

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DO RIO GRANDE DO SUL
UNIDADE SANTANA DO LIVRAMENTO
CURSO DE DESENVOLVIMENTO RURAL E GESTÃO AGROINDUSTRIAL**

LUCAS RIEFEL INACIO

**ANÁLISE DOS FATORES PARA O NÃO CONSUMO DE ORGÂNICOS:
estudo de caso em Santana do Livramento**

**SANTANA DO LIVRAMENTO
2022**

LUCAS RIEFEL INACIO

ANÁLISE DOS FATORES PARA O NÃO CONSUMO DE ORGÂNICOS:

estudo de caso em Santana do Livramento

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Desenvolvimento Rural e Gestão Agroindustrial, na Universidade Estadual do Rio Grande do Sul.

Orientador: Prof. Dr. Cláudio Becker

**SANTANA DO LIVRAMENTO
2022**

Catálogo de Publicação na Fonte

I35a	<p>Inacio, Lucas Riefel. Análise dos fatores para o não consumo de orgânicos: estudo de caso em Santana do Livramento. / Lucas Riefel Inacio. – Santana do Livramento, 2022.</p> <p>38 f.</p> <p>Orientador: Prof. Dr. Cláudio Becker.</p> <p>Trabalho de conclusão de curso (Graduação) – Universidade Estadual do Rio Grande do Sul, Curso de Desenvolvimento Rural e Gestão Agroindustrial, Unidade em Santana do Livramento, 2022.</p> <p>1. Alimentos saudáveis. 2. Agroecologia. 3. Sustentabilidade. I. Becker, Cláudio. II. Título.</p>
------	---

LUCAS RIEFEL INACIO

ANÁLISE DOS FATORES PARA O NÃO CONSUMO DE ORGÂNICOS:
estudo de caso em Santana do Livramento

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como requisito parcial
para a obtenção do título de Bacharel
em Desenvolvimento Rural e Gestão
Agroindustrial, na Universidade
Estadual do Rio Grande do Sul.

Orientador: Prof. Dr. Cláudio Becker

Aprovado em: 07/07/2022.

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Dr. Cláudio Becker - Orientador
Universidade Estadual do Rio Grande do Sul – Uergs

Profa. Dra. Biane de Castro
Universidade Estadual do Rio Grande do Sul – Uergs

Profa. Dra. Cassiane da Costa
Universidade Estadual do Rio Grande do Sul – Uergs

Dedico a meu avô Vanderley (*in memoriam*)

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus avós que me criaram e me incentivaram a estudar. A minha mulher Bruna, agradeço por sempre estar nos piores e melhores momentos comigo sempre me incentivando e me ajudando a ser uma pessoa melhor.

Aos meus amigos que sempre acreditaram no meu potencial, ao meu orientador professor Dr. Cláudio Becker por sempre me motivar a participar de congressos e eventos acadêmicos, por me possibilitar a ser bolsista de pesquisa. “Pessoas comuns falam sobre coisas comuns, pessoas mesquinhas falam de pessoas e pessoas inteligentes falam de ideias! (Platão)”.

Agradeço também aos demais professores(as) pelos ensinamentos e amizade compartilhadas e a UERGS pelo ensino gratuito de qualidade. Meu muito obrigado a todos(as)!

“Você só precisa de duas coisas para ser feliz, sabedoria e amor”

Eliphas Levy

RESUMO

Do ponto de vista do consumo, apesar de uma maior popularização, os alimentos orgânicos ainda são tidos, em especial no senso comum, como produtos elitizados e com dificuldades quanto ao acesso regular pelo conjunto da população. Diante disso, o trabalho teve o objetivo de analisar os obstáculos para o consumo de alimentos orgânicos em Santana do Livramento por parte da população que não realiza o consumo destes produtos. Metodologicamente, foi realizada uma pesquisa via formulário eletrônico do Google com um recorte dos consumidores de Santana do Livramento/RS. O instrumento de coleta de dados foi composto por questões abertas e fechadas, sendo sua divulgação realizada por meio das redes sociais e de aplicativos de troca de mensagens instantâneas (WhatsApp, Facebook, Instagram), alcançando um total de 325 respondentes, entre junho e agosto de 2021. Observou-se que 24% dos entrevistados não consumiam orgânicos, sendo que a maioria destes (8,32%), possuía renda entre 1 e 2 salários mínimos. Dentre os principais motivos pelo não consumo, o acesso (32,46%), o preço (31,16%) e o não conhecimento sobre os mesmos (18,18%) foram citados. Concluiu-se que é preciso ter mais acesso, divulgação e preços competitivamente acessíveis para que haja o aumento do consumo de orgânicos por parte da população de Santana do Livramento.

Palavras-chave: Alimentos saudáveis. Agroecologia. Sustentabilidade.

RESUMEN

Desde el punto de vista del consumo, a pesar de una mayor popularización, los alimentos orgánicos siguen siendo considerados, sobre todo en el sentido común, como productos elitistas y con dificultades de acceso regular por parte del conjunto de la población. En virtud, el objetivo de este trabajo fue analizar los obstáculos para el consumo de alimentos orgánicos en Santana do Livramento por parte de la población que no consume estos productos. Metodológicamente, se realizó una entrevista a través del formulario electrónico de Google con una selección de consumidores en Santana do Livramento/RS. El instrumento de recolección de datos consistió en preguntas abiertas y cerradas, y su difusión se realizó a través de redes sociales y aplicaciones de mensajería instantánea (WhatsApp, Facebook, Instagram), llegando a un total de 325 entrevistados entre junio y agosto de 2021. Se observó que el 24% de los entrevistados no consumía productos orgánicos, y la mayoría (8,32%) tenía ingresos entre 1 y 2 salarios mínimos. Entre los principales motivos para no consumir se citaron el acceso (32,46%), el precio (31,16%) y el desconocimiento de los mismos (18,18%). Se concluyó que es necesario tener más acceso, difusión y precios competitivos accesibles para que haya un aumento en el consumo de productos orgánicos por parte de la población de Santana do Livramento.

Palabras clave: Alimentos saludables. Agroecología. Sustentabilidad.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Mapa ilustrativo indicando a localização do município de Santana do Livramento, RS.....	21
Figura 2 - Gráfico fatores para o não consumo de produtos orgânicos.....	25
Figura 3 - Gráfico sobre a disponibilidade de produtos orgânicos para os entrevistados que consomem ocasionalmente e raramente	26
Figura 4 - Gráfico sobre a avaliação do custo/benefício de produtos orgânicos para os entrevistados que consomem ocasionalmente e raramente	27

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Relação da renda média mensal da família do entrevistado com o consumo ou não de alimentos orgânicos **Erro! Indicador não definido.**24

Tabela 2 - Relação entre a renda média mensal da família do entrevistado(a) com a frequência do consumo de produtos orgânicos 25

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Sugestões do que poderia ser feito para que os não consumidores de produtos orgânicos passassem a consumir 27

Quadro 2 - Sugestões dos entrevistados quanto ao que poderia ser feito para ampliar o consumo de orgânicos entre os entrevistados que consumiam ocasionalmente e raramente.....29

LISTA DE ABREVIATURAS

UERGS – Universidade Estadual do Rio Grande do Sul.

OMS – Organização Mundial da Saúde.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
1.1 PROBLEMA DE PESQUISA	12
1.2 OBJETIVOS	13
1.2.1 Objetivo geral.....	13
1.2.2 Objetivos específicos	13
2 REVISÃO DA LITERATURA	14
2.1 AGROECOLOGIA E PRODUÇÃO DE ALIMENTOS	14
2.2 CONSUMO DE ORGÂNICOS.....	17
3 METODOLOGIA	21
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO	23
4.1 PERFIL GERAL DOS ENTREVISTADOS.....	23
4.2 RENDA E DISPONIBILIDADE COMO DETERMINANTES NO CONSUMO DE ORGÂNICOS?	24
4.3 MOTIVAÇÕES ADICIONAIS PARA O (NÃO) CONSUMO.....	27
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	32
REFERÊNCIAS	34

1 INTRODUÇÃO

Este estudo busca identificar quais os obstáculos e dificuldades que a população do município de Santana de Livramento enfrenta para o consumo de alimentos orgânicos.

Segundo Canesqui (2005) as investigações antropológicas referentes à alimentação ganharam notoriedade a partir da década de 70. Sendo assim relacionaram a diversas associações, como a identificação da classe social, marcas regionais e horários de consumo. Seguindo esta linha do tempo nos anos 80, já passam a analisar o consumo dos alimentos relacionados a saúde, doença, a concentração de vitaminas, aparecem discursos dos alimentos que fazem mal como os gordurosos e a evitação de consumo de cigarros e álcool. Os anos 90 e a década atual são vigorosamente marcados por alimentos *fast foods*, comidas a quilo e praças de alimentações em shoppings.

Em contraponto, Singer (2007) afirma que as pessoas adquirem produtos orgânicos porque acreditam que maneiras mais naturais de produzir alimentos tem uma maior chance de serem saudáveis, descrevendo os benefícios ao meio ambiente da produção orgânica, abordando o manejo da qualidade do solo, o incentivo da biodiversidade, redução de poluição e energia entre outros fatores que promovem a qualidade de vida e ambiental.

Desde então o aumento do interesse dos consumidores por produtos mais saudáveis e ambientalmente responsáveis vem modificando, de forma significativa, o processo de escolha alimentar. Considerando as características tangíveis e intangíveis presentes no processo de escolha dos alimentos orgânicos (GRAZIANO *et al.*, 2011).

A orientação temporal foi reconhecida como um importante influenciador dos comportamentos saudáveis. Com isso, a tendência em buscar uma gratificação mais imediata na alimentação, minimizando os benefícios futuros, pode atuar como um dos principais fatores que limita o consumidor no processo de escolha de alimentos com características mais saudáveis e sustentáveis (MARCHI *et al.* 2016). A reduzida literatura sobre a orientação temporal no comportamento de escolha alimentar mostra que a maneira como são passadas as informações para a escolha de uma alimentação mais

saudável nem sempre é conveniente, fazendo-se necessário, portanto, mais estudos para que seja possível entender melhor as formas de se comunicar e estimular esses consumidores. Expressões como “consumo verde” e “consumo sustentável” tomam-se constantes para designar a esfera de consumo como uma nova possibilidade de ação política. Diante deste contexto surgem nichos de mercados específicos para negros, homossexuais, solteiros, naturalistas, idosos, crianças, adolescentes e, por que não, ambientalistas? E o autor conclui que o nível e o estilo de consumo se tornaram a principal fonte de identidade cultural e de participação na vida coletiva, além de caminhos privilegiados para a análise e compreensão das sociedades contemporâneas (POTILHO, 2005).

De acordo com Cupsinsk et al. (2019), um dos canais mais importantes da comercialização são as feiras da agricultura familiar, que vêm sendo aplicadas em diversas regiões do País. Elas são vistas como estratégias de comercialização da produção familiar, e proporcionam o contato direto do agricultor com o consumidor final. As feiras livres surgem pela demanda de alimentos, a partir do crescimento populacional e por necessitar de uma organização comercial para uma melhor apresentação dos produtos e, conseqüentemente, sua venda. O Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE) foi criado em 1979, mas somente com a promulgação da Constituição Cidadã em 1988, foi assegurado o direito à alimentação escolar a todos os alunos do ensino fundamental, como programa suplementar à política educacional. Por meio dessa e de outras políticas públicas foi possível realizar uma relativa “democratização” no acesso aos orgânicos, entretanto distante de popularizar o seu consumo e acesso pleno.

No âmbito da sociedade como um todo persistem inúmeros tabus e desconhecimento quanto aos alimentos orgânicos. Investigar alguns destes aspectos é o fato que motivou a realização desse trabalho de curso.

1.1 PROBLEMA DE PESQUISA

Sabe-se que o direito humano à alimentação adequada (DHAA) é uma condição essencial de todos os cidadãos brasileiros, sendo um dever do

Estado em garanti-lo. Não obstante, a produção agroecológica tem obtido importantes avanços quantitativos e qualitativos, sobretudo apoiada em iniciativas da sociedade civil organizada.

Do ponto de vista do consumo, apesar de uma maior popularização, os alimentos orgânicos ainda são tidos, em especial no senso comum, como produtos elitizados e com dificuldades quanto ao acesso regular pelo conjunto da população.

Diante desta conjuntura caberia questionar: i) renda, acesso e qualidade são realmente os fatores que limitam o consumo de alimentos orgânicos? ii) em que medida estes fatores interferem nas opções alimentares dos consumidores? iii) existem outros obstáculos que concorrem para o não consumo de orgânicos?

Com base nestas e em outras indagações, empreendeu-se um estudo de caso sobre o consumo de orgânicos em Santana do Livramento, RS, sendo contemplado neste trabalho a análise dos fatores para o não consumo.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo geral

Analisar os obstáculos para o consumo de alimentos orgânicos em Santana do Livramento por parte da população que não realiza o consumo destes produtos.

1.2.2 Objetivos específicos

- verificar se renda e disponibilidade são realmente os fatores que possuem maior incidência para o não consumo de orgânicos no município;
- avaliar em que medida estes fatores interferem nas opção pelo consumo de orgânicos entre os entrevistados;
- compreender quais outros fenômenos concorrem para o (não) consumo destes alimentos pelos santanenses.

2 REVISÃO DA LITERATURA

Esta seção reúne as principais referências conceituais e teóricas sobre o tema de estudo, relacionando-os ao contexto investigado. Desta forma, abordam-se sequencialmente temas contribuições teóricas relativas à: Agroecologia; Produção de alimentos e Consumo de Orgânicos.

2.1 AGROECOLOGIA E PRODUÇÃO DE ALIMENTOS

O termo agroecologia existe desde os anos 1930. Porém, a importância científica foi demarcada a partir dos últimos quarenta anos, com o aprofundamento da reflexão teórica sobre o manejo dos agroecossistemas e das críticas ao modelo de desenvolvimento agrícola (MOREIRA; CARMO, 2004). Gliessman (2000) entende a agroecologia como derivada da Ecologia e da Agronomia, com importante influência dos sistemas tradicionais de cultivo, sobretudo, indígenas e camponeses de países em desenvolvimento, que começaram a ser reconhecidos por muitos pesquisadores como exemplos importantes de manejo de agroecossistemas, ecologicamente fundamentados.

Em sua denúncia à lógica insustentável da agricultura química, Guterres (2006), resgatando e organizando na forma de livro os saberes deixados por Enio Guterres, estudioso e militante em favor dos camponeses, atenta-nos para a necessidade de trabalharmos para a transição do modelo de agricultura química ou convencional, baseada na geração de lucro, para um modelo outro de agricultura que seja compatível com a existência humana saudável e a preservação da natureza.

A agricultura tem evoluído por meio do desenvolvimento de novas tecnologias, maquinários agrícolas e da indústria química que, tendo estimulado a produção de alimentos, também resultou em consequências visíveis sobre o meio ambiente e os ecossistemas. Em função das consequências, foi-se gerando uma pressão da sociedade pelo consumo de produtos obtidos em sistemas produtivos que não gerariam impactos sobre o meio ambiente e a saúde humana. A agricultura orgânica é um sistema de produção alternativo seguro e sustentável, baseado na interação dinâmica

entre o solo, as plantas, os animais, as pessoas, o ecossistema e o meio ambiente (IFOAM, 1998).

A produção agroecológica utiliza princípios fundamentais que são muito distintos daqueles que movem o agronegócio. Um destes princípios é o não uso de defensivos agrícolas nos processos de produção e processamento do alimento (produção orgânica). Em substituição aos insumos químicos do agronegócio, a produção agroecológica utiliza adubos naturais, muitas vezes resultantes do aproveitamento de uma outra atividade realizada, como a criação de animais, e faz uso do controle biológico de pragas substituindo assim os perigosos agrotóxicos por algo que não tenha como consequência a deterioração do ambiente e da saúde de quem consome o alimento contaminado por venenos. Outro princípio da produção agroecológica é a substituição das monoculturas pelo modelo de consórcio entre diferentes espécies vegetais, além da utilização adequada do solo. Atentar para este aspecto torna-se importante já que, enquanto algumas plantas fazem uso de determinados tipos de nutrientes do solo, outras utilizam espectro diverso e em quantidades distintas. Evita-se, dessa forma, a competição intraespecífica por nutrientes do solo, reduzindo o seu esgotamento (DAIMO 2012).

O sistema orgânico se enquadra no contexto da agroecologia, sendo definido como um sistema de produção que não permite o uso de “agrotóxicos”, medicamentos químicos, hormônios sintéticos e de produtos transgênicos, restringe a utilização de adubos químicos, inclui ações de conservação dos recursos naturais e considera aspectos éticos nas relações sociais internas da propriedade e no trato com os animais (KHATOUNIAN, 2001). Portanto, pela legislação brasileira, todas as terminologias doravante utilizadas serão consideradas para produtos de origem vegetal e animal no Brasil como orgânicos, contudo nos sistemas orgânicos, todas as práticas e processos previstos pela ciência agroecologia podem e devem ser aplicados (FIGUEIREDO e SOARES, 2012), desde que em conformidade com a legislação produção orgânica.

A partir dos anos 60 a agricultura, passou por processo de “modernização” e industrialização, essa transformação na agricultura, denominada “Revolução

Verde”, intensificou o uso dos recursos naturais na produção agrícola, elevando-o a um patamar industrial de exploração, com consequente acentuação do processo de degradação ecológica, cultural e de exploração social. (Guzman *et al*, 2000). Com a abertura democrática, na década de 1980, inicia-se um momento de contestação à forma como a modernização da agricultura vinha sendo conduzida no Brasil. Diversos fatores conjunturais colaboraram para que se questionassem as interpretações hegemônicas sobre o desenvolvimento rural. Entre os fatores, estavam a crise econômica, a baixa capacidade de investimentos do Estado, a resistência política de parte importante dos agricultores às mudanças propostas pelas políticas públicas, os impactos negativos dos processos de modernização e a persistência da pobreza rural (FREITAS *et al*, 2012).

De acordo com o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa) (2014), a área total do País com produção orgânica certificada em 2013 representou 1,8 milhão de hectares aproximadamente, manejados por 6.719 produtores em mais de 10.000 unidades produtivas, a agricultura orgânica é encontrada em todos os estados brasileiros. O crescimento da produção orgânica no mundo tem sido dinâmico e constante (GALINDO, 2007). O incremento das áreas dedicadas à agricultura orgânica no mundo entre 1999 e 2012 representou um aumento de mais de 240% na extensão de produção orgânica em milhões de hectares, passando de 11 milhões de hectares a 37,5 hectares (IFOAM; FIBL, 2014).

Dentre as regiões com maior área agrícola orgânica no mundo, segundo a IFOAM (2014) para 2012, encontram-se a Oceania, com 12,2 milhões de hectares, seguida por Europa, com 11,2 milhões de hectares; já, Ásia, América do Norte e África possuem 6,8 milhões de hectares: 3,2 milhões, 3 milhões e 1,1 milhão de hectares, respectivamente. Referindo-se à quantidade de área agrícola orgânica por país segundo registros do estudo *The World of Organic Agriculture realizado em 2010 pelo Research Institute of Organic Agriculture* (FIBL) e pelo IFOAM, encontra-se em primeiro lugar a Austrália, com 12 milhões de hectares, seguido de Argentina, com 4,4 milhões de hectares e, em um terceiro lugar, China, com 1,9 milhões de hectares. Considerando o referido estudo, o Brasil, com 1,8 milhões de hectares, posiciona-se como a quarta maior área orgânica do mundo (IFOAM e FIBL, 2014). De acordo com o

Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa) (2014), a área total do País com produção orgânica certificada em 2013 representou 1,8 milhão de hectares aproximadamente, manejados por 6.719 produtores em mais de 10.000 unidades produtivas.

A agricultura orgânica é encontrada em todos os estados brasileiros, mas em termos de produção orgânica por área tem-se que Mato Grosso e Pará são os estados com maior quantidade de terras dedicado a este tipo de agricultura com mais de 622.000 e 602.000 hectares, respectivamente, seguidos por Amapá, com 132.000 ha, Rondônia, com 36.000 ha e Bahia, com 25.000 ha (RABELLO, 2012).

Apesar da disseminação da produção e do avanço significativo nas áreas cultivadas, o consumo de alimentos orgânicos é caracterizado por temas controversos, normalmente associados tanto a obstáculos quanto ao acesso dos consumidores a estes produtos. Buscaremos inserir algumas perspectivas desta discussão na subseção que segue.

2.2 CONSUMO DE ORGÂNICOS

O consumo de orgânicos no mundo têm se expandido significativamente, conduzidos pela impavidez da demanda por alimentos e bebidas orgânicas, principalmente nos países da Europa e da América do Norte, além da China, que se transformou no quarto maior mercado de orgânicos no mundo, desde 2013, atrás somente dos Estados Unidos, da Alemanha e da França (WILLER; LERNOUD, 2018). O aumento médio anual das vendas no varejo de produtos orgânicos no mundo foi superior a 11%, no período de 2000 a 2017. A seção se tornou pujante economicamente, ainda mais quando se aferem seus resultados recentes aos dados sobre a consumação de produtos agrícolas básicos não orgânicos, em especial, nos países desenvolvidos. De acordo com as projeções publicadas no trabalho *Perspectivas agrícolas 2018-2027*, de OCDE e FAO (2018), há uma saciedade da demanda pelos principais produtos agrícolas básicos (cereais, carne, pescado, lácteos, açúcar e óleos vegetais) nesses países e há uma tendência

de estabilização do consumo *per capita* de cereais, raízes, tubérculos e carne em outras partes do mundo nos próximos dez anos.

Por sua vez, o aumento do volume de vendas no varejo, da área agrícola destinada à produção orgânica e do número de agricultores que se dedicam ao setor tende a ascender continuamente ao longo dos próximos anos, uma vez que os produtos orgânicos têm sido progressivamente associados com maiores níveis de segurança e saúde para os consumidores e menores impactos sociais e ambientais. Todavia, esse crescimento dependerá do enfrentamento de alguns desafios, como o aumento progressivo de áreas cultiváveis convertidas em orgânicas e a grande concentração da demanda mundial. Ao olhar para o comércio mundial de orgânicos, destaca-se também que a padronização dos critérios de certificação é outro desafio importante colocado para o setor (WILLER; LERNOUD. 2018).

No Brasil, a produção e o consumo de produtos orgânicos também aumentaram, mas em um ritmo mais lento. A demanda foi impulsionada não somente pelo mercado externo, mas também pelo mercado doméstico. Neste, o papel das compras institucionais para a alimentação escolar e os serviços de alimentação de alguns órgãos governamentais foi relevante para possibilitar a valorização da produção orgânica, especialmente, da agricultura familiar.

Apesar disso, a produção orgânica no Brasil enfrenta inúmeros desafios. Além dos mencionados anteriormente, a concentração de terras e a predominância de monocultivos, que caracterizam o espaço agrário brasileiro e limitam o aumento da conversão e da diversificação produtiva, a conservação de sementes crioulas, o investimento e a difusão de pesquisas, experiências e inovações tecnológicas baseadas nos princípios da produção orgânica, entre outros. A própria ausência de dados oficiais sistemáticos sobre o setor, tema que será discutido adiante, é um entrave ao crescimento mais robusto da produção orgânica, uma vez que dificulta a elaboração de planos estratégicos e o dimensionamento da demanda a fim de organizar e priorizar os investimentos dos produtores e das empresas. Ainda foram consultadas, no caso brasileiro, outras bases e pesquisas realizadas por órgãos oficiais e representantes do setor: Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa), Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Conselho Brasileiro da Produção Orgânica e Sustentável (*Organis*), Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor

(Idec) –, além de reportagens veiculadas pelos meios de comunicação sobre o tema, a fim de circundar mais precisamente as informações sobre o setor de orgânicos brasileiro, visto que não existe um banco de dados sistematizado abrangendo diversos indicadores sobre o tema.

Não obstante, as especificidades e os obstáculos da produção e do consumo de orgânicos no Brasil, parecem não somente estarem associados à ampliação e ao acesso desses alimentos para a população, mas igualmente relacionados ao reconhecimento da diversidade produtiva e do espectro das diferentes formas de agricultura existentes nas regiões, com menores impactos sociais e ambientais (LIMA *et al.*, 2020). Além dos 69,8 milhões de hectares com produção orgânica, Willer e Lernoud (2018) destacam que existem mais 42,4 milhões de hectares de áreas orgânicas dedicadas a outras atividades, tais como: apicultura, coleta de produtos silvestres (extrativismo), aquicultura, florestas e pastoreio em terras não agrícolas, embora a importância da aquicultura e da apicultura não possam ser medidas em hectares. Desse modo, as áreas orgânicas totalizam 112,3 milhões de hectares. Esse valor, contudo, pode ser ainda maior, uma vez que muitos países não possuem registros da dimensão de áreas que abrigam esses tipos de atividades (WILLER; LERNOUD, 2018). Buscar a aproximação de produtores e consumidores de alimentos permite ainda gerar uma oferta de alimentos mais frescos e de alta qualidade a preços mais acessíveis, ao mesmo tempo que os agricultores podem obter rendas mais significativas com a venda direta dos produtos, visto que eles decidem de forma mais autônoma não somente os valores dos produtos, mas também o que irão produzir nas suas propriedades. Isso evita a especialização em um ou dois produtos, que ocorre normalmente com aqueles agricultores participantes das cadeias tradicionais de abastecimento, as quais exigem produtividade excessiva, padronização e organização industrial (MASTRONARDI *et al.*, 2015).

Por sua vez, não se pode ignorar que o tamanho do território, a qualidade do solo e o clima são fatores relevantes na velocidade da conversão da produção de orgânicos nos diferentes países (WILLER; LERNOUD, 2018). Oliveira *et al.* (2006) afirmam que os consumidores estão mais exigentes e esclarecidos com relação aos alimentos. As críticas em relação ao modelo de agricultura convencional têm aumentado, devido ao número crescente de

estudos que mostram a contaminação de alimentos e do meio ambiente em função do uso de agrotóxicos no processo produtivo, os quais têm provocado danos à saúde, bem como a degradação do meio ambiente.

Pereira *et al.* (2015) e Neutzling *et al.* (2010) mostram que o Brasil encontra-se entre os maiores produtores de alimentos orgânicos do mundo, e que a demanda externa desse tipo de alimento também tem aumentado muito. Os autores enfatizam que cerca de 150 países já possuem registro para produzir alimentos orgânicos. Lobo e Rajendran (2014) concordam ao relatar que o mercado de alimentos orgânicos é atualmente um grande mercado a ser explorado, principalmente na China onde a demanda por esse tipo de alimento Lima *et al.* (2015) ressaltam a relevância e os benefícios que a produção de alimentos orgânicos proporciona, como: a oferta de produtos saudáveis, o uso sustentável da água e do solo, a integridade cultural das comunidades rurais, a sustentabilidade econômica e ecológica e a eliminação do uso de organismos geneticamente modificados em qualquer fase do processo de produção, processamento, armazenamento, distribuição e comercialização.

3 METODOLOGIA

O estudo foi realizado no município de Santana do Livramento, município do Rio Grande do Sul, no Brasil. Localiza-se a uma latitude de 30°53'27" Sul e a uma longitude 55°31'58" Oeste, estando a uma altitude de 208 metros e uma de 498 km da capital Porto Alegre a 500 km de Montevideo (Capital do Uruguai), 634 km de Buenos Aires (Capital da Argentina), 2434 km de Brasília (capital do Brasil) e 380 km do porto de Rio Grande. Faz parte da Região da campanha Fronteira Oeste do estado, destacando-se na pecuária (bovinos e ovinos), situando-se na divisa com o Uruguai. Os municípios limítrofes são Rivera (ROU-UY), Dom Pedrito, Quaraí e Rosário do Sul, abrangendo uma área de 6.950,370 km² (WIKIPÉDIA, 2015).

Figura 1- Mapa ilustrativo com a localização do município de Santana de Livramento



Fonte: WIKIPÉDIA (2015).

Trata-se de um estudo de caso com abordagem quantitativa, de acordo com Freitas e Jabbour (2011). O propósito de um estudo de caso é reunir informações detalhadas e sistemáticas sobre um fenômeno, enfatizando entendimentos contextuais, sem esquecer-se da visibilidade.

Foi feita uma pesquisa quantitativa via formulário eletrônico do Google com uma parte dos consumidores de Santana do Livramento\RS. A amostragem foi direcionada aos estudantes, demais funcionários da Uergs e seus familiares e conhecidos, tendo uma divulgação numerosa e plena, condicionando-se que a maior parte dos respondedores morassem no município. Também foi parte do contexto de pesquisa o condicionamento de um prazo e um propósito mínimo e máximo dos participantes.

O mecanismo para coletar dados foi composto de questões abertas e fechadas, sendo sua disseminação feita por meio das redes sociais parte por aplicativos de mensagens. O documento obteve respostas por um período de sessenta dias, diante dos meses junho e agosto de 2021, alcançando 325 respondentes. Logo após estes dados informados, foi feita a sistematização e apresentação de elementos gráficos gerados pelo mesmo sistema. Sua continuação resultou no download da planilha em Excel com os dados, sendo esta a base aderida para a análise e sistematização dos resultados. Neste processo utilizou-se da Estatística Básica Simplificada, que segundo Carvalho e Campos (2016) abrange três etapas do processo estatístico, que são: coleta, organização e descrição dos dados, para então reunir elementos para fazer as duas etapas finais da pesquisa, que requerem em proceder a análise dos elementos para, finalmente chegar a uma conclusão.

Na parte analítica, primeiramente selecionou-se as variáveis de interesse que são: quem não consome; quem consome ocasionalmente (uma ou mais vezes por mês) e raramente; motivos para o não consumo. Cabe salientar, que também foram utilizadas algumas informações básicas sobre os respondentes, como: naturalidade, gênero, idade, renda, etc. A análise dos dados se divide em caracterização do público alvo, sistematização e categorização das variáveis.

Posteriormente, para além da análise individual resultante de cada uma das variáveis supracitadas, procedeu-se o cruzamento entre algumas delas, à exemplo de consumo de orgânicos e renda, frequência de consumo e não consumo, tempo de consumo, etc. Os resultados de maior relevância em relação as respostas para a pesquisa serão retratados na sequência.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Com base nas informações prestadas pelos 325 respondentes (0,4%) da população santanense que conta com 75.000 habitantes, foi possível extrair os resultados e a realizar as análises pertinentes aos objetivos do estudo. Esta seção está subdividida em três tópicos, os quais contemplam

4.1 CARACTERÍSTICAS GERAIS DOS ENTREVISTADOS

No que concerne ao perfil geral dos participantes do estudo, cerca três quartos (227) dos respondentes foram pessoas que nasceram em Santana do Livramento, enquanto que os demais possuem naturalidades diversas, de 46 locais distintos. Em relação ao gênero dos informantes, mais de dois terços (219) foram mulheres. Tal fator pode estar associado ao mesmo cenário encontrado por Souza e Filho (2017), que justificaram pelo papel que a mulher realiza, na maioria das vezes, é ela responsável pela compra dos mantimentos nos lares, sendo, portanto, a tomadora de decisão de quais alimentos serão consumidos pela família.

Quanto à faixa etária dos entrevistados, houve um relativo equilíbrio, sobressaindo-se os respondentes jovens (12 a 29 anos), com 35,69%. Em alguma medida, este era um cenário previsível, uma vez que a pesquisa circulou entre a comunidade acadêmica da Universidade. Demais entrevistados possuíam idades entre 30 a 40 anos (24,92%), 41 a 50 anos (20,61%), 51 a 60 anos (12,61%) e mais que 60 anos (5,84%).

Do total dos entrevistados, 70,76% classificou a qualidade de sua alimentação como “medianamente saudável”, ao avaliarem a importância que dão ao consumo de hortaliças e frutas, 68,61% ressaltou ser importante e consumir, 30,76% alegou ser importante, mas consumir pouco/não consumir, por motivos de saúde e de incentivo a agricultura familiar.

4.2 RENDA E DISPONIBILIDADE COMO DETERMINANTES NO CONSUMO DE ORGÂNICOS?

Na Tabela 1, a seguir, é possível verificar que o fator renda foi determinante para o consumo de alimentos orgânicos.

Tabela 1 - Relação da renda média mensal da família do entrevistado com o consumo ou não de alimentos orgânicos.

Renda Média Mensal da Família	Consumo					
	Consome	%	Não Consome	%	TOTAL	%
Até 1 salário mínimo	24	7,38	13	4,00	37	11,38
Entre 1 e 2 salários mínimos	70	21,54	27	8,31	97	29,85
Entre 2 e 3 salários mínimos	59	18,15	14	4,31	73	22,46
Entre 3 e 4 salários mínimos	35	10,77	7	2,15	42	12,92
Entre 4 e 5 salários mínimos	24	7,38	6	1,85	30	9,23
Entre 5 e 6 salários mínimos	14	4,31	4	1,23	18	5,54
Acima de 6 salários mínimos	9	2,77	4	1,23	13	4,00
Prefiro não informar	10	3,08	2	0,62	12	3,69
Não possui renda	2	0,62	1	0,31	3	0,92
Total	247	76,00	78	24	325	100,00

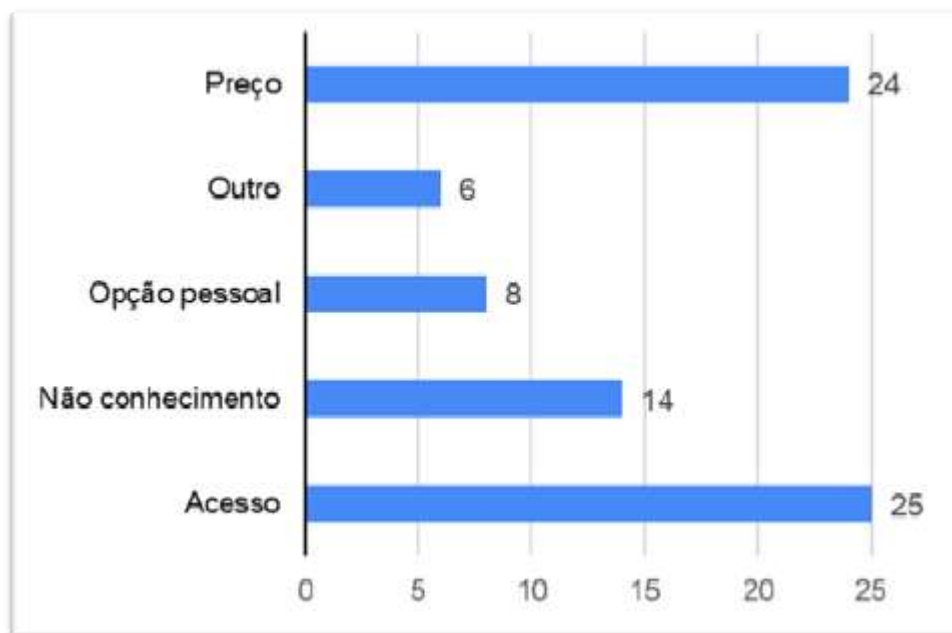
Fonte: Autor, (2022).

Apesar de alguns entrevistados não terem informado sua renda (3,69%), é possível constatar que independentemente do valor que recebem, 76% alegou consumir alimentos orgânicos, deste total, a maioria (21,54%) possuía renda entre 1 e 2 salários mínimos. Ao observarmos nosso foco de estudo, os que não consomem orgânicos (24%) observa-se um mesmo padrão, a maioria que alegou não consumir (8,32%) também possuía renda mensal entre 1 e 2 salários mínimos. Estatisticamente, este fator pode estar relacionado a realidade do(a) trabalhador(a) brasileiro(a), visto que, segundo dados do IBGE, 70% da população brasileira possui renda de até 2 salários-mínimos (MOTA, 2021), logo, a maioria dos respondentes da pesquisa (29,85%) possuía essa faixa média de renda mensal.

Quando questionados referentes ao porquê de não consumirem orgânicos, o acesso (32,46%) e o preço (31,16%) foram os principais motivos para tal. Outro fator relevante, foi que 18,18% alegou não conhecer produtos orgânicos, logo, não consumiam, como mostra a Figura 2. De acordo com Fernandes *et al.* (2020), o conhecimento pode ter vários efeitos no uso de

critérios de avaliação pelos consumidores. Ao conhecer o produto, é possível realizar comparações para definir qual alternativa deve escolher, ao se tratar de alimentos orgânicos, os consumidores podem comparar e diferenciar a sua qualidade frente aos convencionais, de maneira a formar atitudes positivas quanto aos mesmos.

Figura 2 - Gráfico fatores para o não consumo de produtos orgânicos.



Fonte: Autor, (2022).

Na tabela 2, que segue, consta a relação entre a renda média mensal da família do entrevistado(a) com a frequência do consumo de produtos orgânicos afim de tentar associar se o fator renda é decisivo ao não consumo.

Tabela 2 - Relação entre a renda média mensal da família do entrevistado(a) com a frequência do consumo de produtos orgânicos.

Renda Média Mensal da Família	Frequência de consumo por entrevistado			
	Raramente	Ocasionalment e	Frequentement e	Sempr e
Até 1 salário mínimo	1	4	13	6
Entre 1 e 2 salários mínimos	2	17	42	9
Entre 2 e 3 salários mínimos	2	9	38	9
Entre 3 e 4 salários mínimos	1	10	20	4
Entre 4 e 5 salários mínimos	1	4	12	7
Entre 5 e 6 salários mínimos	1	3	6	4
Acima de 6 salários mínimos	0	0	7	2
Prefiro não informar	0	0	9	1

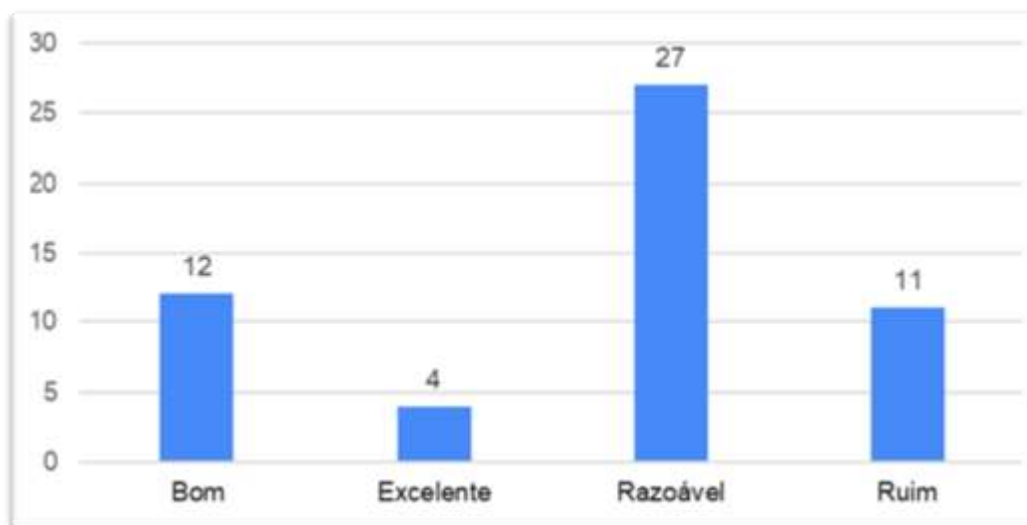
Não possui renda	0	0	1	1
------------------	---	---	---	---

Fonte: Autor, (2022).

Em um cenário geral, independente de renda, 60,16% dos entrevistados alegou consumir frequentemente (uma ou mais vezes por semana) alimentos orgânicos. Os que alegaram consumir orgânicos ocasionalmente (uma ou mais vezes por mês) e raramente, totalizaram 22,3% dos entrevistados, estando a maioria destes dentro da faixa de renda mensal entre 1 e 2 (30,90%), 3 e 4 (18,18%) e 2 e 3 (16,36%) salários mínimos.

Buscando entender o porquê desta parcela de entrevistados (22,3%) não consumirem alimentos orgânicos com frequência, o fator disponibilidade do produto mostra poder ser um dos motivos.

Figura 3 - Gráfico sobre a disponibilidade de produtos orgânicos para os entrevistados que consomem ocasionalmente e raramente.

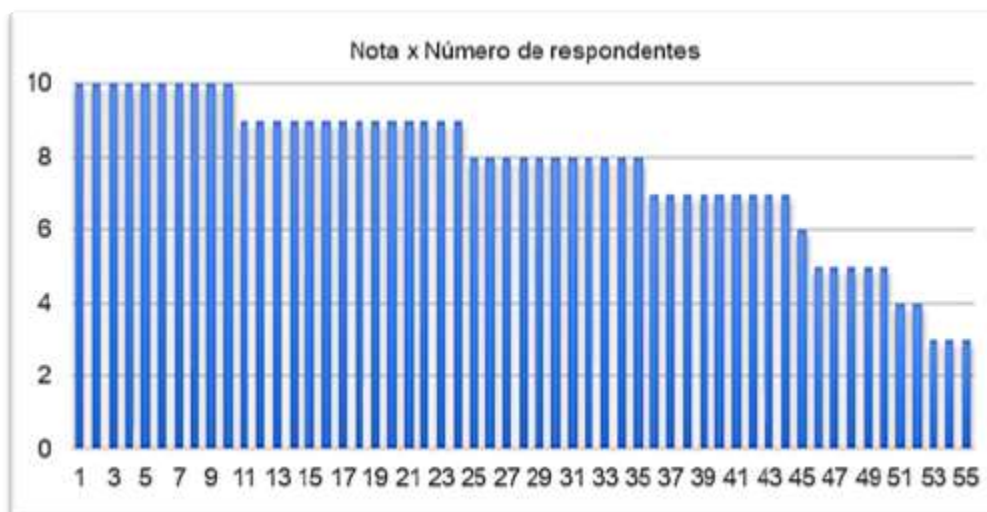


Fonte: Autor, (2022).

Se observarmos na figura 3, a maioria (70,90%), acha ser “razoável” e “ruim” o encontro de alimentos orgânicos. Quanto maior for a disponibilidade desse tipo de alimento em termos de acesso e distribuição, maior será o seu consumo. A disponibilidade é um fator influenciador da intenção e do consumo de orgânicos, já que estes produtos só serão adquiridos se estiverem disponíveis aos seus potenciais compradores (HOPPE *et al.*, 2012).

No gráfico a seguir (Figura 4), consta a avaliação em uma escala de 1 a 10 em relação ao custo-benefício ao se adquirir os produtos orgânicos.

Figura 4 - Gráfico sobre a avaliação do custo/benefício de produtos orgânicos para os entrevistados que consomem ocasionalmente e raramente.



Fonte: Autor, 2022.

Num contexto geral, a maioria (80%) avaliou em notas entre 7 e 10, havendo então boa relação entre a variável analisada, não sendo este um empecilho para o não consumo de produtos orgânicos. Fernandes *et al.* (2020) afirmaram que consumidores cuja atitude em procurar e dar preferência a estes produtos orgânicos é favorável, à medida que o preço desses produtos é considerado aceitável, justo e com uma boa relação custo-benefício, esta influência de forma positiva o comportamento de consumo desses produtos.

4.3 MOTIVAÇÕES ADICIONAIS PARA O (NÃO) CONSUMO

Buscando melhor entender o porquê do não consumo de alimentos orgânicos por parte dos 78 entrevistados, lhes foi proposto que dessem sugestões do que poderia ser feito para que os mesmos pudessem passar a consumir este tipo de alimento. No quadro 1 a seguir, é possível observar as explanações sugeridas por 44 respondentes que deram sua opinião.

Quadro 1 - Sugestões do que poderia ser feito para que os não consumidores de produtos orgânicos passassem a consumir.

Sugestões do que poderia ser feito para consumirem de orgânicos
<i>Ser mais acessível e o valor mais em conta, de acordo com a realidade atual da população brasileira.</i>
<i>Maior concorrência para diminuição do preço</i>
<i>Diminuir o valor, e acesso mais facilitado</i>
<i>Acho que se o agricultor tivesse mais subsídios para plantar e colher não precisaria vender tão caro.</i>
<i>Preço e acessibilidade</i>
<i>Se tivesse preços justos</i>
<i>Diminuir o preço</i>
<i>Preço.</i>
<i>Deixá-lo com um preço mais acessível</i>
<i>Diminuição do custo</i>
<i>Maior variedade e diminuir o preço. Minimamente processados.</i>
<i>Preços mais acessível</i>
<i>Maior publicidade nos centros de venda</i>
<i>Maior divulgação e deixar os preços mais acessíveis.</i>
<i>Mais feitas do produtor e divulgação</i>
<i>Propaganda</i>
<i>Na área de venda, deveria ser realizadas exposições melhores dos produtos, como por exemplo através de</i>
<i>Maior oferta nos supermercados, divulgação dos produtos</i>
<i>Mais divulgação dos pontos de venda e preços mais acessíveis ao consumidor</i>
<i>Difundir mais o conceito de produtos orgânicos e agroecológicos para a sociedade, a ponto de que as campanhas de marketing mais intensas e visibilidade dos locais de comercialização</i>
<i>Acredito q falar mais o assunto para todos saberem melhor sobre o produto orgânico.</i>
<i>divulgar mais</i>
<i>Ampliar o acesso e certeza da qualidade</i>
<i>Mais acessível</i>
<i>Ter uma maior distribuição de locais de venda</i>
<i>Melhor acesso</i>
<i>Aumentar as opções.</i>
<i>Ter mais oferta.</i>
<i>Torna-los mais acessíveis tanto em locais quanto em preço</i>
<i>Ter mais disponíveis lugares em que possa ser adquirido o alimento Orgânico e mais barato.</i>
<i>Popularização</i>
<i>Usar na rotina do dia a dia</i>
<i>Receber cartão de crédito</i>
<i>Incentivo aos pequenos produtores locais</i>
<i>Organização da cadeia produtiva local.</i>
<i>Aumento das políticas públicas de incentivo ao consumo e produção de orgânicos</i>
<i>Maior produção.</i>
<i>Mais presença da agricultura familiar, com produtos locais e sem agrotóxicos.</i>
<i>Concientizar as pessoas que devemos voltar a trabalhar no campo, um exodo urbano é necessário.</i>

Autor, (2022).

A grande maioria (27%), alega que o fator preço é decisivo no motivo para o não consumo de alimentos orgânicos, visto que, segundo eles, o custo de venda deveria ser mais acessível. Em relação aos alimentos orgânicos, Sampaio e Gosling (2014) concluíram que o preço pode realmente ser um entrave comparado a realidade local e para a efetivação da compra desses produtos, fazendo com que em alguns casos, o consumidor opte pelos alimentos convencionais pelo fato de que, normalmente, os alimentos

orgânicos possuem um preço mais elevado quando comparados aos convencionais.

Ao pedir sugestões quanto ao que poderia ser feito para ampliar o consumo de orgânicos entre os entrevistados que já consumiam ocasionalmente e raramente, 58,18% responderam. Na tabela 4, é possível observar que muitas respostas foram parecidas.

Quadro 2 - Sugestões dos entrevistados quanto ao que poderia ser feito para ampliar o consumo de orgânicos entre os entrevistados que consumiam ocasionalmente e raramente.

Sugestões do que poderia ser feito para ampliar o consumo de orgânicos
<i>Divulgação a nível local de endereços, serviços delivery, datas e produtos ofertados.</i>
<i>Acredito que mais divulgação dos produtores ajudaria os consumidores a chegar até eles.</i>
<i>Mais divulgação dos benefícios.</i>
<i>Maior divulgação na mídia e um ponto fixo para todos os produtores afim de que a população possa dirigir-se a esse local</i>
<i>Maiores divulgações de seus benefícios (tanto para saúde quanto para o meio ambiente).</i>
<i>Uma divulgação volumosa em rádio, Internet, TV, jornais e revistas</i>
<i>Eu acredito que campanhas em escolas e empresas, assim como ampliar o apoio governamental aos produtores, aproximando eles do mercado.</i>
<i>Maior conscientização na grande mídia; Redução de preço</i>
<i>Fazer seu próprio plantio e doar as frutas / hortaliças para quem precisa</i>
<i>Incentivar a criação de hortas comunitárias. Utilizar espaços nos bairros, onde a comunidade plante hortaliça.</i>
<i>Precisa ter mais e mais baratos.</i>
<i>Criar redes de produtores visando baratear os preços</i>
<i>Estimular mais a produção agrofamiliar local, gerando recursos para sustentação familiar, evitando o êxodo rural. Incentivar as crianças nas escolas, educando e proporcionando oferta para a alimentação destas. Ensinando eles mesmas a produzir o seu próprio alimento.</i>
<i>mais quantidade e variedade</i>
<i>O poder governamental da cidade pode auxiliar com ações de incentivo.</i>
<i>Um governo comprometido com a alimentação de seu povo e não com o acúmulo de capital dos grandes latifundiários, por exemplo.</i>
<i>Aumentar o acesso a informação e de como adquirir, expandindo para o máximo de pessoas e estimulando o consumo dos consumidores.</i>
<i>Feiras permanentes no centro e nos bairros. Espaços exclusivos nos mercados e armazéns locais.</i>
<i>Seria muito um local de feira, com a infraestrutura necessária, para melhor atendimento e referência.</i>
<i>Aumentar a oferta de produtos e pontos de venda, preços mais acessíveis.</i>
<i>Ampliar oferta e diminuir os preços.</i>
<i>Articulação de redes de oferta, envolvendo estímulo do poder público.</i>
<i>Valor muito alto, uma que for a fundo mesmos não são 100% orgânico. Tem que ver bem adubação é orgânica mas se for de animais tanto ave ou ruminantes esses teria que não usar medicação e nem ser alimentar por rações ou produtos comercializados.</i>
<i>Preço mais acessível.</i>
<i>reduzir o custo</i>
<i>Melhora no preço</i>

Autor, (2022).

Os entrevistados que consumiam ocasionalmente e raramente, mesmo tendo alegado que a relação custo/benefício é boa (Figura 4), dentre as principais sugestões explanadas pelo motivo do qual não consomem com frequência alimentos orgânicos, a que mais se destacou também foi referente ao preço de venda (Quadro 2), pois alegam que poderiam ser menores. Resultado diferente do encontrado por Cerveira e Castro (1999), que avaliaram as características do padrão de consumo de produtos orgânicos na cidade de

São Paulo, ressaltaram que nenhum entrevistado citou o preço como item de importância e motivação para o consumo, estando dispostos a arcar com um preço mais alto para poderem continuar a dispor desses produtos em sua dieta alimentar.

A necessidade de maior divulgação em relação aos benefícios à saúde dos produtos orgânicos foi outra sugestão bastante citada pelos entrevistados. Por sua vez, o consumo de alimentos orgânicos está atrelado a uma série de fatores que explicam o comportamento de compra dos consumidores (MOLINILLO *et al.*, 2020). Entre os principais fatores, a maioria dos estudos associou a intenção de comprar sem impacto ambiental, benefícios à saúde, segurança alimentar, prêmio de preço, qualidade, sabor e valor nutricional destes alimentos (WILLER; LERNOUD, 2018; KUSHWAH *et al.*, 2019; MOLINILLO *et al.*, 2020).

Logo, à medida que os consumidores têm mais problemas de saúde e adotam comportamentos alimentares mais saudáveis, eles estão cada vez mais buscando uma variedade maior de produtos especificamente alimentos/produtos orgânicos (HWANG; CHUNG, 2019). Por outro lado, os autores Molinillo *et al.* (2020) ao investigarem os determinantes de compra de alimentos orgânicos no Brasil e Espanha, concluíram que a associação entre segurança alimentar e consciência social é significativa na Espanha, mas não no Brasil. Esses resultados podem ocorrer porque na Espanha, um dos países produtores de alimentos orgânicos mais importantes do mundo, os consumidores têm acesso a muitos produtos orgânicos locais cobertos por rígidos controles de saúde, enquanto no Brasil, a produção de produtos orgânicos está em um estágio emergente e não somente estes tipos de alimentos remete a questões de saúde.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio da realização desse estudo, concluiu-se que, a maioria dos entrevistados não consumiam orgânicos, a maioria dos respondentes, bem como a maior parte que alegou consumir possuíam renda mensal entre 1 e 2 salários mínimos. Tal fator pode estar relacionado a renda média mensal que o brasileiro recebe, visto que 70% da população possui renda de até dois salários mínimos e a maioria dos respondentes da pesquisa possuía essa faixa média de renda mensal.

Foram alegados pelos entrevistados como os principais motivos pelo não consumo de alimentos orgânicos, o acesso e o preço, seguido do não conhecimento sobre os mesmos, fator este relevante visto que os consumidores tendem a não adquirirem produtos que não conhecem.

Dentre os que alegaram consumir orgânicos ocasionalmente (uma ou mais vezes por mês) e raramente, os fatores custo e falta de divulgação foi ressaltado como os principais motivos por não se consumir muito, levando a entender que caso não haja uma melhora no preço e na divulgação dos mesmos, a tendência é de que eles passem a parar de consumir produtos orgânicos.

Portanto, a presente pesquisa nos revelou que para que haja o aumento do consumo de alimentos orgânicos por parte da população de Santana do Livramento, é necessário que haja uma maior facilidade e acesso, divulgação, preço competitivo com os alimentos convencionais, o incentivo a feiras e políticas públicas voltadas ao consumo de orgânicos podem fomentar o interesse da população destes mesmos.

No Rio Grande do Sul em 2016 existem quatorze Organismos de Controle Social, sendo uma dessas iniciativas desenvolvida no município de Santana do Livramento por agricultores familiares assistidos pelo escritório municipal da Emater. A OCS Agroecologia, Pampa, Terra e Fronteira foi constituída em 2015 por oito famílias de agricultores, tendo como apoiadores a própria Emater, a Secretaria Municipal de Agricultura, Pecuária e Abastecimento (SMAPA), a Universidade Estadual do Rio Grande do Sul (Uergs) e um grupo de consumidores (MOREIRA;BECKER, 2018).

REFERÊNCIAS

- BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Instrução Normativa nº 7 de 17/05/1999**. 2009. Disponível em: <file:///E:/MIS%20DOCUMENTOS/Downloads/IN_07_%2017Mai1999.pdf>. Acesso em: maio, 2014.
- CARVALHO, S.; CAMPOS, W. **Estatística básica simplificada**. 2ª edição, Salvador: Editora Juspodivm, 2016, 544 p.
- CANESQUI, A. M. **Comentários sobre os estudos antropológico da alimentação**. In: CANESQUI, A. M; GARCIA, RWD. Antropologia e nutrição: um diálogo possível. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2005. p. 23 -47.
- CERVEIRA, R; DE CASTRO, M.C. Consumidores de produtos orgânicos da cidade de São Paulo: características de um padrão de consumo. **Informações Econômicas** Governo do Estado de São Paulo Instituto de Economia Agrícola, v. 29, n. 12, p. 7-20, 1999.
- CHEN. J.; LOBO, A.; RAJENDRAN, N. **Drivers of organic food purchase intentions in mainland China** – evaluating potential customers’ attitudes, demographics and segmentation. 2014. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/264087356_Drivers_of_organic_food_purchase_intentions_in_mainland_China_evaluating_potential_customers'_attitudes_demographics_and_segmentation>. Acesso em: 10 maio 2016
- CUPSINSKI, T. C., SEVERO, P. S., LEOTI, A., PEREIRA, L. A. **Agricultura familiar: uma perspectiva de crescimento e de desenvolvimento em Santana do Livramento/RS** p 88-103. In: SOARES, L.M.P.C.; GULLO, M.C.R.; VIANNA, S.L.G. A economia e o turismo: observando novas realidades. Caxias do Sul, RS: Educs, 2019
- DAMO, A. Algumas considerações sobre agroecologia e produção orgânica de alimentos. *Ambiente e Educação*, v.17, n. 1, p. 139-154, 2012.
- FAO – Organización de Las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. **Panorama de la pobreza rural en América Latina y el Caribe: soluciones del siglo XXI para acabar com la pobreza en el campo**. Santiago, 2018.
- FIGUEIREDO, E. A. P. e SOARES, J. P. G. **Sistemas orgânicos de produção animal: dimensões técnicas e econômicas**. In: Reunião Anual da Sociedade Brasileira de Zootecnia, 49. 2012, Brasília. A produção animal no mundo em transformação: anais. Brasília, DF: SBZ, 2012.
- FERNANDES, N. P.; LUNARDI, G. L.; ROCHA, A. F.; SAMÁ, S. Comportamento do consumidor de alimentos orgânicos: um modelo baseado em influenciadores diretos e indiretos. **Revista de Gestão Social e Ambiental**, São Paulo (SP), v. 14, n. 2, p. 48–64, 2021.

FREITAS, A.F.; FREITAS, A.F.D.; MARCELO, M. Mudanças conceituais do desenvolvimento rural e suas influências nas políticas públicas. **Revista de Administração Pública**. v. 46, n. 6, 2012.

GALINDO, I. M. Regional development through knowledge creation in organic agriculture. **Journal of Knowledge Management**, v. 11, n. 5, p. 87-97, 2007.

GLIESSMAN, S. R. **Agroecologia**: processos ecológicos em agricultura sustentável. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2000.

GRAZIANO, G. O.; CAMPANARIO, M. A.; CHAGAS FILHO, M. F. Produtos orgânicos: as ferramentas de marketing para sua sustentabilidade econômica. *Revista de Gestão Social e Ambiental*, 5(3), 10-20, 2011.

GUZMÁN CASADO, G.; MOLINA, M. G.; SEVILLA-GUZMÁN, E. **Introducción a la agroecología como desarrollo rural sostenible**. Madrid; Barcelona; México: Mundi-Prensa, 2000.

GUTERRES, Ivani (org.). **Agroecologia militante**: contribuições de Enio Guterres. São Paulo: Expressão Popular, 2006.

HOPPE, A.; BARCELLOS, M.; VIEIRA, L.; MATOS, C. (2012). Comportamento do consumidor de produtos orgânicos: uma aplicação da teoria do comportamento planejado. **Revista Base**, 9(2), p. 174-188, 2012.

HWANG, J.; CHUNG, J. What drives consumers to certain retailers for organic food purchase: The role of fit for consumers' retail store preference. **Journal of Retailing and Consumer Services**, v. 47: 293-306, 2019. 10.1016/j.jretconser.2018.12.005.

IFOAM e FIBL – **Research Institute of Organic Agriculture. Organic world.Global organic farming statistics and news. Data tables FiBL-IFOAM**, 2014. Disponível em: <<http://www.organic-world.net/statistics-fao.html>>. Acesso em: 10 jun. 2022.

IFOAM. **General Assembly em Mar Del Plata**. Argentina, Nov. 1998.

KHATOUNIAN, C. A. **A reconstrução ecológica da agricultura** Botucatu : Agroecológica, 2001.

KUSHWAH, S.; DHIR, A.; SAGAR, M. Ethical consumption intentions and choicebehavior towards organic food. Moderation role of buying and environmental concerns. **Journal of Cleaner Production**, 236: 117519, 2019. Disponível em: 10.1016/j.jclepro.2019.06.350.

LIMA, P. F. C. et al . O consumo de alimentos orgânicos na cidade de Manaus (AM): o comércio de produtos e a sustentabilidade do setor. **Revista Verde de Agroecologia e Desenvolvimento Sustentável**, Pombal-PB, v. 10, n. 1, p. 120-127, Jan./Mar. 2015

MARCHI, E.; CAPUTO, V.; NAYGA JR., R. M.; BANTERLE, A. (2016). Time preferences and food choices: evidence from a choice experiment. **Food Policy**, 62, 99-109, 2016.

MASTRONARDI, L. et al. Exploring the role of farmers in short food supply chains: the case of Italy. **International Food and Agribusiness Management Review**. v. 18, n. 2, 2015.

MOLINILLO, S.; BRANCO, M. V.; JAPUTRA, A. Understanding the drivers of organic foods purchasing of millennials: Evidence from Brazil and Spain. **Journal of Retailing and Consumer Services**, 52:101926, 2020. 10.1016/j.jretconser.2019.101926.

MOREIRA, J.G.; BECKER, C. Implantação de um sistema participativo de certificação orgânica pelos assentados da reforma agrária: O caso do OCS cerro dos munhoz em santana do livramento (RS). **ACTA Geográfica**, Boa Vista, v.12, n. 28, p. 1-16, 2018.

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

MOTA, C.V. **Calculadora de renda: 90% dos brasileiros ganham menos de R\$ 3,5 mil**; confira sua posição na lista. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-57909632?utm_campaign=later-linkinbio-bbcbrasil&utm_content=later-23098100&utm_medium=social&utm_source=linkin.bio> Acesso em: 22 jun. 2022

NEUTZLING, D. M. et al. **Consumidor de Alimentos Orgânicos**: um Estudo na Feira dos Agricultores Ecologistas (FAE) de Porto Alegre. In: Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural, 48. Anais... Campo Grande, 2010.

OCDE – Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico; FAO – Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura. **Perspectivas agrícolas 2018-2027**. Paris, 2018. Disponível em: <<https://bit.ly/2miGuUF>>. Acesso em: 02 jul. 2022.

OLIVEIRA, R. A. et al. **O consumo e comercialização de produtos orgânicos**: o caso da associação para o desenvolvimento da agropecuária orgânica. In: Congresso da sociedade brasileira de economia, administração e sociologia rural. Fortaleza: SOBER, 2006.

PEREIRA, M. et al. Mudança no perfil sociodemográfico de consumidores de produtos orgânicos. **Revista Ciência e Saúde Coletiva**, Pelotas-RS, v.9, n.20, p.2797-2804, Fev. 2015.

POTILHO, F. **Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania**. São Paulo: Cortez, 2005.

RABELLO, T. **Um mapa parcial da agricultura orgânica no País, mas com números confiáveis**. Brasil, 2012.

SAMPAIO, D.; GOSLING, A. (2014). Intenção de compra e consumo de alimentos orgânicos. **Revista Gestão Organizacional**, 7(1), 43-62, 2014

SINGER, Peter. **A ética da alimentação**: como nossos hábitos alimentares influenciam o meio ambiente e o nosso bem-estar. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

SOUZA, K. J. C.; MORAES FILHO, R. A. Perfil dos consumidores de produtos orgânicos no Brasil. **Anais... XIX ENGEMA**, 2017.

WILLER, H.; LERNOUD, J. The World of Organic Agriculture: Statistics and Emerging Trends. **FiBL & IFOAM:Rheinbreitbach**. 2018. Disponível em: <http://www.organicworld.net/yearbook/yearbook-2018.html> .