tenho certo conhecimento"
14	Não tem conhecimento

Fonte: elaborado pela autora

Para um produto ser considerado orgânico, ele precisa de uma certificação, mas os agricultores se autodeclaram como produtores orgânicos. Sendo necessário um conhecimento maior sobre esse assunto, para compreensão do mesmo.

Observa-se dos resultados da pesquisa que, 8 dos entrevistados não tem nenhum conhecimento sobre o assunto. Apenas 3 disseram ter conhecimento, e 2 disseram possuir pouco conhecimento sobre o assunto. O entrevistado 3, que é o único de todos que diz possuir o certificado, não tem conhecimento, o mesmo diz que nas visitas a assistência vai orientando-o. E o entrevistado 13 disse que já ouviu sobre, mas, não possui muito conhecimento.

Os organismos certificadores como mencionados anteriormente são:

O OPAC, para Galhardo, Silva e Lima (2018),

[...] são redes sócio participativas em que a certificação dos produtores é baseada na ativa participação dos atores envolvidos (produtores, comercializadores, transportadores, armazenadores, consumidores, técnicos e organizações públicas ou privadas) e os sistemas são construídos fundamentando-se na confiança, em redes sociais e na troca de conhecimento. (p. 39)

E a Certificação por Auditoria, de acordo com o art. 45º da seção V do Decreto nº 6.323, de 27 de dezembro de 2007 (BRASIL, 2007), diz que a certificação “[...] compreende o procedimento realizado em unidades de produção e comercialização, a fim de avaliar e garantir sua conformidade em relação aos regulamentos técnicos.”

Através desses organismos, os agricultores conseguem obter o certificado para a produção de orgânicos, isso traz melhorias para o agricultor, fortalecendo-o, dando mais economia, pois através desse meio pode também obter o selo de orgânico para poder comercializar o produto.

As políticas públicas são meios que beneficiam, também o pequeno produtor familiar e o produtor de orgânicos, assim como os fortalecem. Existem muitas dessas políticas no Brasil, em relação aos entrevistados, alguns já foram beneficiados, porém não possuem o entendimento para identificar esse beneficiamento.

Quadro 21. Conhecimento das políticas públicas que visam o fortalecimento do pequeno produtor familiar/orgânico

VOCÊ TEM CONHECIMENTO SOBRE POLÍTICAS PÚBLICAS QUE VISAM O FORTALECIMENTO DO PEQUENO PRODUTOR FAMILIAR/ORGÂNICO?	
Entrevistado	Resposta
1	Não tem conhecimento
2	"Tenho. Já fui beneficiado pelo venda direta, comercializei mel"
3	Não tem conhecimento
4	Não tem muito conhecimento
5	Tem conhecimento
6	"A gente já ouviu falar, mas nunca foi beneficiada"
7	Não tem conhecimento
8	"Já fui beneficiada quando fui do assentamento"
9	Não tem conhecimento
10	Não tem conhecimento
11	Pouco conhecimento
12	Mais ou menos
13	"Pouco conhecimento também, hoje ate nós não chega o conhecimento devido que é pra ser"
14	Não tem conhecimento

Fonte: elaborado pela autora

Sobre o as políticas públicas voltadas para o fortalecimento do pequeno produtor familiar, 7 dos entrevistados responderam não ter conhecimento sobre o assunto. O entrevistado 4 respondeu não ter muito conhecimento, o entrevistado 11,

disse ter pouco conhecimento, e o entrevistado 12, disse conhecer mais ou menos. Além deles, o entrevistado 6 disse que já ouviu falar, mas nunca foi beneficiado, o entrevistado 13 respondeu que possui pouco conhecimento, pois as informações não chegam até eles da maneira correta. Os únicos a terem o conhecimento, e que já foram beneficiados foram os entrevistados 2, onde comercializou mel pela venda direta, e o entrevistado 8 que disse já ter sido beneficiado quando morou na comunidade rural.

As políticas públicas tem um papel muito importante quando se diz respeito ao fortalecimento do produtor familiar. Se metade dos entrevistados desconhecem as políticas públicas, que poderiam estar sendo beneficiados, os mesmos estão perdendo oportunidades, uma vez que as políticas atuam trazendo melhorias para o produtor familiar de diversas formas. É provável que muitos conheçam alguns programas como PAA, PNAE que são políticas públicas onde são beneficiados através das compras de alimentos feito aos agricultores. Ainda como política que contribui para o fortalecimento do produtor familiar/orgânico, existe o Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PRONAF), atua no fornecimento de créditos para os agricultores.

A feira livre é um espaço de diversidades, mas também é lugar de confiança entre agricultor/feirante e buscador, de amizades. Por isso, procurou-se saber se existe algum laço de solidariedade entre os feirantes.

Quadro 22. Existência de laços de solidariedade entre os feirantes

EXISTE ALGUM LAÇO DE SOLIDARIEDADE ENTRE OS FEIRANTES?	
Entrevistado	Resposta
1	"Tem, o pessoal aqui somos muito amigos, a gente se dá bem, graças a Deus"
2	"Tem bastante aqui, o pessoal é bem participativo com os trabalhos"
3	"A gente na feira aqui somos mais ou menos unidos, sempre o preço de um é o preço do outro"
4	"Existe, tem competitividade também, mas no geral todos se ajudam"
5	"Não existe"
6	"Sim, as vezes sim, tipo a troca a gente vai pedir, eles entrega e depois a pessoa vai devolver"
7	"Não existe"
8	"Aqui nós era pra ser muito unido entendeu? De ajudar uns aos outros, mas uns não querem, é muito orgulho, acha por certo que alguém toma seus freguês, uns quer vender mais que outros"
9	Tem solidariedade
10	Tem solidariedade
11	Tem solidariedade
12	"Sim, desde que tem essas bancas, que a gente trabalha unido, a gente procura ter a união, colaborar um com o outro, a gente não tem ambição de vender um mais que o outro"
13	"Existe solidariedade"
14	"Existe solidariedade"

Fonte: elaborado pela autora

Dos 14 entrevistados, 10 responderam que existe laços de solidariedade na feira livre, disseram possuir características como, amizade, participativo, união, colaboração. Mas, alguns outros entrevistados disseram não existir nenhum laço de solidariedade, como os entrevistados 5, 7 e 8, além do entrevistado 3 que disse que na feira o pessoal são mais ou menos unidos. Existem as divergências, mas no fim a maioria tenta se ajudar da maneira que pode, percebemos isso através das respostas, que podem ser observadas neste respectivo quadro.

Para Oliveira e Lima (2017, não paginado) "[...] as feiras livres por suas características têm um potencial natural de promover o desenvolvimento da economia solidária, e da agricultura familiar [...]." Possuir laços de solidariedade no âmbito da feira, propaga uma comercialização saudável, no sentido de que se aumentam os laços de confiança, as trocas, a participação, a ajuda, assim como foi colocado pelos entrevistados. Com as características das feiras livres podemos ainda a associar a economia popular e solidária.

Os agricultores e feirantes, encontram muitas dificuldades na comercialização na feira livre, por esse motivo, foi questionado aos mesmos sobre qual o principal gargalo da comercialização.

Quadro 23. Principal gargalo na comercialização

O QUE VOCÊ CONSIDERA COMO O PRINCIPAL GARGALO DA COMERCIALIZAÇÃO?	
Entrevistado	Resposta
1	"A venda é difícil por causa da concorrência"
2	"Eu acho muito pouco o apoio da prefeitura, a organização, fiscalização, nós não temos aqui"
3	"Eu, minha pessoa, só a produção mesmo do orgânico que é complicada"
4	"Às vezes é a falta de comunicação da prefeitura com o pessoal"
5	"Não tem dificuldade não"
6	"Às vezes é difícil, as vezes ainda sobra, o que não se estraga aí a gente bota na geladeira e traz no outro sábado"
7	"Tem muita gente vendendo"
8	"É tanta coisa que não sei nem responder"
9	"Os comércios grande, acaba dificultando aqui"
10	"É a questão do transporte, da locomoção de lá pra cá né, muito difícil porque essas coisas aqui é só de duas mulher, então todos sábados a gente tira do bolso 37 reais pra pagar o carro, ai tem compra de sacola, despesa de energia "
11	"Até agora não tem"
12	"A maior dificuldade que a gente tem é o município não ter muita renda pra que as pessoas venha comprar mais a gente, ai eu volto atras, mesmo assim, as vezes precisa de mais divulgação do próprio município, pra pessoas saber que a gente tem essa banca, as vezes tem pessoas que chega aqui do município e diz 'rapaz eu não sabia' "
13	"O local que a gente vende aqui é muito apropriado, porém a gente não tem estrutura nenhuma. A gente faz o que, trazer quatro pau com uma lona, pra poder ficar em baixo dessa lona pra ter uma sombra pra gente e pro cliente."
14	"A maior dificuldade que a gente tem hoje, muito caro o preço, o custo de comprar, é a mercadoria subindo direto "

Fonte: elaborado pela autora

Nesta última pergunta, tivemos um leque de respostas sobre os gargalos da comercialização, mais especificamente, as dificuldades que os mesmos encontram na feira livre, o entrevistado 1, diz que a concorrência se torna um ponto difícil, os entrevistados 2, e 4, comentaram sobre a falta de apoio da prefeitura, como também da falta de organização, e fiscalização. Já o entrevistado 3 disse que a produção orgânica é um ponto complicado, o entrevistado 6 disse que a parte difícil na comercialização é o fato de quando sobra mercadoria, o entrevistado 7 diz que a dificuldade é ter muita gente vendendo os produtos na feira, o entrevistado 9 disse que os grandes comércios da cidade acabam sendo também uma dificuldade na comercialização da feira, o entrevistado 10, disse que a dificuldade na verdade está

na locomoção da sua comunidade até a cidade para as feiras, o que demanda gastos com transporte e também outros materiais, já o entrevistado 13 diz que o local onde a feira ocorre é apropriado, porém, a estrutura onde expõem os produtos a serem comercializados, assim como a proteção contra o sol, não é adequada. O entrevistado 14, disse que a compra dos produtos para venda na feira, possui um valor alto, o que se torna uma dificuldade para o mesmo. O entrevistado 12, frisou também, a falta de divulgação da prefeitura sobre a comercialização dos produtos orgânicos, pois segundo ele muitas pessoas ainda desconhecem que existe a comercialização na feira livre. Diante das respostas deste quadro, podemos analisar que falta uma política pública da prefeitura para com a agricultura familiar e a comercialização dos seus produtos.

Mesmo com tantas dificuldades relatadas, a persistência é presente, pois ainda que possua o apelo por apoio, para uma infraestrutura de qualidade, ou até mesmo de apoio para divulgação das vendas, os feirantes e agricultores continuam lá, mas nunca desistindo. Os autores Oliveira e Lima (2017) comentam sobre o trabalho na feira livre,

[...] é notável o protagonismo dos trabalhadores das feiras livres que se negam ao trabalho hierarquizado e que, mesmo sem o apoio do poder público e por vezes trabalhando em condições precárias, ainda resistem, mantendo relações de cooperação e solidariedade no âmbito de sua região e do seu local de trabalho, relações estas que notadamente vão ao encontro do que se caracteriza como a economia popular e solidária. (n. p.)

Desse modo, podemos relacionar os quadros 22 e 23, apesar de todas as dificuldades, os laços de solidariedade se mantêm, sendo necessário e importante, segundo os autores Oliveira e Lima (2017) essas características se aproximam da economia popular e solidária.

4.2 Características dos buscadores da feira livre em Caraúbas-RN

Nesta segunda etapa da pesquisa, foi realizado a entrevista online com 50 buscadores residentes do município de Caraúbas, a fim de compreender seus conhecimentos a respeito dos produtos orgânicos e o seu consumo.

Seguindo o mesmo padrão da análise anterior, os dados coletados serão exibidos em quadros, para que a discussão seja compreensível. Nos quadros os buscadores serão representados pela palavra “buscador” seguido da sua numeração exposta nos quadros. O público alvo entrevistado corresponde a 24% (12) buscadores do sexo masculino, e 76% (50) buscadoras do sexo feminino. A faixa etária dos buscadores vai de 18 à 76 anos.

Em relação a profissão exercida por cada buscador, os dados mostram que, 19 dos buscadores são estudantes, 4 são vendedores (as), 4 são autônomos, 5 são professores (as), 3 são aposentados (as), 1 costureira, 1 empresário, 1 gestor ambiental, 1 nutricionista, 1 medica, 1 administradora, 1 enfermeiro, 1 técnico em enfermagem, 1 auxiliar de almoxarifado, 1 assistente social, 1 supervisor de manutenção, 1 ASG, 1 gestora ambiental, 1 agricultor, 1 técnico telecom.

Quando perguntados sobre o conhecimento em relação a agroecologia, 25 dos 50 entrevistados responderam ter conhecimento.

Quadro 24. Conhecimento dos buscadores sobre agroecologia

VOCÊ TEM CONHECIMENTO SOBRE O QUE É AGROECOLOGIA?	
Buscador	Resposta
1, 3, 4, 7, 13, 18, 25, 28, 29, 36, 38, 40, 42, 43, 46.	Não
2, 5, 6, 8, 10, 11, 12, 14, 16, 17, 19, 20, 21, 23, 26, 27, 30, 32, 34, 35, 37, 39, 41, 49.	Sim
9, 15, 24, 31, 33, 48.	Mais ou menos
22	Quase nada
44	Tenho
45	Um pouco
47	Tecnologias na agricultura.
50	Não muito

Fonte: elaborado pela autora

Sobre o termo agroecologia, 15 dos buscadores responderam que não tem conhecimento, 25 responderam que tem conhecimento sobre a agroecologia, 6

responderam que possui mais ou menos conhecimento, 1 respondeu que não entende quase nada, 1 respondeu que entende um pouco, 1 respondeu que agroecologia são as tecnologias da agricultura, e o último respondeu que não possui muito conhecimento.

O buscador 47, foi o único a responder de forma diferente, onde disse que agroecologia se referia a tecnologias na agricultura. De certo modo, podemos relacionar agroecologia à tecnologia, sendo uma tecnologia social pois assim como a agroecologia surge como forma de inovar os meios de produção, suprimindo a agricultura convencional, e oferecendo uma agricultura de forma sustentável, a tecnologia social de acordo com Tait, Neves e Gonçalves (2020, p.10), atua de forma correspondente a agroecologia pois, “[...] a proposta da Agroecologia se alinha a ambas as propostas, por se contrapor a um modelo hegemônico predador e gerador de mazelas de diversos tipos - sociais, ambientais, culturais, etc.” Dessa forma, o uso de tecnologias como a tecnologia social atua na garantia, da integridade do ambiente e também das questões sociais, para que assim sejam conservadas.

Ao serem questionados quanto ao conhecimento de um produto orgânico, os buscadores responderam em sua maioria, possuir conhecimento, e só alguns discorreram sobre seus entendimentos diante da questão.

Quadro 25. Conhecimento dos buscadores acerca de um produto orgânico

VOCÊ TEM CONHECIMENTO SOBRE O QUE É UM PRODUTO ORGÂNICO?	
Buscador	Resposta
1, 2, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 42, 43, 44, 45, 48, 49.	Sim
3	Sim, aquele produto mais saudável
18	Produtos da natureza
29	Sim, são produtos livres de agrotóxicos e outros componentes químicos.
38	Produto natural
39	Não tenho conhecimento
40, 46.	Sei, produto que não tem veneno
41	Sim, produto que não tem agrotóxico
47	Produto natural, sem agrotóxicos.
50	Pouco conhecimento

Fonte: elaborado pela autora

Em relação ao conhecimento sobre os produtos orgânicos, apenas o buscador 39 disse que não possui conhecimento, e o buscador 50 disse possuir pouco conhecimento sobre o assunto. Todos os outros buscadores disseram possuir conhecimento, alguns ainda discorreram sobre o conhecimento no assunto, o buscador 3 atribuiu o produto orgânico, à um produto saudável, os buscadores 18, 38 e 47 atrelaram produto orgânico à um produto natural, e os buscadores 29, 40, 41, 46, relacionaram o produto orgânico a não utilização de agrotóxicos.

Em um estudo similar de Souza, Ribeiro e Occhi (2017), com alunos da Faculdade Metropolitana de Marabá, mostra que grande parte do público conhecia cerca de 50% do que é um produto orgânico, e somente, cerca de 20 pessoas conheciam 100%. Podemos analisar ambas as pesquisas e perceber que a semelhanças, no sentido de que a maioria dos buscadores responderam que possui conhecimento, mas não o suficiente para discutir sobre o assunto, sendo que apenas 9 comentaram sobre o conhecimento existente sobre um produto orgânico.

Conhecer um produto orgânico e o que o caracteriza, é algo importante para o conhecimento pessoal de cada buscador, uma vez que conhecendo, e entendendo seu valor, a procura por um produto orgânico, tende a ser maior, já que é livre de qualquer tipo de insumo químico, totalmente benéfico a saúde, e que possui qualidade e segurança alimentar.

Desse modo, ao serem perguntados sobre quais tipos de produtos buscam na feira, podemos perceber, de acordo com os dados que os buscadores possuem uma alimentação saudável, por ser balanceada em frutas, verduras, legumes.

Quadro 26. Tipos de produtos que os buscadores buscam na feira

QUE TIPOS DE PRODUTOS VOCÊ BUSCA NA FEIRA?	
Buscador	Resposta
1, 16, 19	Legume e frutas
2	Frutas e verduras sem uso de agrotóxicos
3, 15, 32, 50	Frutas, legumes e verduras
4	Produtos de qualidade e preço baixo
5	Produção livre de agrotóxicos
6, 8, 18, 22, 23, 26, 29, 31, 42, 45, 49.	Verduras, frutas
7	Frutas, perecíveis, carnes
9	Verduras e legumes que tenham sido cultivado da maneira mais natural possível

10	Coentro, cebolinha...
11	Todos os que eu encontrar
12	cebola, batatinha, cenoura entre outros
13	Visivelmente saudável
14, 25, 47.	Verduras
17, 43.	Orgânicos
20	Frutas, verduras e temperos
21	Frutas, legumes, carnes e mantimentos em gerais com qualidade
24	Produtos de qualidade
27	que seja composto orgânico
28	Que tenham menos/nenhum agrotóxico
30	legumes, verduras, frutas, outros produtos
33	Gêneros alimentícios
34	Frutas
35	Frutas e legumes frescos sem uso de agrotóxicos
36	os de melhores aspectos
37	Legumes e verduras devido ser as opções vendidas
38	Frutas, verduras, hortaliças
39	Banana, abacaxi, maçã, e outros
40	Batata doce, melancia, banana, abacaxi, melão
41	Melancia, feijão verde, milho verde, abacaxi
44	Melancia
46	Legumes, frutas, hortaliças
48	Frutas e Verduras em sua maioria.

Fonte: elaborado pela autora

Os buscadores 2, 5, 9, 13, 17, 28, 35, e 43 responderam que procuram produtos orgânicos, sem agrotóxicos, saudáveis, ou que tenham sido cultivados da maneira mais natural possível. Os outros buscadores, disseram buscar legumes, verduras, frutas e hortaliças na feira livre. As respostas mostram que muitos possuem um cuidado na busca dos produtos. Possuir esse cuidado é importante, pois, assim como Escouto (2017, p. 27) afirma “a ingestão de frutas, legumes e verduras é necessária para manter uma dieta saudável [...]”, desse modo, procurar de forma seletiva por produtos saudáveis lhe trará garantia e benefícios de um consumo seguro.

Sabendo quais tipos de produtos os buscadores procuram na feira livre, é interessante saber se os buscadores, procuram também por produtos orgânicos, uma vez que tenham conhecimento sobre o mesmo.

Quadro 27. Respostas dos buscadores sobre a busca por produtos orgânicos

VOCÊ BUSCA POR PRODUTOS ORGÂNICOS?	
Buscador	Resposta
1, 7, 25, 49, 50.	Não
2, 3, 4, 5, 6, 10, 12, 13, 14, 17, 18, 21, 23, 26, 27, 28, 29, 30, 32, 34, 36, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48.	Sim
8	Muitas vezes sim
9	Sim, mas não encontro com muita facilidade.
11	Sim com certeza
15, 33, 35.	As vezes
16	Sim, sempre tento comprar orgânicos
19, 20, 22.	Sim. Sempre que possível
24	Não necessariamente
31	Verduras e frutas
37	Difícilmente, mas sim
38	Procuro, alface, couve, hortelã, mamão, tomate cereja

Fonte: elaborado pela autora

Para compreender melhor o quadro anterior podemos relacioná-lo a este. Verificamos que 6 dos buscadores responderam não buscar por produtos orgânicos, e todos os outros responderam que buscam os produtos orgânicos, mesmo que alguns não procurem sempre.

Zamberlan *et al.* (2017, p. 17) acredita que a busca por produtos orgânicos se dá através do “[...] desejo dos consumidores de comprar alimentos seguros, sem qualquer tipo de contaminação, bem como a preferência crescente por produtos de menor impacto ambiental.”

Então, porque esses consumidores buscam os produtos orgânicos? Qual seria sua principal motivação? Seria realmente a preocupação com a saúde, e também com o meio ambiente?

Quadro 28. Respostas dos consumidores sobre a principal motivação para buscar produtos orgânicos

SE SIM, QUAL A SUA PRINCIPAL MOTIVAÇÃO PARA BUSCAR PRODUTOS ORGÂNICOS?	
Buscador	Resposta
1, 18, 31	Por ser mais saudável
2	Algumas frutas me fazem mal e causam dores, então busco frutas e verduras que costume comer que não possuam agrotóxicos.
3	Porque ele é mais saudável e não tem veneno

4	A qualidade
5	A busca pro produtos não industrializados, além de ser por produção dos grupos familiares, reduzindo assim os impactos ambientais na sua produção
6	Por ser um produto sem veneno e para a melhoria da saúde
7, 25, 49, 50.	Não se aplica
8	Pelo benefício a saúde
9	As melhorias que esses produtos proporcionam a saúde.
10	É a ausência de agrotóxicos
11	Continuar saudável
12	Por que eles não possuem produtos químicos
13	Saber que é um produto mais saudável e livre de agrotóxicos
14	São naturais, sem agrotóxico.
15	Uma alimentação mais saudável
16	Principalmente pela segurança alimentar, já que não possuem agrotóxicos
17	Eu gosto
19	Vida saudável
20, 43, 47.	Saúde
21	Por quê são produtos saudáveis
22	Por ser livre de venenos
23	Pois por não usar agrotóxicos os produtos orgânicos são mais saudáveis e não causam tantos danos ao meio ambiente.
24	Quando compro, é pq sei q nao tem uso de agrotóxicos
26, 36	Por serem saudáveis e livres de agrotóxicos
27	pelo não uso de agrotóxico
28	Minha saúde
29	A busca por uma alimentação mais natural e saudável
30	por saber que são produtos que passam segurança ao consumir
32	Por, teoricamente, serem livres de agrotóxicos
33	Pelo confiança no meio de produção
34	Livre de agrotóxicos
35	Promoção da saúde e garantia de produtos de qualidade, além de ajudar os produtores da agricultura familiar
37	Qualidade de vida/alimentação saudável
38, 40	Porque é mais saudável
39	Porque eu sei que é o mais saudável, mais sadio pra nós consumir
41	É porque ele é mais saudável, ele é mais nutritivo
42	Pois são produtos com cultivos naturais
44	Saúde e qualidade do produto
45	Por ser um produto mais saudável, com o minino de produtos tóxicos e também porque são produzidos por agricultores da cidade
46	Porque é mais sadio
48	A necessidade da alimentação cotidiana com produtos orgânicos.

Fonte: elaborado pela autora

Ao analisar este quadro, sobre quais as motivações dos buscadores buscarem os produtos orgânicos, obtivemos respostas muito próximas, porém, a que mais se destaca, é a busca por ser um produto mais saudável, ou que lhe trará melhorias para a saúde. Zamberlan *et al.* (2017, p. 17) confirma o descrito acima ao comentar que “os consumidores passam a adquirir os produtos orgânicos a fim de terem uma melhor qualidade de vida, prevenindo contra certos tipos de doenças causados pelo excesso de agrotóxico no organismo.” Isso explica o motivo das buscas por produtos orgânicos.

Ainda, comparando os resultados através do estudo de Pohl, Pereira Filho e Abbade (2019, p. 76), sobre a principal motivação de buscar os produtos orgânicos, mostra que “em primeiro lugar (63,4%) está a questão da preocupação com a saúde. [...] A variável saúde foi apontada em diferentes estudos como sendo importante na decisão de escolha do consumidor de alimento orgânico.” Sendo assim, significa que a preocupação com a saúde é a principal motivação, buscam por produtos saudáveis para uma melhor qualidade de vida.

Porém, alguns dos buscadores, afirmaram ainda que não busca por produtos orgânicos, qual seria a motivação por não buscar, será que os mesmos teriam esse interesse?

Quadro 29. Barreira para os buscadores em relação ao consumo de produtos orgânicos

SE NÃO, TERIA INTERESSE EM CONSUMI-LOS? QUAL A PRINCIPAL BARREIRA?	
Buscador	Resposta
1	Sim. Barreira às vezes pela falta de acesso e o preço.
2, 15	Sim
3, 5, 9, 10, 13, 14, 16, 17, 19, 21, 22, 23, 26, 27, 28, 29, 30, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48.	Não se aplica
4	Não. Preço.
6	Já uso
7	Não priorizou muito
8	Nao tem barreira
11	Caraúbas falta um lugar pra mim comprar tudo o que eu quiser consumir orgânico
12	Talvez. A Dificuldade é muito grande pois todos possuem produtos quimicos.
18	Tenho interesse
20	A principal barreira é a pouca oferta.
24	Sim. O custo, geralmente são mais caros
25	Sim. Falta de conhecimento sobre o processo
31	Nenhuma
49	Tenho interesse de consumir, no entanto, ainda é de rara produção na nossa região.
50	Sim, eu teria interesse em consumi-los, mas não tem muitos produtos disponíveis, quando chego pra comparar, já tem acabando o que quero.

Fonte: elaborado pela autora

Já neste quadro, temos as respostas daqueles que não consomem os produtos orgânicos, mas podem possuir interesse em consumi-los e quais as principais barreiras que impedem esse consumo. Os buscadores 1, 2, 15, 18, 24, 25, 49, e 50 responderam que possuem interesse em consumir os produtos orgânicos, porem existem algumas barreiras que impedem esse processo, como pouca oferta; o preço, onde o buscador relata ser mais caro; a grande utilização de insumos químicos nos produtos; relataram também a falta de conhecimento sobre produto orgânico e também a pouca produção na região. O buscador 4 respondeu que não possui interesse em consumir os produtos orgânicos em decorrência do preço, o buscador 7 também disse não priorizar esse consumo.

Podemos comparar este quadro com o resultado da pesquisa de Pohl, Pereira Filho e Abbade (2019, p. 78), ao expor que a “[...] falta de acesso aos mesmos

(41,4%), seguido do preço muito caro (27,6%), e 24,1% não consideram importante ou não acreditam que o consumo de orgânicos vá gerar algo de positivo.” São então, as principais motivações de não consumir os produtos orgânicos.

De fato, a oferta de produtos orgânicos, propriamente dito, é um pouco baixa, porém, a falta de conhecimento em muitos momentos limita o buscador, pois, mesmo que em pouca quantidade, o município oferece a feira livre, que dispõe de alguns agricultores que produzem sem a utilização de insumos químicos. Mas aí chega ao ponto da confiança entre consumidor e agricultor, pois, se o produto não obtém nenhum tipo de certificação, ou se o próprio consumidor não possui conhecimento suficiente, resta apenas a confiança na produção que o agricultor oferece.

Sabendo então, que a maior parte do público busca por produtos orgânicos, fica o interesse em descobrir qual o principal meio de acesso a esses produtos, no município.

Quadro 30. Principal meio de acesso dos buscadores aos produtos orgânicos

QUAL SEU PRINCIPAL MEIO DE ACESSO AOS PRODUTOS ORGÂNICOS?	
Buscador	Resposta
1, 4, 14, 11, 32, 41	As feiras
2	Frutas e alguns mercados
3, 5, 9, 10, 16, 17, 19, 22, 25, 26, 28, 34, 35, 44, 46, 48	Na feira livre
6	A feira orgânica
7	Não sei
8	Minha próprio ortas no fundo de casa
12	pesquisas
13, 30.	Em barracas na feira livre de Caraúbas
15	Redes sociais
18	Comprando na feira ou trazendo do sitio quando tem
20	Feira e horta em casa
21	Retirada diretamente do pé
23, 50.	A feira livre da minha cidade
24	Na feira livre tem uma barraca de produtos orgânicos
27	através do mercado
29, 33.	A feira da cidade
31	Poucos
36, 37	feira livre municipal
38, 40	Nas bancas verdes da feira

39	Na feira, porque nós mercados não tem
42	Cultivo em casa
43	Compro pelo watzap depois da pandemia
45	A feira, sempre tem uma banca com produtos orgânicos
47	Feirantes.
49	Pequenos agricultores da agricultura familiar na feira

Fonte: elaborado pela autora

Em relação ao principal meio de acesso aos produtos orgânicos, 80% (40) dos entrevistados responderam que buscam os produtos na feira livre do município, alguns ainda especificaram que buscam nas bancas verdes (Figura 7), onde se encontram os agricultores que não utilizam agrotóxicos na sua produção. Os entrevistados 8 e 20 comentaram também que possuem horta em casa, quando não procuram na feira, consomem da própria horta, algo que também chama bastante atenção, pois, devem possuir algum entendimento sobre a questão de não utilização de agrotóxicos, até que tenham chegado a essa prática de cultivar na sua própria horta.

Figura 7 - Banca verde da feira livre, Caraúbas/RN, 2021



Fonte: Captura feita pela própria autora.

Ainda, comparando com a pesquisa de Pohl, Pereira Filho e Abbade (2019, p. 74), em relação ao principal meio de acesso aos produtos orgânicos, seus resultados mostram que os meios de acesso “são, em sua maioria supermercados

(60,1%) e feiras (53,6%), seguido de lojas especializadas (25,1%) e outros estabelecimentos ou locais (18,6%).” Vemos que os dados diferem desta pesquisa, uma vez que, o principal meio de acesso dos buscadores de produtos orgânicos do município, são as feiras livres.

Percebe-se então, a importância da feira livre no município, onde maior parte do público busca abastecer suas residências com produtos saudáveis, fortalecendo a agricultura familiar, sendo garantia de renda e economia local.

A produção orgânica através dos seus modos de produção normalmente oferece um produto onde seu custo é mais elevado que os normais, assim, são relevantes entender, se os buscadores pagariam um pouco mais, por um produto orgânico.

Quadro 31. Respostas dos buscadores sobre pagar um preço mais alto por um produto orgânico

A PRODUÇÃO ORGÂNICA, NORMALMENTE, RESULTA EM UM PRODUTO DIFERENCIADO QUE, POR SUAS CARACTERÍSTICAS, RESULTAM EM UM PREÇO MAIS ALTO DE AQUISIÇÃO. VOCÊ PAGARIA MAIS CARO POR UM PRODUTO POR SER ORGÂNICO?	
Buscador	Resposta
1	Pagaria se tivesse mais condições financeiras
2	Sim, porque eles são melhores, pro consumo e saúde.
3	Pagaria sim pois é mais saudável
4	Depende
5, 6, 9, 10, 14, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 40, 42, 43, 44, 45, 47, 48, 49.	Sim
7, 12.	Não
8	Sim vale apenas
11, 16.	Sim com certeza
13	Concerteza!
15	Talvez
24	Sempre que puder, sim
37	Hoje em dia como estou trabalhando e não tenho dependentes financeiros, sim.
38	Pagaria, sendo bom
39	Sim, pode ser mais caro, mas é para o bem da saúde
41	Pago, porque é melhor
46	Sim, porque é mais sadio
50	Em alguns produtos, sim.

Fonte: elaborado pela autora

Os produtos orgânicos possuem uma produção diferente dos produtos convencionais, assim como também características diferentes, dessa forma possuem um valor mais elevado dos demais. Neste caso ao serem perguntados se pagariam mais caro por um produto orgânico, 92% (46) responderam que pagariam sim, pois são melhores para a saúde. O buscador 1 comentou ainda que se tivesse mais condições financeiras pagaria sim por um produto orgânico. Outros buscadores responderam ainda com, depende, talvez, e que em alguns produtos sim. Apenas os buscadores 7 e 14 responderam que não pagaria mais caro.

Comparando os resultados com o estudo de Deggerone e Sieminkoski (2018) sobre pagar mais caro por um produto orgânico, 89,1% dos entrevistados responderam que pagariam mais caro e apenas 10,9% não pagariam mais caro por um produto orgânico. Assim, os dados se correlacionam, pois os números de pessoas que estão dispostas a pagar um pouco mais nos produtos orgânicos é superior ao dos que não pagariam.

Ainda, sobre o motivo de se dispuserem a pagar mais caro por um produto orgânico, Hleboski (2018, p. 71), diz que “a disposição em pagar a mais por estes produtos justifica-se pelo fato que os consumidores conhecem os benefícios dos mesmos e reconhecem o valor agregado do produto [...]”. Desse modo para compreender melhor, o porquê de os buscadores pagarem mais caro por um produto orgânico, o quadro a seguir irá expor o entendimento dos mesmos em relação aos benefícios do consumo de produtos orgânicos.

Quadro 32. Entendimento dos buscadores em relação aos benefícios de consumir produtos orgânicos

VOCÊ ENTENDE OS BENEFÍCIOS DE CONSUMIR PRODUTOS ORGÂNICOS? QUAIS SERIAM?	
Buscador	Resposta
1	Sim. Por tratar-se de um produto sem agrotóxicos, torna-se mais saudável.
2	Sim, por ser um produto livre de agrotóxicos e componentes químicos, se tornam mais saudável, para serem consumidos, e hoje o que mais conta pra acima de tudo é a saúde.
3	Sim, por não ter veneno ele evita que eu tenha problemas de saúde
4	Maior benefício pra saúde
5	Além dos benefícios a nossa saúde, a questão ambiental com relação a biodiversidade e diminuição de impactos ambientais no seu modo de produção
6	Sim, benefícios para saúde
7	Não
8	Não tem tanto produtos com agrotóxicos

9	Entendo, e desejo consumi só os produtos orgânicos porque eles tem benefícios como melhora a saúde e ajuda o meio ambiente.
10	Sim, não ingerir os agrotóxicos, ingerir um grande teor de nutrientes.
11	Sim mais qualidade de vida mais saúde e bem estar
12	Não, pra mim eles não tem benefícios pois ele possuem produtos químicos.
13	Eu entendo que ajudam a diminuir riscos de contaminação, que por sua vez podem acarretar muitas doenças, como por exemplo infecções.
14	São nutritivos e bem mais saboroso.
15	Mais ou menos. Produtos orgânicos não contém agrotóxicos.
16	Sim. Mais qualidade de vida, menos exposição aos agrotóxicos e a garantia de um produto realmente saudável
17	Sim. Uma saúde melhor
18	Por são produtos sem veneno e produzidos nos sítios de ótima qualidade
19	Sim, uma alimentação mais saudável.
20	Sim. Garantia de um produto mais saudável para meu consumo e para o meio ambiente
21	Sim, vida mais saudável.
22	Sim, o principal a saúde
23	Sim.. Benefícios como não acarretar problemas de saúde
24	Não sei explicar
25	Não, meu conhecimento é baixo
26	Sim, a diminuição no risco de contaminação
27	sim, melhor qualidade de vida
28	Sim. Menos toxinas no corpo
29	Sim, nos permite consumir alimentos livre de químicos, com um sabor melhor, dentre outros.
30	alimentos livres de produtos que são prejudiciais a saúde; alimentos naturais
31	Sim , produto natural , sem prejuízos a saúde
32	Sim
33	Sim. A produção natural sem o uso de agrotóxicos e hormônios para uma maior produção
34	Menos veneno
35	Sim. Promoção da saúde
36	sim. eles são mais saudáveis tanto pra saúde quanto pro meio ambiente por não terem agrotóxicos
37	Sim, qualidade de vida acredito que poderia explicar de forma geral.
38	Sim, muito bom pra saúde, não tem veneno, serve para uma alimentação saudável, as vezes até pra curar certas doenças
39	Saúde
40	Sim, é mais saudável, não tem o veneno então não é ofensivo
41	Entendo, a pessoa fica mais sadio, é um produto limpo, um produto sem agrotóxico é diferente
42	Pois são produtos livres de agrotóxicos
43	Sim, são mais saudáveis e ajudam ao pequeno produtor
44	Melhoria na saúde e bem alimentar
45	Os produtos orgânicos tanto das feiras quanto os industrializados (como extrato de tomate) são alimentos mais naturais, sem conservantes e são mais saudáveis.
46	Sim, tem mais qualidade pra saúde

47	Sim, prevenção de problemas de saúde futuramente.
48	Sim, motivos de não ingerir agrotóxicos que possam vir a a fazer mal.
49	Sim, são mais saborosos, possuem mais nutrientes, maior sustentabilidade.
50	Sim, melhora do estilo de vida mais saudável.

Fonte: elaborado pela autora

Analisando este quadro sobre o conhecimento dos entrevistados em relação aos benefícios de consumir produtos orgânicos, percebemos que a maioria dos entrevistados dizem que os produtos orgânicos trazem benefícios para a saúde, evitando doenças que poderia ser causada pelos agrotóxicos, como também, propagam mais qualidade de vida para quem consome, foi mencionado também os benefícios que a produção orgânica traz para o meio ambiente, o que comprova os dados do quadro anterior.

Consumir produtos orgânicos nem sempre é fácil, ou acessível, como já acompanhamos nos quadros anteriores, desse modo, a seguir será mostrado quais os principais gargalos encontrados no consumo dos produtos orgânicos.

Quadro 33. Principais gargalos para os buscadores em relação ao consumo de produtos orgânicos

O QUE VOCÊ IDENTIFICA COMO OS PRINCIPAIS GARGALOS (DIFICULDADES / OBSTÁCULOS) PARA O CONSUMO DE PRODUTOS ORGÂNICOS?	
Buscador	Resposta
1	Acredito que por ser um produto natural, a venda tornar-se mais difícil. As pessoas buscam produtos que duram mais, ou seja, com conservantes.
2	Não está disponível sempre, para que possamos comprar, normalmente são encontrado nas feiras aos sábados em uma quantidade mínima, e sempre acaba logo
3	Na feira livre os produtos são em poucas quantidades, se não chegar cedo você não encontra quase nada
4, 50	Preço
5	A falta de acesso mesmo, como já citado o custo é um pouco mais alto do que os demais, com isso as pessoas acabam procurando os mais acessíveis. A falta tbm de um maior entendimento da população é um apoio maior por parte dos governantes a dar um suporte maior aos produtores orgânicos.
6, 11	Não tenho dificuldades
7, 24.	Não sei
8	Vejo que os alimentos transgênicos, engoliram o comércio por ser produto mais viável ao comércio, e orgânicos por passar por umas etapas, mais cuidadosa eles demoram mais a chega no comércio,
9	Produtos orgânicos são mais difíceis de serem cultivados, e isso faz com que o valor desse produto seja mais elevado na hora de ir ao mercado, e por esse motivo as pessoas acabam optando por um produto semelhante porém mais barato.
10	Falta de condições, falta de conhecimento.
12	O fato de vim com produtos químicos
13	Falta de conhecimento; O valor um pouco mais alto; A falta de investimento para a ampliação desse comércio; A concorrência com os outros produtores que acaba

	sendo desleal pelo preço dos outros serem mais baixo; Incentivo ao pequeno produtor, entre outros.
14	A correria do dia a dia. Impede de procurar esses produtos.
15	Poucas quantidade na minha cidade e o custo benefício.
16	Acredito que pelo preço dos produtos no final, então as pessoas tendem a comprar o mais barato.
17	A produção
18	Pouca quantidade ofertada pouco incentivada
19	Preço e falta de conhecimento de algumas pessoas.
20, 27, 33	Dificuldade de acesso
21	Para mim, nenhum. Para outros, o preço elevado.
22	Na maioria das vezes a falta dos produtos
23	O preço, pois nem todos estão cientes do seus benefícios e acabam aderindo a comprar os mais baratos mesmo
25	Conhecimento sobre o processo
26	A oferta dos produtos
28	A não compreensão da população e o alto preço
29	O preço mais elevado e a pouca disponibilidade.
30	acesso aos produtos, divulgação e preço
31	Escassez
32	Poucos recursos financeiros
34	O capitalismo
35	Concorrência com os preços e facilidades dos grandes mercados
36	pouca variedade e disponibilidade
37	Falta de produtos e diversificação de modo geral.
38	Não ter pra comprar, e confiar se realmente é orgânico
39	Encontrar, que as vezes é difícil
40	Não tem toda vida que a gente quer, só em dias de sábado
41	Não tem muita dificuldade não, porque todos os sábados tem
42	Pois na maioria das vezes não cultivam esses produtos de formas naturais
43	Pouca variedade, falta de nota fiscal, forma de pagamento (fornecedor não tem conta no banco),
44	São pouco produto no mercado.
45	Eu não tenho obstáculos para consumir esses alimentos, mas acredito que por serem mais caros e também porque as pessoas não tem a informação suficiente para consumir alimentos de qualidade nutricional melhor
46	Fica mais escasso no período da seca, mas sempre tem
47	Pouca oferta.
48	Os altos custos do consumo.
49	Produção em nossa região

Fonte: elaborado pela autora

Sobre os principais gargalos na busca dos produtos orgânicos, obtivemos muitas respostas, onde relatam diversas dificuldades para esse consumo. A resposta do consumidor 13 pode ser destacada, pois resume praticamente todas as

respostas obtidas no quadro, o mesmo diz que as principais dificuldades encontradas na busca dos produtos orgânicos são,

Falta de conhecimento; O valor um pouco mais alto; A falta de investimento para a ampliação desse comércio; A concorrência com os outros produtores que acaba sendo desleal pelo preço dos outros serem mais baixo; Incentivo ao pequeno produtor, entre outros. (Consumidor 13, quadro 33, 2021)

O nível de conhecimento sobre o produto orgânico e a sua produção, diante a sociedade ainda precisa ser bastante discutido, apesar de que muitos já tenham o entendimento, compreendam e entendem os benefícios de consumir o produto orgânico, a falta de acesso como muitos citaram é algo que dificulta também esse consumo, o que podemos perceber diante toda a pesquisa é a falta de apoio da prefeitura do município com os agricultores e feirantes, e a falta de políticas públicas para melhorar e fortalecer esse meio de comercialização. Os produtos orgânicos em muitos casos, realmente possuem um custo mais elevado. Mas, se analisados, é muito provável que em algumas situações o buscador acaba pagando um preço maior em um produto convencional, do que em um produto orgânico ou de base agroecológica, e que não proporciona o mesmo benefício para a saúde.

5 CONCLUSÃO

De modo geral, os buscadores e buscadoras indicaram consumir produtos orgânicos a fim de obter qualidade de vida através, por exemplo, do consumo de alimentos saudáveis, que sejam livres de agrotóxicos.

Uma vez que os agricultores da feira, apresentaram algumas práticas utilizadas no manejo da propriedade, como meio de garantir aos buscadores (as) a não utilização de agrotóxicos na produção, como na fertilidade do solo, as principais respostas foram, a utilização de esterco de gado ou criação e estrume, como garantia de uma boa fertilização do solo. Já em relação as plantas espontâneas, as práticas mais utilizadas entre os produtores são, cortar ou fazer a capina manual dessas plantas. E no controle de insetos, entre as práticas mais utilizadas, estão a utilização de defensivos orgânicos, como biofertilizantes, extrato de angico, água de nim e também a urina de gado. Práticas essas que garantem aos buscadores, segurança no ato de buscar e consumir desses agricultores.

A percepção que os (as) feirantes e agricultores (as) possuem acerca dos produtos orgânicos está muito ligada à não utilização de agrotóxicos, sendo que a temática vai muito além de apenas não utilizar agrotóxicos, o que mostra a necessidade de uma melhor compreensão, que seria facilmente resolvida se houvesse apoio do município, para enriquecer esses conhecimentos tão fundamentais para os agricultores (as) e os (as) feirantes.

Tendo em vista que a feira livre do município de Caraúbas se destaca como um espaço importante para a comercialização dos produtos orgânicos e também provenientes da Agricultura Familiar que, por vezes, encontra dificuldade para o escoamento da sua produção. A feira livre realizada no município também, apresenta-se como um momento de fortalecimento dos laços de solidariedade entre os (as) feirantes, agricultores (as) e buscadores (as), assim como o fortalecimento da cultura de produção de produtores (as) familiares. Contudo, a falta de apoio aos feirantes e agricultores indica a necessidade de políticas públicas, por parte sobretudo do município, que sejam capazes de fortalece-los e ajudar no enfrentamento de problemáticas como a organização, manutenção da produção e comercialização de seus produtos.

Dado o exposto, torna-se evidente que a agricultura familiar, seja ela orgânica ou de base agroecológica tem seu papel importante diante a sociedade para garantia de qualidade de vida e segurança de saúde das gerações futuras. Quando falado sobre feiras livres, é preciso enfatizar que o apoio político é fundamental para a garantia de um bom desempenho da população buscadora desse meio, visto que em muitos casos é o local mais acessível para os que buscam uma vida mais saudável.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALCÂNTARA, F. A. MADEIRA, N. R. **Manejo do solo no sistema de produção orgânico de hortaliças**. Brasília, DF. Julho, 2008. Disponível em: < <https://www.infoteca.cnptia.embrapa.br/infoteca/bitstream/doc/769977/4/ct64.pdf> >. Acesso em: 17 mai. 2021

BRASIL, MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE (MMA). **Convenção sobre Diversidade Biológica – CDB**. Brasília, 2000. Disponível em: < <http://www.ufrgs.br/patrimoniogenetico/arquivos-e-formularios/convencao-sobre-diversidade-biologica> >. Acesso em: 19 mai. 2021

BRASIL. **Lei nº 10.831, 23 de dezembro de 2003**. Dispõe sobre a agricultura orgânica e dá outras providências. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/2003/L10.831.htm > Acesso em: 12 out. 2020.

BRASIL. **Lei nº 11.346, 15 de setembro de 2006**. Cria o Sistema Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional – SISAN com vistas em assegurar o direito humano à alimentação adequada e dá outras providências. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2006/lei/l11346.htm > Acesso em: 20 out. 2020.

BRASIL. **Lei nº 11.947, de 16 de junho de 2009**. Dispõe sobre o atendimento da alimentação escolar e do Programa Dinheiro Direto na Escola aos alunos da educação básica; altera as Leis nºs 10.880, de 9 de junho de 2004, 11.273, de 6 de fevereiro de 2006, 11.507, de 20 de julho de 2007; revoga dispositivos da Medida Provisória nº 2.178-36, de 24 de agosto de 2001, e a Lei nº 8.913, de 12 de julho de 1994; e dá outras providências. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2009/lei/l11947.htm >. Acesso em: 05 fev. 2021.

BRASIL. **Decreto nº 7.775, de 4 de julho de 2012**. Regulamenta o art. 19 da Lei nº 10.696, de 2 de julho de 2003, que institui o Programa de Aquisição de Alimentos, e o Capítulo III da Lei nº 12.512, de 14 de outubro de 2011, e dá outras providências. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2012/decreto/d7775.htm >. Acesso em: 29 out. 2020.

BRASIL. **Decreto nº 6.323, de 27 de dezembro de 2007**. Regulamenta a Lei nº 10.831, de 23 de dezembro de 2003, que dispõe sobre a agricultura orgânica, e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2007/Decreto/D6323.htm . Acesso em: 19 mai. 2021

CARMO, R. M. **Fatores de desempenho de associações e cooperativas de agricultores familiares na região de Barretos-SP**. Jaboticabal, 2020. Disponível em: < https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/193589/carmo_rm_me_jabo_sub.pdf?sequence=16&isAllowed=y >. Acesso em: 17 mai. 2021

CARVALHO, F. F.; GROSSI, S. F. **A importância das feiras livres e seus impactos na agricultura familiar**. Faculdade de Tecnologia de Taquaritinga (FATEC) –SP –Brasil. Interface Tecnológica - v. 16 n. 2. 2019.

CARVALHO, L. B. **Plantas Daninhas**. Editado pelo autor, Lages, SC, 2013 vi, 82 p. Disponível em: < https://www.fcav.unesp.br/Home/departamentos/fitossanidade/leonardobiancodecarvalho/livro_plantasdaninhas.pdf >. Acesso em: 16 mai. 2021

CAPORAL, F. R.; COSTABEBER, J. A. **Agroecologia**: alguns conceitos e princípios. 24 p. Brasília : MDA/SAF/DATER-IICA, 2004. Disponível em: < <https://www.fca.unesp.br/Home/Extensao/GrupoTimbo/Agroecologia-Conceitoseprincipios.pdf> >. Acesso em: 28 mai. 2021

CAMARGO, R. A. L.; BACCARIN, J. G.; SILVA, D. B. P. O papel do Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) e do Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE) no fortalecimento da agricultura familiar e promoção da segurança alimentar. **Temas de Administração Pública**, v. 8, n. 2, 2013. Disponível em: < <https://www.fcav.unesp.br/Home/departamentos/economiarural/josegiacomobaccarin1559/artigo-temas-versao-publicada.pdf> >. Acesso em: 20 out. 2020.

CONSTANTIN, J. Métodos de Manejo. OLIVEIRA JR., R. S; in:_____; INOUE, M. H. **Biologia e manejo de plantas daninhas**. – Curitiba, PR: Omnipax, 2011. Disponível em: < <http://www.lpv.esalq.usp.br/sites/default/files/10%20-%20Leitura%20metodos%20de%20controle%201.pdf> >. Acesso em: 18 mai. 2021

CORREA, B.; BARBOSA, Z. O Programa de Aquisição de Alimentos - PAA: implicações socioeconômicas junto aos agricultores familiares da comunidade de Matinha - zona rural de São Luís. **GOT**, Porto, n. 14, p. 159-177, set. 2018. Disponível em: < http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2182-12672018000200007 >. Acesso em: 28 out. 2020.

DEGGERONE, Z. A.; SIEMINKOSKI, S. T. FATORES DETERMINANTES DA DEMANDA DE ALIMENTOS ORGÂNICOS NO MUNICÍPIO DE FREDERICO WESTPHALEN/RS. **REVISTA BRASILEIRA DE TECNOLOGIA AGROPECUÁRIA**, v. 2, n. 1, p. 25-34, 2018. Disponível em: < <http://www.revistas.fw.uri.br/index.php/rbdtta/article/view/2790>>. Acesso em: 30 mai. 2021

DINIZ, R. F.; NETO, C. C. N.; HESPANHOL, A. N. A Emergência dos mercados institucionais no espaço rural brasileiro: agricultura familiar e segurança alimentar e nutricional. **Geo UERJ**, n. 29, p. 234-252, 2016. Disponível em: <<https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/geouerj/article/view/19161/19566>>. Acesso em: 26 out. 2020.

DUTRA, R. M. S.; SOUZA, M. M. O. DE. IMPACTOS NEGATIVOS DO USO DE AGROTÓXICOS À SAÚDE HUMANA. **Hygeia - Revista Brasileira de Geografia Médica e da Saúde**, v. 13, n. 24, p. 127 -140, 22 jun. 2017. Disponível em: <<http://www.seer.ufu.br/index.php/hygeia/article/view/34540/20580>>. Acesso em: 11 out. 2020

ESCOUTO, B. C. Do campo à mesa: a importância da origem e do modo de produção de frutas, legumes e verduras no processo de decisão de compra. 2017. Disponível em: < <https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/174577> >. Acesso em: 29 mai. 2021

GALHARDO, L. R.; SILVA, L. F. S.; LIMA, Â. S. F.. Produtores orgânicos no Brasil e seus organismos certificadores. **Revista Ciência, Tecnologia & Ambiente**, v. 8, n. 1, p. 37-45, 2018. Disponível em: < <https://www.revistacta.ufscar.br/index.php/revistacta/article/view/129/83> >. Acesso em: 19 mai. 2021

GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. **Métodos de pesquisa**. Coordenado pela Universidade Aberta do Brasil – UAB/UFRGS e pelo Curso de Graduação Tecnológica – Planejamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural da SEAD/UFRGS. – Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009. Disponível em: < <http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf> >. Acesso em: 16 abr. 2021

GOMES, D. V. **Educação para o consumo ético e sustentável**. Rev. eletrônica Mestr. Educ. Ambient. ISSN 1517-1256, v.16, janeiro junho de 2006. Disponível em: <<https://periodicos.furg.br/remea/article/view/2778/1567>> . Acesso em: 06 out. 2020

FLICK, U. **Introdução a metodologia de pesquisa: um guia para iniciantes**. – Porto Alegre : Penso, 2013. Disponível em: < <https://www.ets.ufpb.br/pdf/2013/2%20Metodos%20quantitat%20e%20qualitat%20-%20IFES/Bauman,%20Bourdieu,%20Elias/Livros%20de%20Metodologia/Flick%20-%20Introducao%20%C3%A0%20Metodologia%20da%20Pesquisa.pdf> >. Acesso em: 28 mai. 2021

FOLGADO, C. A. R. AGROTÓXICOS NO BRASIL: VIOLAÇÃO DO DIREITO FUNDAMENTAL À SAÚDE E AO MEIO AMBIENTE ECOLÓGICAMENTE EQUILIBRADO. **Revista Jurídica da Universidade Estadual de Feira de Santana (UEFS)**, v. 2, n. 2, 2019. Disponível em: < <http://periodicos.uefs.br/index.php/revistajuridica/article/view/3062> >. Acesso em: 13 out. 2020

FOSSÁ, J. L.; TERNUS, C. H.; BADALOTTI, R. M. Feiras Livres da agricultura familiar: desafios e oportunidades no município de Chapecó-SC. **Revista NECAT- Revista do Núcleo de Estudos de Economia Catarinense**, v. 9, n. 18, p. 120-134, 2020. Disponível em: <https://ojs.sites.ufsc.br/index.php/revistanecat/article/view/4615> . Acesso em: 31 mai. 2021

HLEBOSKI, C. P. V. **Comportamento do consumidor de frutas, legumes e verduras orgânicas do município de Chapecó/SC**. 2018. Disponível em: < <https://rd.ufes.edu.br/handle/prefix/2763> >. Acesso em: 30 mai. 2021

IBGE: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Cidades**. Disponível em: < <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rn/carubas/panorama> >. Acesso em: 26 abr. 2021.

LAGE, M. F. R.; ASSIS, R. L.; AQUINO, A. M. Diagnóstico das feiras de produtos orgânicos e seus consumidores em Belo Horizonte. **Cadernos de Ciência & Tecnologia**, v. 37, n. 1, p. 26519, 2020. Disponível em: <

<https://seer.sct.embrapa.br/index.php/cct/article/view/26519> >. Acesso em: 30 mai. 2020

LOURENÇO, A. V. Contribuições da Teoria das Práticas nas análises sobre a construção do conhecimento agroecológico. **Cadernos de Agroecologia**, v. 15, n. 2, 2020. Disponível em: < <http://cadernos.aba-agroecologia.org.br/index.php/cadernos/article/view/5584> >. Acesso e: 31 mai. 2021

MANFIO, V.; PIEROZAN, V. L. AS NOVAS ALTERNATIVAS RURAIS NA QUARTA COLÔNIA, RS, Brasil: um estudo sobre a agricultura de base agroecológica e a agricultura orgânica. **InterEspaço: Revista de Geografia e Interdisciplinaridade**, v. 3, n. 9, p. 175-194, 2017. Disponível em: < <http://www.periodicoeletronicos.ufma.br/index.php/interespaco/article/view/5695/4767> >. Acesso em: 17 out. 2020

MONTEIRO, R. M.; SILVA, C. V.; SOUZA, I. S. Análise das Degradações Ambientais e Sociais Decorrentes do Uso de Agrotóxicos na Agricultura Convencional. **Jornada de Ensino, Pesquisa e Extensão**. 2008. Disponível em: <<http://jornada.cba.ifmt.edu.br/jornada/index.php/jornada2008/2008/paper/viewFile/159/65> >. Acesso em: 11 out. 2020

OLIVEIRA, M. S.; LIMA, J. R. O. **Feiras livres**: uma manifestação natural e espontânea de economia popular e solidária. In: XV Semana de Economia e I Encontro de Egressos de Economia da UESB. Vitória da Conquista, Bahia, 13 a 17 de fev. de 2017. Disponível em: <http://www2.uesb.br/eventos/semana_economia/2016/anais/GT1%20-%203.%20Feiras%20livres%20-%20uma%20manifesta%C3%A7%C3%A3o%20natural%20e%20espont%C3%A2nea%20de%20economia%20popular%20e%20solid%C3%A1ria.pdf >. Acesso em: 15 out. 2020.

PEREIRA, V. G.; BRITO, T. P.; PEREIRA, S. B. A feira-livre como importante mercado para a agricultura familiar em Conceição do Mato Dentro (MG). **Revista Ciências Humanas - UNITAU**, Taubaté/SP - Brasil, v. 10, ed. 20, dez. 2017. Disponível em: < <https://www.rchunitau.com.br/index.php/rch/article/view/383> >. Acesso em: 15 out. 2020.

POHL, N. H.; PEREIRA FILHO, J. B. C.; ABBADE, E. B. O PERFIL DOS CONSUMIDORES DE PRODUTOS ORGÂNICOS DA CIDADE DE SANTA MARIA-RS. **Revista Estudo & Debate**, v. 26, n. 4, 2019. Disponível em: < <http://www.univates.br/revistas/index.php/estudoedebate/article/view/2170> >. Acesso em: 29 mai. 2021

PUPIM, E. S. Aplicação de agrotóxicos no agronegócio: consequências para a saúde dos trabalhadores. **Engenharia Segurança do Trabalho-Tubarão**, 2020. Disponível em: < <https://www.riuni.unisul.br/bitstream/handle/12345/10977/TCC%202020%20VERS%C3%83O%20FINAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y> >. Acesso em: 18 mai. 2021

SCHIAVINI, J. M.; GARRIDO, I. Análise de Conteúdo, Discurso ou Conversa? Similaridades e Diferenças entre os Métodos de Análise Qualitativa. **Revista ADM. MADE**, v. 22, n. 2, p. 01-12, 2018. Disponível em: <https://www.researchgate.net/profile/Ivan-Garrido->

[3/publication/328544209 Analise de Conteudo Discurso ou Conversa Similaridades e Diferencas entre os Metodos de Analise Qualitativa/links/6000b7ba299bf14088974492/Analise-de-Conteudo-Discurso-ou-Conversa-Similaridades-e-Diferencas-entre-os-Metodos-de-Analise-Qualitativa.pdf](https://www.researchgate.net/publication/328544209_Analise_de_Conteudo_Discurso_ou_Conversa_Similaridades_e_Diferencas_entre_os_Metodos_de_Analise_Qualitativa/links/6000b7ba299bf14088974492/Analise-de-Conteudo-Discurso-ou-Conversa-Similaridades-e-Diferencas-entre-os-Metodos-de-Analise-Qualitativa.pdf) . Acesso em: 19 mai. 2021

SILVA, D. A.; POLLI, H. Q. A IMPORTÂNCIA DA AGRICULTURA ORGÂNICA PARA A SAÚDE E O MEIO AMBIENTE. **Revista Interface Tecnológica**, v. 17, n. 1, p. 505-516, 2020. Disponível em: < <https://revista.fatectq.edu.br/index.php/interfacetecnologica/article/view/825> >. Acesso em: 19 out. 2020

SILVA, M. B. O.; FLAIN, V. S. Capitalismo e consumismo: os desafios do consumo sustentável na sociedade contemporânea. **Revista da AJURIS**, v. 44, n. 143, p. 357-378, 2017. Disponível em: < <http://ajuris.kinghost.net/OJS2/index.php/REVAJURIS/article/view/621> >. Acesso em: 16 out. 2020.

SILVA, M. H. C. *et al.* **A importância da rotatividade de culturas na agricultura familiar**. Brazilian Journal of Development. Curitiba, v.6, n.11,p.85649-85655, nov.2020. Disponível em:< <https://www.brazilianjournals.com/index.php/BRJD/article/view/19444/15604> >. Acesso em: 18 mai. 2021

SILVA, M. R. F.; CARVALHO, R. G.; GRIGIO, A. M.; DIAS, N. S. **Gestão Ambiental: Caminhos para uma sociedade sustentável**. Livraria da Física, 2013.

SILVEIRA, T. O. et al. Agricultores familiares filiados à FAF-Rural: escoamento da produção e fontes de geração de renda. **Cadernos de Agroecologia**, v. 15, n. 2, 2020. Disponível em: <http://cadernos.aba-agroecologia.org.br/index.php/cadernos/article/view/5863>. Acesso em: 31 mai. 2021

SERRA, L. S. et al. Revolução Verde: reflexões acerca da questão dos agrotóxicos. **Revista Científica do Centro de Estudos em Desenvolvimento Sustentável da UNDB**, v. 1, n. 4, 2016. Disponível em: < http://professor.pucgoias.edu.br/sitedocente/admin/arquivosUpload/6461/material/revolu%C3%A7%C3%A3o_verde_e_agrot%C3%B3xicos_-_marcela_ruy_f%C3%A9lix.pdf >. Acesso em: 28 mai. 2021

SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico**. – 23. ed. rev. e atual. – São Paulo : Cortez, 2007. Disponível em: < <https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1vXk4gvAb5DNNCKsgUaEigQndc1j5ir5q> >. Acesso em: 16 abr. 2021

SOUZA, E. M. et al. Agroecologia e Agricultura Familiar: Contribuição das Organizações Sociais para a Segurança Alimentar e a Comercialização Solidária. **Revista em Gestão, Inovação e Sustentabilidade. Brasília**, v. 3, n. 1, p. 140-162, 2017. Disponível em: < https://www.researchgate.net/publication/321658403_Agroecologia_e_Agricultura_Familiar_Contribuicao_das_Organizacoes_Sociais_para_a_Seguranca_Alimentar_e_a_Comercializacao_Solidaria >. Acesso em: 15 out 2020.

SOUZA, K. B.; RIBEIRO, K. C.; OCCHI, L. C. M. O atual cenário do consumo de alimentos orgânicos. **Anais do IX SIMPROD**, 2017. Disponível em: < <https://ri.ufs.br/handle/riufs/7683> >. Acesso em: 29 mai. 2021.

TAIT, M. M.; NEVES, E. F.; GONÇALVES, G. Agroecologia e tecnologia social como caminhos para o desenvolvimento rural integral: Uma aproximação. **Economia e Desenvolvimento**, v. 32, n. Esp., p. 9, 2020. Disponível em: <<https://periodicos.ufsm.br/eed/article/view/41536>>. Acesso em: 29 mai. 2021.

VERDÉLIO, A. **Ascensão à classe média deve ser associada ao consumo consciente, defende Pnuma**. Agência Brasil, 2015. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2015-06/ascensao-de-familias-classe-media-deve-ser-associada-ao-consumo-consciente>>. Acesso em: 07 mar 2021.

ZAMBERLAN, L. *et al.* Alimentos orgânicos: atributos, consequências e valores percebidos no consumo. **Revista de La Agrupación Joven Iberoamericana de Contabilidad y Administración de Empresas**, v. 17, p. 14-28, 2017. Disponível em: <http://elcriterio.com/revista/contenidos_17/2.pdf>. Acesso em 18 mai. 2021

APÊNDICE A – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE)

UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Esclarecimentos

Este é um convite para você participar da pesquisa “ASPECTOS DA COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS ORGÂNICOS NO MUNICÍPIO DE CARAÚBAS/RN” e que segue as recomendações da resolução 466/12 do Conselho Nacional de Saúde e suas complementares. Sua participação é voluntária, o que significa que você poderá desistir a qualquer momento, retirando seu consentimento, ou recusar-se a participar da pesquisa, sem que isso lhe traga nenhum prejuízo ou penalidade.

Essa pesquisa se justifica por alcançar a temática dos produtos orgânicos no município de Caraúbas/RN, levantando dados referentes ao conhecimento da população, sejam eles produtores, comerciantes ou buscadores, e sobre os produtos orgânicos propriamente, tanto no âmbito da produção (o que são produtos orgânicos e de que maneira eles devem ser cultivados) como nas exigências quanto à comercialização (como as condições legais). Essas informações são relevantes a fim de contribuir para que a população, uma vez que tenha interesse e acesso aos produtos orgânicos, possa ter uma melhor qualidade de vida por meio de alimentação saudável.

Esta pesquisa tem como objetivo geral: Identificar de que maneira os buscadores e buscadoras da feira de orgânicos do município de Caraúbas percebem esse espaço de comercialização e como vem se desenvolvendo a dinâmica de comercialização desses produtos. Quanto a sua participação na pesquisa, não envolve nenhum risco e seus dados serão protegidos. Os benefícios, ao participar da pesquisa, dizem respeito à contribuição para construção e divulgação do conhecimento sobre a produção e consumo de produtos orgânicos no seu município, que têm contribuição decisiva para qualidade de vida da população, assim como respeitam o meio ambiente. Todas as informações levantadas serão sigilosas e seu nome não será identificado em nenhuma fase/etapa desta pesquisa. Os dados serão armazenados em local seguro e a divulgação dos resultados será feita de forma a não identificar os voluntários.

É garantido que os dados obtidos a partir de sua participação na pesquisa não serão utilizados para outros fins além dos previstos neste termo.

Se você tiver algum gasto que seja devido à sua participação na pesquisa, você será ressarcido.

Se você sofrer algum dano, que seja, comprovadamente, decorrente desta pesquisa, você terá direito a indenização. Você ficará com uma via deste termo, que deverá ser rubricada e assinada em cada página e toda a dúvida que você tiver a respeito desta pesquisa, poderá perguntar diretamente para Prof.^a Dra. Gabriela Cemirames de Sousa Gurgel. Av. Professor Antônio Campos, s/n-Costa e Silva Mossoró-RN ou pelo telefone (84) 997014233.

Consentimento Livre e Esclarecido

Estou de acordo com a participação no estudo descrito acima. Fui devidamente esclarecido (a) quanto aos objetivos da pesquisa, ao(s) procedimento(s) ao(s) qual (is) serei submetido e dos possíveis riscos que possam advir de minha participação. Foram-me garantidos esclarecimentos que eu venha a solicitar durante o curso da pesquisa e o direito de desistir da participação em qualquer momento, sem que minha desistência implique em qualquer prejuízo a minha pessoa ou de minha família. Caso minha participação na pesquisa implique em algum gasto, serei ressarcido e caso sofra algum dano, serei indenizado. Autorizo assim a publicação dos dados desta pesquisa, sendo-me garantido o meu anonimato e o sigilo dos dados referentes à minha identificação.

Participante da pesquisa ou responsável legal:

Nome: _____

Entrevistador:

Nome: Renata Duarte de Almeida

Assinatura: *Renata Duarte de Almeida*

Pesquisador responsável:

Nome: Gabriela Cemirames de Sousa Gurgel.

Assinatura: *Gabriela Cemirames de Sousa Gurgel*

Endereço profissional: Av. Professor Antônio Campos, s/n-Costa e Silva
Mossoró-RN **Fone:** (84) 997014233.

APÊNDICE B – Roteiro da entrevista

COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS ORGÂNICOS NA CIDADE DE CARAÚBAS
RENATA DUARTE DE ALMEIDA – TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

1. Informações pessoais

NOME:

SEXO: M () F ()

IDADE:

PROFISSÃO:

2. Aspectos da produção

VOCÊ TEM CONHECIMENTO SOBRE O QUE É AGROECOLOGIA?

VOCÊ TEM CONHECIMENTO SOBRE O QUE É UM PRODUTO ORGÂNICO?

OS PRODUTOS QUE VOCÊ VENDE E/OU COMERCIALIZA SÃO TODOS ORGÂNICOS OU HÁ PRODUTOS CONVENCIONAIS?

CASO HAJA PRODUTOS ORGÂNICOS, QUAIS OS MECANISMOS VOCÊ EMPREGA PARA GARANTIR A QUALIDADE DOS PRODUTOS ORGÂNICOS PARA OS CONSUMIDORES?

VOCÊ CONHECE QUAIS SÃO AS EXIGÊNCIAS DA LEGISLAÇÃO QUANTO À PRODUÇÃO DE ORGÂNICOS?

CASO SEJA PRODUTOR, EXISTE UMA SEPARAÇÃO ENTRE A PRODUÇÃO CONVENCIONAL E ORGÂNICA?

QUAIS AS PRÁTICAS EMPREGADAS PARA O MANEJO DA FERTILIDADE DO SOLO?

QUAIS AS PRÁTICAS EMPREGADAS PARA O MANEJO DAS PLANTAS ESPONTÂNEAS?

QUAIS AS PRÁTICAS EMPREGADAS PARA O CONTROLE DE INSETOS?

VOCÊ FAZ USO DOS RECURSOS QUE ENCONTRA DENTRO DA SUA PRÓPRIA ÁREA OU HÁ AQUISIÇÃO DE PRODUTOS DE FORA? E CASO POSITIVO PARA A PULTIMA PERGUNTA, QUAIS OS PRINCIPAIS?

O QUE VOCÊ ENTENDE POR BIODIVERSIDADE?

COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS ORGÂNICOS NA CIDADE DE CARAÚBAS
RENATA DUARTE DE ALMEIDA – TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

SE SIM, QUAL A SUA PRINCIPAL MOTIVAÇÃO PARA BUSCAR PRODUTOS ORGÂNICOS?

SE NÃO, TERIA INTERESSE EM CONSUMI-LOS? QUAL A PRINCIPAL BARREIRA?

QUAL SEU PRINCIPAL MEIO DE ACESSO AOS PRODUTOS ORGÂNICOS?

A PRODUÇÃO ORGÂNICA, NORMALMENTE, RESULTA EM UM PRODUTO DIFERENCIADO QUE, POR SUAS CARACTERÍSTICAS, RESULTAM EM UM PREÇO MAIS ALTO DE AQUISIÇÃO. VOCÊ PAGARIA MAIS CARO POR UM PRODUTO POR SER ORGÂNICO?

VOCÊ ENTENDE OS BENEFÍCIOS DE CONSUMIR PRODUTOS ORGÂNICOS? QUAIS SERIAM?

O QUE VOCÊ IDENTIFICA COMO OS PRINCIPAIS GARGALOS PARA O CONSUMO DE PRODUTOS ORGÂNICOS?

COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS ORGÂNICOS NA CIDADE DE CARAÚBAS
RENATA DUARTE DE ALMEIDA – TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

O QUE VOCÊ CONSIDERA COMO PRINCIPAL GARGALO DENTRO DA SUA PRODUÇÃO?

3. Aspectos da comercialização

QUAIS PRODUTOS VOCÊ COMERCIALIZA?

QUAIS CANAIS DE VENDA E DISTRIBUIÇÃO VOCÊ UTILIZA PARA CHEGAR ATÉ O CONSUMIDOR FINAL?

QUAIS ESTRATÉGIAS DE DIVULGAÇÃO VOCÊ EMPREGA?

O QUE VOCÊ CONSIDERA COMO SUAS PRINCIPAIS ESTRATÉGIAS PARA SER COMPETITIVO NO MERCADO?

VOCÊ FAZ PARTE DE ALGUMA ASSOCIAÇÃO OU COOPERATIVA? SE SIM, QUAIS AS VANTAGENS QUE OBSERVA?

VOCÊ CONHECE QUAIS SÃO AS EXIGÊNCIAS DA LEGISLAÇÃO QUANTO À COMERCIALIZAÇÃO DE ORGÂNICOS NO BRASIL?

VOCÊ CONHECE O PROCESSO DE CERTIFICAÇÃO DE PRODUTOS ORGÂNICOS? SE SIM, SEUS PRODUTOS SÃO CERTIFICADOS?

VOCÊ TEM CONHECIMENTO SOBRE POLÍTICAS PÚBLICAS QUE VISAM O FORTALECIMENTO DO PEQUENO PRODUTOR FAMILIAR/ORGÂNICO?

EXISTE ALGUM LAÇO DE SOLIDARIEDADE ENTRE OS FEIRANTES?

O QUE VOCÊ CONSIDERA COMO O PRINCIPAL GARGALO DA COMERCIALIZAÇÃO?

4. Dados dos consumidores (as)

VOCÊ TEM CONHECIMENTO SOBRE O QUE É AGROECOLOGIA?

VOCÊ TEM CONHECIMENTO SOBRE O QUE É UM PRODUTO ORGÂNICO?

QUE TIPOS DE PRODUTOS VOCÊ BUSCA NA FEIRA?

VOCÊ BUSCA POR PRODUTOS ORGÂNICOS?