

VOL I

AGRÁRIAS

PESQUISA E INOVAÇÃO NAS CIÊNCIAS QUE
ALIMENTAM O MUNDO

EDUARDO EUGÊNIO
SPERS

(Organizador)

 EDITORA
ARTEMIS

2020

VOL I

AGRÁRIAS

PESQUISA E INOVAÇÃO NAS CIÊNCIAS QUE
ALIMENTAM O MUNDO

EDUARDO EUGÊNIO
SPERS

(Organizador)

 EDITORA
ARTEMIS

2020

2020 by Editora Artemis

Copyright © Editora Artemis

Copyright do Texto © 2020 Os autores

Copyright da Edição © 2020 Editora Artemis

Editora Chefe: Prof^a Dr^a Antonella Carvalho de Oliveira

Edição de Arte: Bruna Bejarano

Diagramação: Helber Pagani de Souza

Revisão: Os autores



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição *Creative Commons*.
Atribuição 4.0 Internacional (CC BY 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores. Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Conselho Editorial:

Prof.^a Dr.^a Catarina Castro, Universidade Nova de Lisboa

Prof.^a Dr.^a Cláudia Neves, Universidade Aberta de Portugal

Prof. Dr. Cleberton Correia Santos, Universidade Federal da Grande Dourados

Prof. Dr. Eloi Martins Senhoras, Universidade Federal de Roraima

Prof.^a Dr.^a Lara Lúcia Tescarollo Dias, Universidade São Francisco

Prof. Dr. Ivan Amaro, Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Prof. Me. Javier Antonio Albornoz, University of Miami and Miami Dade College

Prof. Dr. Joaquim Júlio Almeida Júnior, UniFIMES - Centro Universitário de Mineiros

Prof. Dr. Júlio César Ribeiro, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro

Prof.^a Dr.^a Livia do Carmo, Universidade Federal de Goiás

Prof.^a Dr.^a Luciane Spanhol Bordignon, Universidade de Passo Fundo

Prof.^a Dr.^a Maria Aparecida José de Oliveira, Universidade Federal da Bahia

Prof. Dr. Rodrigo Marques de Almeida Guerra, Universidade Federal do Pará

Prof. Dr. Sérgio Luiz do Amaral Moretti, Universidade Federal de Uberlândia

Prof.^a Dr.^a Vanessa Bordin Viera, Universidade Federal de Campina Grande

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) ([eDOC BRASIL](#), Belo Horizonte/MG)

A277 Agrárias [recurso eletrônico] : pesquisa e inovação nas ciências que alimentam o mundo : vol I / Eduardo Eugênio Spers. – Curitiba, PR: Artemis, 2020.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-65-87396-06-4

DOI 10.37572/EdArt_064300620

1. Ciências agrárias – Pesquisa – Brasil. 2. Indústria de alimentos. I. Spers, Eduardo Eugênio.

CDD 630

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422



APRESENTAÇÃO

A inovação na área de ciências agrárias no Brasil é reconhecida em nível global. Para mostrar essa diversidade, esta obra apresenta uma coletânea de pesquisas realizadas em e sobre diversas áreas que compõem o agronegócio nacional. Organizado em dois volumes e com uma linguagem científica de fácil entendimento, **Agrárias: Pesquisa e Inovação nas Ciências que Alimentam o Mundo** mostra como é possível gerar avanços significativos e consequentemente vantagem competitiva para o setor e para o país, com exemplos e casos, tanto no contexto da produção animal quanto da vegetal, abrangendo aspectos técnicos, econômicos, sociais, ambientais e de gestão.

Este primeiro volume, cujo eixo temático é **Economia, Gestão e Produção Agrícola**, está dividido em duas partes: os artigos de um a oito tratam de aspectos econômicos, sociais e de gestão na agricultura. A segunda parte traz onze artigos sobre economia, gestão e produção agrícola.

No segundo volume, o leitor irá encontrar artigos que envolvem **Aspectos de Produção e Manejo na Agricultura e Produção Animal**, divididos em três partes: na primeira parte, sete artigos tratam de inovações na produção de grãos; a segunda parte é composta de quatro artigos que abordam o tema da produção vegetal com reutilização de resíduos suínos e, finalmente, os autores dos três artigos que compõem a última parte discorrem sobre inovações na produção animal.

Boa leitura!

Eduardo Eugênio Spers

SUMÁRIO

ECONOMIA, GESTÃO E PRODUÇÃO AGRÍCOLA

PARTE 1: ASPECTOS ECONÔMICOS, SOCIAIS E DE GESTÃO NA AGRICULTURA

CAPÍTULO 1 1

O USO DA TERRA: ETNOBOTÂNICA DE PLANTAS ALIMENTÍCIAS EM DUAS COMUNIDADES RURAIS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO, BRASIL

Odara Horta Boscolo
Renata Sirimarco da Silva Ribeiro

DOI 10.37572/EdArt_0643006201

CAPÍTULO 2 13

NOSSO ALIMENTO ESTÁ NA RAIZ DE NOSSOS SABERES

Odara Horta Boscolo
Maria Eduarda Rodrigues Neves
Isabelle Machado de Souza Sarmento

DOI 10.37572/EdArt_0643006202

CAPÍTULO 3 23

APICULTURA DIGITAL, A TRANSFORMAÇÃO TECNOLÓGICA DA APICULTURA

David Ferreira Mojaravski

DOI 10.37572/EdArt_0643006203

CAPÍTULO 4 33

SUSTENTABILIDADE NA MODA: UM ESTUDO DE CASO NA SERICICULTURA

Julia Helena Galante Amaral
Eduardo Eugênio Spers

DOI 10.37572/EdArt_0643006204

CAPÍTULO 5 41

PERFIL DE CONSUMIDORES COM BASE NO SEU CONHECIMENTO SOBRE PRODUTOS “IN NATURA”

Gabriel Augusto Rambo Soares
Ezequiel Zibetti Fornari
Filipe Belchor Barcelos
Larrisa Lamperti Tonello
Marcelo Damaceno da Silva
Marcos André Bonini Pires
Claudir José Basso
Fernanda Trentin
Renata Candaten

DOI 10.37572/EdArt_0643006205

CAPÍTULO 6 51

PERFIL DE CONSUMIDORES DE PRODUTOS ORGÂNICOS

Álvaro André Alba da Silva
Jovani de Oliveira Demarco
Gabriel Alencar Pasinato
Jean Carlos da Costa Pereira
Éverton da Silveira Manfio

Denise Maria Vicente
Katiane Abling Sartori
Claudir José Basso
Leandro Leuri Heinrich
Álex Theodoro Noll Drews

DOI 10.37572/EdArt_0643006206

CAPÍTULO 7 60

PROJETO OFICINA DO SABER EMPREGADO COMO RECURSO NO COMBATE DE EVASÃO NO CURSO DE ENGENHARIA AGRÍCOLA

Henrique Peglow da Silva
Matheus Goulart Carvalho
Murilo Gonçalves Rickes
Cairo Schulz Klug
Wagner Schmiescki dos Santos
Guilherme Hirsch Ramos
Sthéfanie da Cunha
Karen Raquel Pening Klitzke
João Gabriel Ruppenthal
Gregory Correia da Silva
Itael Gomes Borges
Maurizio Silveira Quadro

DOI 10.37572/EdArt_0643006207

CAPÍTULO 8 65

EDUCAÇÃO INFANTIL EM SOLOS: CONSCIENTIZAÇÃO SOBRE SISTEMAS DE CULTIVO CONSERVACIONISTAS

Camila Morais Cadena
Gislaine Gabardo
Danglei Andreis Ferreira
Lana Evilyn Barboza
Nathaly Eduarda Rocha
Flávia Maruim Soares
Matheus Andrade
Jackson Gaudeda Inglês De Lara
Alexandre Soares de Agostinho

DOI 10.37572/EdArt_0643006208

PARTE 2: INOVAÇÕES NA PRODUÇÃO AGRÍCOLA

CAPÍTULO 9 72

EROSÃO NO AMBIENTE URBANO E RURAL

Lana Evilyn Barboza
Gislaine Gabardo
Nathaly Eduarda Rocha
Alexandre Soares de Agostinho
Matheus Andrade
Flávia Maruim Soares
Jackson Gaudeda Inglês De Lara
Camila Morais Cadena

DOI 10.37572/EdArt_0643006209

CAPÍTULO 10 79

Syagrus coronata (MART.) BECCARI), ESPÉCIE MULTIUSO NO SEMIÁRIDO BRASILEIRO

Emanuela Guirra da Silva
Lídia Maria Pires Soares Cardel
Claudia Luizon Dias Leme
Maria Aparecida José de Oliveira

DOI 10.37572/EdArt_06430062010

CAPÍTULO 11 87

PRODUÇÃO DE PIMENTA MALAGUETA SUBMETIDA A DOSES DE HIDROGEL E LÂMINAS DE IRRIGAÇÃO

Maria Carolina Teixeira Silva
Maria Helena Teixeira Silva
Lara Gonçalves de Souza
Nayline Cristina de Almeida Vaz
Murilo Luiz Gomes Silva
Leandro Caixeta Salomão
Alessandra Vieira da Silva
Maria Rosa Alferes da Silva

DOI 10.37572/EdArt_06430062011

CAPÍTULO 12 98

MONITORAMENTO DE COLMEIAS DE ABELHAS POR MEIO DA METODOLOGIA DE BOX E JENKINS

David Ferreira Mojaravski
Nilton Cardoso Trindade
Adriano Mendonça
Elódio Sebem
Telmo Amado

DOI 10.37572/EdArt_06430062012

CAPÍTULO 13 112

CONTAMINAÇÃO DA ÁGUA, NO MEIO URBANO E RURAL

Alexandre Soares de Agostinho
Gislaine Gabardo
Lana Evilyn Barboza
Nathaly Eduarda Rocha
Flávia Maruim Soares
Matheus Andrade
Jackson Gaudeda Inglês De Lara
Camila Morais Cadena

DOI 10.37572/EdArt_06430062013

CAPÍTULO 14 120

QUALIDADE DE SEMENTES DE JILÓ SOB O PARCELAMENTO DA ADUBAÇÃO DE COBERTURA

Luís Sérgio Rodrigues Vale
Cássio da Silva Kran
Thâmara de Mendonça Guedes
Leandro Cardoso de Lima
Evaldo Alves dos Santos
Marta Jubielle Dias Felix
Débora Regina Marques Pereira

DOI 10.37572/EdArt_06430062014

CAPÍTULO 15	129
AVALIAÇÃO DA QUALIDADE FISIOLÓGICA E SANITÁRIA DE SEMENTES DE GIRASSOL TRATADAS COM ÓLEO ESSENCIAL DE MELALEUCA	
Larissa Correia de Paula	
Lucyannie de Boer	
Ariadne Waureck	
DOI 10.37572/EdArt_06430062015	
CAPÍTULO 16	135
DETERMINAÇÃO DO EFEITO DE DIFERENTES DOSES DE ADUBAÇÃO NA PRODUÇÃO DE TOMATE E OS PRINCIPAIS PROBLEMAS FITOSSANITÁRIOS	
Rogério Machado Pereira	
Ricardo Gomes Tomáz	
Diego Oliveira Ribeiro	
Cleane de Souza Silva	
Ludmila Santos Moreira	
Helbister Muller Santos de Oliveira	
DOI 10.37572/EdArt_06430062016	
CAPÍTULO 17	146
USO DE SILÍCIO VIA FOLIAR NO AMENDOIM	
João Henrique Sobjeiro Andrzejewski	
Nair Mieko Takaki Bellettini	
Silvestre Bellettini	
DOI 10.37572/EdArt_06430062017	
CAPÍTULO 18	151
ELABORAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DA FARINHA DAS CASCAS DE ABÓBORA	
Tassiane dos Santos Ferrão	
Bruna Jardim da Silva	
Sávio Ferreira de Freitas	
Vitória Cláudia Oliveira Machado	
Antônia da Silva Mesquita	
Braulio Crisanto Carvalho da Cruz	
Ícaro Pereira Silva	
DOI 10.37572/EdArt_06430062018	
CAPÍTULO 19	157
AVALIAÇÃO DOS COMPONENTES QUÍMICOS DA PARTE AÉREA DA CANA-DE-AÇÚCAR TRATADA COM DOSES CRESCENTES DO CONDICIONADOR PÓ DE ROCHA DE ORIGEM “BASALTO GABRO	
Joaquim Júlio Almeida Júnior	
Katya Bonfim Ataidés Smiljanic	
Francisco Solano Araújo Matos	
Victor Júlio Almeida Silva	
Beatriz Campos Miranda	
Adriano Bernardo Leal	
Suleiman Leiser Araújo	
DOI 10.37572/EdArt_06430062019	
SOBRE O ORGANIZADOR.....	163
ÍNDICE REMISSIVO	164

PERFIL DE CONSUMIDORES COM BASE NO SEU CONHECIMENTO SOBRE PRODUTOS “IN NATURA”

Data de submissão: 04/05/2020

Data de aceite: 14/05/2020

Gabriel Augusto Rambo Soares

Universidade Federal de Santa Maria - UFSM
Frederico Westphalen – RS
<http://lattes.cnpq.br/4668082800016111>

Ezequiel Zibetti Fornari

Universidade Federal de Santa Maria - UFSM
Frederico Westphalen – RS
<http://lattes.cnpq.br/5431486437798344>

Filipe Belchor Barcelos

Universidade Federal de Santa Maria - UFSM
Frederico Westphalen – RS

Larrisa Lamperti Tonello

Universidade Federal de Santa Maria - UFSM
Frederico Westphalen – RS
<http://lattes.cnpq.br/4566582585501404>

Marcelo Damaceno da Silva

Universidade Federal de Santa Maria - UFSM
Frederico Westphalen – RS
<http://lattes.cnpq.br/3425892404017083>

Marcos André Bonini Pires

Universidade Federal de Santa Maria - UFSM
Frederico Westphalen – RS
<http://lattes.cnpq.br/4024868375682430>

Claudir José Basso

Universidade Federal de Santa Maria - UFSM
Frederico Westphalen – RS
<http://lattes.cnpq.br/6844653805754593>

Fernanda Trentin

Universidade Federal de Santa Maria - UFSM
Frederico Westphalen – RS
<http://lattes.cnpq.br/7625933646898316>

Renata Candaten

Universidade Federal de Santa Maria - UFSM
Frederico Westphalen – RS
<http://lattes.cnpq.br/5870549608907916>

RESUMO: Com o constante crescimento da população mundial e a globalização ocorrendo cada vez mais rápido, muitas são as formas de alimentação disponíveis nos dias atuais. Comidas prontas e altamente processadas se tornaram uma das alternativas mais bem aceitas por grande parte da população devido a sua facilidade de preparo, a qual se encaixa muito bem na rotina corrida de muitas pessoas. Contudo, aumentou-se na mesma proporção o número de pessoas acima do peso ou com doenças provindas da má alimentação. Tais fatos fizeram com que a preocupação com a alimentação se tornasse mais comum, ou seja, cresceu o número de pessoas que buscam por

uma alimentação mais saudável, bem como, procuram saber a procedência do que estão ingerindo. Dessa forma, o presente trabalho objetivou avaliar o conhecimento de pessoas referente a produtos *in natura*, cada vez mais consumido no cenário atual. Para obtenção dos dados, foi aplicado um questionário composto por perguntas abertas e fechadas, questionário este realizado nos meses de janeiro a fevereiro de 2019. O questionário foi aplicado de maneira aleatória ao público alvo, por meio da internet, através da ferramenta Google Formulário, o qual pedia inicialmente informações dos entrevistados como faixa etária, renda, e grau de escolaridade. Em seguida, questionou-se os entrevistados se eles tinham conhecimento sobre o que são produtos *in natura* e, caso respondessem “Sim”, haveriam de descrever o que entendiam por tal. Como resultado, 64% dos entrevistados afirmaram que sabiam o que eram produtos *in natura*, sendo que somente 62% destes responderam corretamente. Além disso, pessoas de faixa etária entre 35 e 50 anos representaram as classes que mais sabiam sobre o assunto (100%). Ainda, pessoas com renda superior a 5 salários mínimos e com ensino superior completo, apresentaram, respectivamente, 75 e 91,7% de respostas corretas acerca do que são produtos *in natura*.

PALAVRAS-CHAVE: Consumo, alimentação, natural, questionário, saúde.

CONSUMER PROFILE BASED ON THEIR KNOWLEDGE ABOUT “IN NATURE” PRODUCTS

ABSTRACT: With the constant growth of the world population and globalization happening each time faster, there are many forms of food available in nowadays. Fast foods and highly processed food became the better accepted alternatives by a large part of the population because its facility make, which fits very well in the hurried routine of many people. However, increased in the same proportion the number people overweight or with disease because of the bad eating habits. These facts did with that the worry about food became more common, that is, grown up the number of people that try for a healthy food, as well as, seek to know the origin of what they are eating. Thus, this work aimed to evaluate the knowledge of people about *in natura* products, each time more consumed in the current scenario. For the obtain the data, it was applied a questionnaire consisting of open and closed questions, held from January to February 2019. The questionnaire was applied of random way to target audience, through of the Internet, with the tool Google form, which initially asked for information’s interviewees as age, familiar income and education level. Then, asked to the interviewees if they knew what are *in natura* products and, if they answer “yes”, they had write what they understand for it. As a result, 64% of the interviewees stated to know what are *in natura* products, although only 62% of these interviewees answered correctly. In addition, people aged between 35 and 50 years old were the classes that knew the most about subject (100%). Still, people with familiar income higher 5

minimum wages and complete higher education presented, respectively, 75 and 91,7% of right answers about what are *in natura* products.

KEYWORDS: Consumption, food, natural, questionnaire, healthy.

1 . INTRODUÇÃO

Todas as espécies animais na natureza precisam se alimentar para sobreviver, e com a humanidade não é diferente. Em toda sua história, o ser humano mostrou que a alimentação é crucial para sua sobrevivência e evolução ao longo dos milênios, ou seja, quando nômades conquistaram novas áreas e logo deixavam-nas, buscando manter-se firmes na luta de perpetuação da espécie. Povos antigos sempre se alimentaram do que a natureza oferecia (caça, coleta de frutos, ervas, entre outros), mas com o desenvolvimento da sociedade e a globalização, a população acabou optando por alimentos bem diferentes de seus ancestrais.

Hoje, muitas são as formas de alimentação disponíveis, onde cada uma se adapta a diferentes realidades e necessidades. Uma das opções mais escolhidas por parte da população são alimentos de fácil e rápido preparo, os quais se adaptam bem à rotina corrida de grande parte das pessoas. Porém, com a praticidade veio as consequências, onde o número de casos de doenças como diabete, hipertensão e obesidade aumentaram drasticamente devido à má alimentação da população.

Devido a tais fatos, grande parte da população passou a ter maior preocupação com a qualidade e procedência do que ingere. Além das classes já conhecidas no assunto (e polêmicas) como é o caso dos produtos orgânicos e transgênicos, também há a divisão entre produtos *in natura*, processados e ultra processados. Segundo a Organização Pan-Americana da Saúde/Organização Mundial da Saúde (OPAS/OMS), produtos *in natura* são aqueles obtidos diretamente de plantas ou de animais e adquiridos para consumo sem que tenham sofrido qualquer alteração após deixarem a natureza, como folhas e frutos ou ovos e leite.

Se alimentar de forma saudável proporciona vários benefícios à saúde humana. Ela contribui para a melhora do sistema imunológico, na qualidade do sono e humor, assim, obtendo uma diminuição nas doenças causadas pela má alimentação. Contudo, sabe-se que a escolha da fonte de alimento não é determinada pela qualidade do alimento, mas por outros fatores que acabam interferindo na decisão final do consumidor. Entre esses, o principal é a questão social, que dificulta o acesso de pessoas com baixa renda (Moubarac et al., 2013). Assim, pessoas de baixa classe social acabam não tendo acesso a produtos naturais e de qualidade (que muitas vezes se tornam mais caros devidos a certificação que alcançam) e acabam consumindo produtos ultra processados, ou até mesmo de procedência duvidosa, que podem vir a causar danos à saúde humana.

O trabalho tem por objetivo traçar o perfil das pessoas que sabem o que são produtos *in natura*, através de variáveis como faixa etária, salário e escolaridade.

2 . METODOLOGIA

Por agentes integradores de comunicação, os assuntos desta pesquisa descrevem suas particularidades. O trabalho foi conduzido pelos integrantes do Programa de Educação Tutorial (PET) – Ciências Agrárias, do curso de Agronomia da UFSM-FW, nos meses de janeiro e fevereiro de 2019.

2.1 Propriedades da pesquisa

No planejamento deste tipo de estudo, as primeiras etapas a serem seguidas referem-se a buscas baseadas em hipóteses de variáveis específicas que serão imprescindíveis para a continuidade do trabalho, pois definindo sua importância tenha-se explicações referente às características encontradas pela problemática.

Por meio disso, a pesquisa pode ser determinada como quantitativa, definida pela forma de abrangência ao seu agente de investigação, como também pelo modo como seus resultados são adquiridos, analisados e apresentados. Expressando, desta forma, numericamente e com objetividade que uma amostra social, pode representar seus indivíduos de maneira clara e concisa (BOENTE, 2004).

2.2 Abordagem

Destaca-se que embora muitos experimentos em Ciências Sociais estejam limitados pelas características dos sujeitos ou pelo instrumento de avaliação empregados, seus resultados abrem um leque de entendimentos sociais e populacionais. Com um foco de abordagem diversificada, esta pesquisa foi respondida por um público variado, justificando sua importância de identificação de perfis sociais.

2.3 Mecanismos e recursos

A técnica mais conhecida para se trabalhar neste estudo é o método de *survey*, este método demonstra que a coleta de dados geralmente é feita por questionários e entrevistas que apresentam variáveis distintas e relevantes para a pesquisa, em que sua análise é geralmente apresentada por tabelas e gráficos (HYMAN, 1967).

Para entrar em contato com os entrevistados foi utilizado redes sociais (Facebook e Instagram), aplicativos de mensagens (WhatsApp e Messenger) e endereço de e-mail. Assim, de acordo com o método utilizado para o desenvolvimento da pesquisa foi elaborado um questionário *on-line*, através da plataforma “Google Formulários”.

Após se apresentar e explicar o contexto da pesquisa, os pesquisadores

confirmaram a aceitação do entrevistado e logo após enviaram o link do questionário para preenchimento. Foram contatadas 110 pessoas, que geraram uma taxa de aceitação de 91%, ou seja, 100 pessoas concordaram em realizar a pesquisa e preencheram o formulário proposto pelos pesquisadores.

A pesquisa conteve 20 perguntas direcionadas aos entrevistados, das quais apenas quatro foram selecionadas para descrever o perfil dos consumidores neste capítulo, buscando entender qual é a faixa de renda, faixa etária, grau de escolaridade e o principal local de compra do produto pelos entrevistados.

Para analisar essas perguntas, é interessante destacar que a pesquisa parte de um questionamento principal aos entrevistados: “Você sabe o que é um produto *in natura*? Sim/Não”, com base nesta resposta inicial, se decorre às demais indagações. As perguntas e respostas realizadas e abordadas neste capítulo foram:

- Qual a sua renda (em salários mínimos)? Até 1; 1 a 2; 2 a 5; Mais de 5.
- Qual sua faixa etária (em anos de vida)? Até 20; 21 a 25; 26 a 30; 31 a 35; 35 a 40; 41 a 50; mais de 51.
- Qual seu grau de escolaridade? Sem escolaridade (SE); ensino fundamental incompleto (FI); ensino fundamental completo (FC); ensino médio incompleto (MI); ensino médio completo (MC); superior incompleto (SI); superior completo (SC); especialização/mestrado/doutorado (E/M/Dr.).
- Aonde você compra seus produtos/alimentos *in natura*? Supermercado; Fruteiras; Feira do Produtor; Direto do Produtor Rural.

Após os dados coletados e tabulados, foi utilizado o Microsoft Excel (EXCEL, 2016), para realização de análise percentual e confecção dos gráficos.

3 . RESULTADOS E DISCUSSÕES

Em relação ao primeiro questionamento (Você sabe o que são produtos *in natura*?) aos entrevistados, pode-se observar que 64% dos entrevistados afirmaram que sabiam o que são produtos *in natura* (Figura 1). Porém, ao ser feita a segunda pergunta (descreva o que é um produto *in natura*, na sua opinião), 20% dessas não sabiam corretamente e 18% sabiam parcialmente a definição de produtos *in natura*, (Figura 2). Portanto, do total de entrevistados 39,68% realmente sabem o que são alimentos *in natura* e 11,52% dos entrevistados detêm uma definição parcial de produtos *in natura*. Isso nos mostra que uma parte significativa dos entrevistados possuem uma definição errônea sobre o termo *in natura* dos alimentos. Essa confusão se dá principalmente pelas misturas dos conceitos de produtos orgânicos e sem utilização de agrotóxicos.

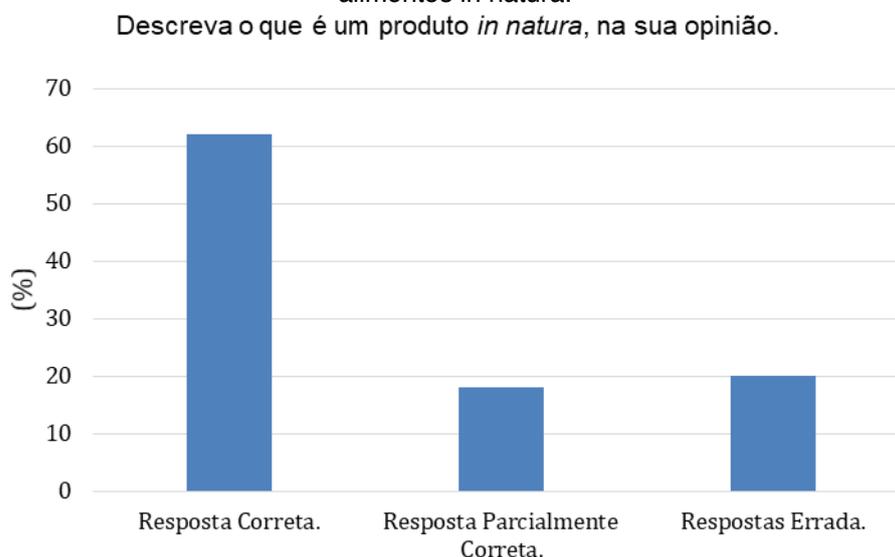
De acordo com a (OPAS/OMS), produtos *in natura* são aqueles obtidos diretamente de plantas ou de animais e adquiridos para consumo sem que tenham

sofrido qualquer alteração após deixarem a natureza. Já os alimentos orgânicos são caracterizados como alimentos *in natura* ou processados, de um sistema orgânico de produção agropecuária e industrial. A produção de alimentos orgânicos é baseada em técnicas que dispensam o uso de insumos como pesticidas sintéticos, fertilizantes químicos, medicamentos veterinários, organismos geneticamente modificados, conservantes, aditivos e irradiação (SOUZA et al 2012).

Figura 1 - Porcentagem dos entrevistados que responderam que sabem o que são alimentos *in natura*.



Figura 2 - Porcentagem dos entrevistados que descreveram o corretamente o que são alimentos *in natura*.

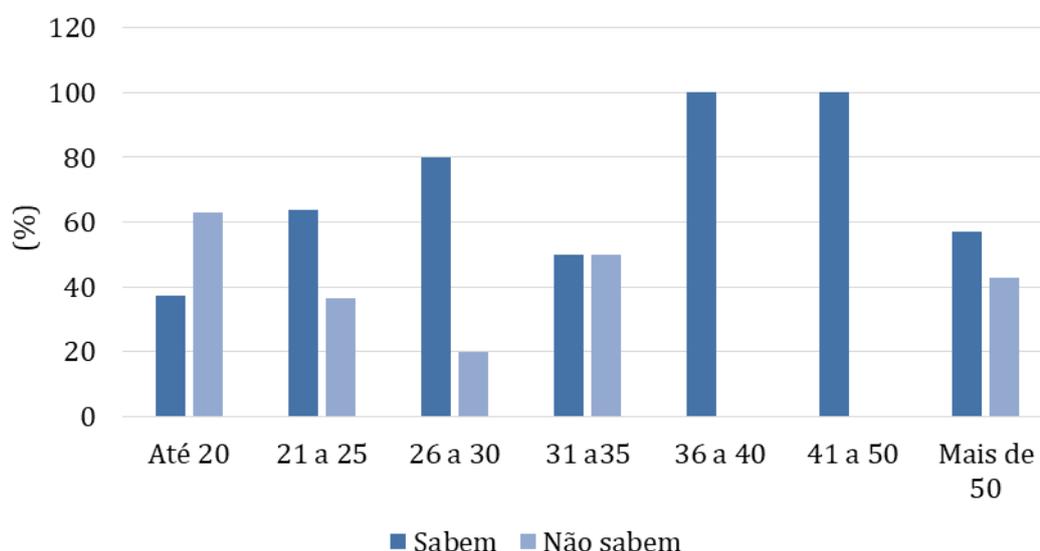


Após responder que tinha conhecimento do que se trata um produto *in natura*, o questionamento foi que essas pessoas descrevessem o seu conceito de produto *in natura*. Como já mostrado anteriormente, apenas 62% das pessoas que haviam respondido que sabiam o que é um produto *in natura*, realmente souberam descrever corretamente o seu conceito, 18% responderam de forma parcial e 20% erraram totalmente o conceito de produto *in natura*. Com base nisso, percebe-se que a maior parte das pessoas que afirmaram que sabiam que se tratava, não tinham

com clareza em mente o real conceito. Para se considerar uma resposta correta, na descrição o entrevistado deveria falar algo semelhante à “que não sofre nenhum tipo de processamento”.

Ao analisar as faixas etárias, identificou-se que as pessoas com idade de 35 a 40 e 41 a 50 anos são o público que apresentaram maiores percentuais de pessoas que sabem o que é um produto *in natura* (Figura 3). Isso ocorre em função de que estas são as faixas etárias em que começam a aparecer doenças relacionadas à má alimentação, como colesterol alto, diabetes e pressão alta, fazendo com que as pessoas intensifiquem os cuidados e a busca por conhecimento a respeito de uma alimentação mais saudável e natural, pois à medida que a população toma conhecimento dos riscos que o consumo de alimentos industrializados têm para sua saúde, ela começa a mudar seus hábitos de consumo. (BRANDENBURG, 2002).

Figura 3 - Porcentagem de pessoas que sabem e que não sabem o que é um produto *in natura* em cada faixa etária.



Quando analisamos o público que menos sabe o que é um produto *in natura*, se observa que o maior percentual se encontra na faixa etária de 20 anos, o que evidencia, que em muitos casos há pouca preocupação desse público com uma alimentação mais saudável, público esse caracterizado por grande consumo de alimentos processados devido a sua praticidade, o que faz com que busquem menos conhecimento a respeito de produtos *in natura* e seus benefícios.

Ao observar a escolaridade dos entrevistados, podemos verificar que conforme aumenta o nível de estudo dos indivíduos, maior é a porcentagem de pessoas que realmente tem conhecimento sobre o que são produtos *in natura* (Figura 4). Dessa forma, aqueles que possuem ensino superior completo e especialização são os que mais responderam corretamente o que é um produto *in natura*, tendo 91,7 e 80% das respostas corretas, respectivamente. Já os indivíduos que possuem ensino fundamental incompleto e completo foram os que menos responderam corretamente, sendo 33,3 e 0%, respectivamente.

O comportamento das respostas da Figura 4, pode ser justificado ou associado à renda (Figura 5) e ao grande acesso a informação que as pessoas possuem, através de redes sociais, que muitas vezes são notícias falsas. Dessa forma, quanto maior a renda mais fácil do indivíduo adquirir alimentos saudáveis, sendo esse comportamento mais evidente quando a mesma pessoa possui um maior nível de escolaridade, pois conhecimento estimula a preocupação por uma alimentação mais saudável, equilibrada e segura para si e para seus familiares.

Figura 4 - Percentagem de pessoas que sabem e que não sabem o que é um produto in natura com relação à escolaridade. FI: Fundamental Incompleto FC: Fundamental Completo MI: Médio Incompleto MC: Médio Incompleto SI: Superior Incompleto SC: Superior Completo E/M/D

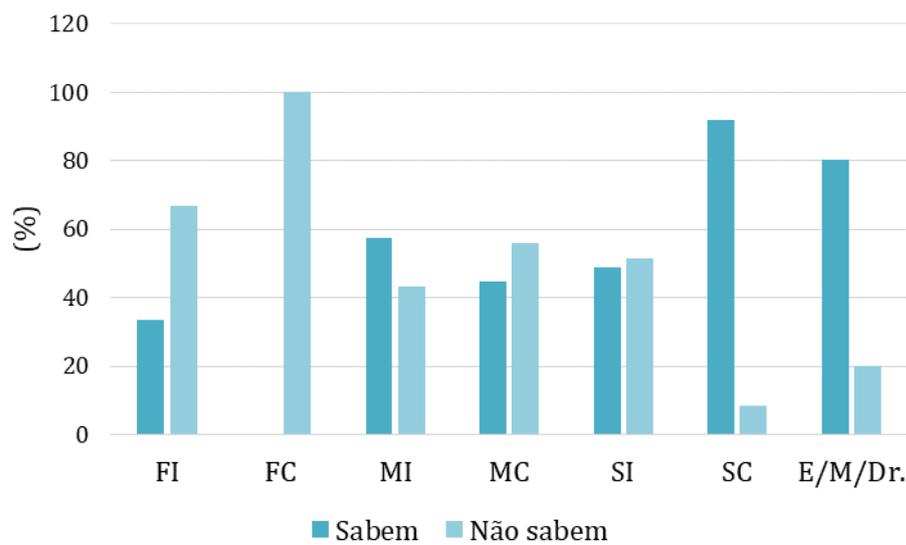
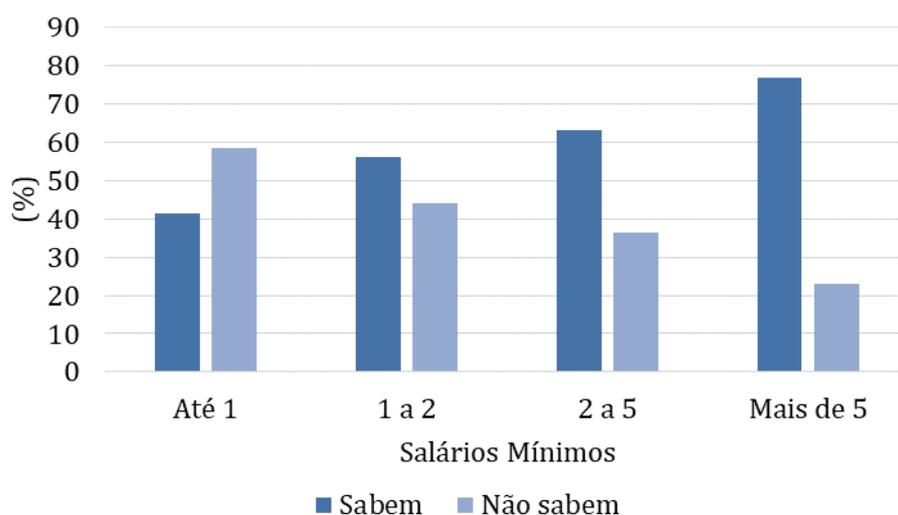


Figura 5 - Porcentagem de pessoas que sabem e que não sabem o que é um produto in natura com relação a renda familiar.



Conforme os dados coletados em relação à renda familiar (Figura 5), pode-se verificar que 40% das pessoas com renda per capita de até 1 salário mínimo sabem o que é um produto *in natura* e 60% não sabem. Na faixa de renda familiar de 1 a 2 salários mínimos, 55% sabem e 45% não sabem. Na faixa de renda familiar de 2 a 5 salários mínimos, 65% sabem e 35% não sabem. No grupo de pessoas com

renda familiar superior a 5 salários mínimos 75% dos entrevistados sabem o que é um produto *in natura* e 25% não sabem.

Constata-se, portanto, que o grupo de pessoas com renda superior a 5 salários mínimos é o que possui maior conhecimento a respeito dos produtos *in natura*, resultados que estão de acordo com trabalhos semelhantes que estudaram a influência da renda sobre o comportamento de consumo, como os resultados observados por Tavares (2018) em um estudo sobre o perfil dos consumidores de orgânicos, onde o autor verificou que pessoas com faixas salariais mais altas tendem a se informar mais e buscar alimentações mais saudáveis.

4 . CONCLUSÕES

Do total dos entrevistados, somente 39,68% realmente sabem o que são alimentos *in natura* e 11,52% tem uma ideia parcial dessa definição, onde o principal motivo que dificulta o entendimento do que são produtos *in natura* é a mistura dos conceitos de produtos orgânicos e sem utilização de agrotóxicos.

Os entrevistados com idades de 35 a 50 anos, forma os que apresentaram os maiores percentuais de acertos com relação ao que é um produto *in natura*, diferentemente da faixa etária de até 20 anos são os que menos sabem sobre o que são produtos *in natura*.

Constatou-se que, quanto maior o nível de escolaridade e a condição financeira dos entrevistados, maior é o percentual do conhecimento sobre o que são produtos *in natura*.

REFERÊNCIAS

BOENTE, A.; BRAGA, G. **Metodologia científica contemporânea**. Rio de Janeiro: Brasport, 2004.

BRANDENBURG, A. **Movimento agroecológico: trajetória, contradições e perspectivas**. Desenvolvimento e Meio ambiente (UFPR). Curitiba, Vol. 6, n. 6, p. 11-28, 2003.

Consumption of ultraprocessed foods and likely impact on human health.

Evidence from Canada. Public Health Nutr; v. 16, n. 12, p. 2240-2248. nov. 2012.

EXCEL. Microsoft Excel. **Estatística descritiva**. WA, USA, 2016.

HYMANN, H. **Planejamento e análise da pesquisa: princípios, casos e processos**. Rio de Janeiro: Lidor, 1967.

MOUBARAC J. C.; Martins APB, Claro RM, Levy RB, Cannon G, Monteiro CA.

OPAS Published. **Representação da OPAS/OMS no Brasil adota política de alimentação saudável no ambiente de trabalho**. Disponível em: <http://ecos-redenutri.bvs.br/tiki-read_article.php?articleId=1683>. Acesso em: 30/04/2020.

SOUSA, A. A.; Azevedo E.; Lima, E.E.; Silva APF. Alimentos orgânicos e saúde humana: estudo sobre as controvérsias. Rev Panam Salud Publica. 2012;31(6):513–7. Disponível em: <<https://scielosp.org/pdf/rpsp/2012.v31n6/513-517/pt>>. Acesso em: 30/04/2020.

TAVARES, V. S. **Alimentos orgânicos: perfil dos consumidores e variáveis que afetam o consumo**. Dissertação (Mestrado em Ciência e Tecnologia de Alimentos) Universidade Federal de Viçosa, Minas gerais. 2018.

SOBRE O ORGANIZADOR

Eduardo Eugênio Spers realizou pós-doutorado na Wageningen University (WUR), Holanda, e especialização no IGIA, França. Possui doutorado em Administração pela Universidade de São Paulo (USP). Foi Professor do Programa de Mestrado e Doutorado em Administração e do Mestrado Profissional em Comportamento do Consumidor da ESPM. Líder do tema Teoria, Epistemologia e Métodos de Pesquisa em Marketing na Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração (ANPAD). Participou de diversos projetos de consultoria e pesquisa coordenados pelo PENSA e Markestrat. É Professor Titular no Departamento de Economia, Administração e Sociologia, docente do Mestrado em Administração e Coordenador do Grupo de Extensão MarkEsalq no campus da USP/Esalq. Proferiu palestras em diversos eventos acadêmicos e profissionais, com diversos artigos publicados em periódicos nacionais e internacionais, livros e capítulos de livros sobre agronegócios, com foco no marketing e no comportamento do produtor rural e do consumidor de alimentos.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Ação antrópica 73, 113
Agricultura 4, 13, 14, 15, 16, 17, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 31, 51, 52, 53, 61, 89, 90, 97, 99, 110, 113, 117, 127, 134, 135
Agricultura familiar 14, 21, 22, 99
Agromineral 157, 158
Alimentação 1, 3, 5, 6, 11, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 21, 26, 41, 42, 43, 47, 48, 49, 51, 52, 57, 80, 82, 99, 100, 109, 110, 130, 136
Ambiente protegido 88, 90, 91, 92, 97
Amendoim 15, 16, 146, 147, 149
Apiários 23, 24, 27, 100
Apicultura 23, 24, 25, 27, 28, 29, 30, 31, 98, 99, 100, 103, 110, 111
Apicultura de Precisão 23, 27, 28, 99
Apicultura digital 23, 24, 27, 29, 30, 99, 103, 110
Apis melífera 99, 102
Arachis hypogaea 146, 147
Arecaceae 7, 79, 80
Aspergillus 129, 130, 133, 134

B

Biodiversidade 1, 2, 6, 11, 12, 13, 14, 15, 17, 18, 21

C

Capsicum frutescens 88, 91
Citrus 6, 9, 33, 34
Comunidades rurais 1, 4, 10, 80
Conhecimento Tradicional 1, 4, 14, 20, 21, 22, 79, 80, 83, 85
Conscientização 65, 67, 77, 117, 118
Consumo 5, 16, 20, 42, 43, 45, 47, 49, 50, 52, 53, 56, 57, 58, 59, 82, 87, 89, 101, 113, 114, 136, 144
Controle da produção de mel 23
Cor 151, 152, 153
Crianças 66, 67, 68, 69, 70, 72, 74, 75, 77, 78, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 118

D

DCC 25, 28, 99, 100, 110
Difusão de conhecimentos 66

E

Educação ambiental 71, 113
Educação infantil em solos 65
Engenharia Agrícola 60, 61, 62, 63, 97, 127
Erosão 16, 66, 68, 69, 70, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 85, 115
Etnobotânica 1, 3, 12, 14, 85
Evasão 60, 61, 62, 63
Extinção de abelhas 23
Extrativismo 6, 79, 84, 85

F

Fertilizantes alternativos 157
Fibra 38, 152, 153, 154, 159, 160, 161
Fitossanidade 136
Fitossanitários 114, 135, 144
Formulário 42, 45, 52, 55

G

Germinação 19, 21, 97, 120, 122, 123, 125, 126, 129, 130, 131, 132, 133, 134

H

Helianthus annuus 129, 130

L

Licuri 79, 80, 81, 82, 83, 85, 86

M

Manejo do solo 66, 70
Mata Atlântica 1, 4, 22
Minerais 136, 152, 154, 155
Moda 33, 34, 37, 39, 40
Monitoria 61, 62, 64

N

Natural 10, 33, 42, 43, 47, 52, 73, 81, 86, 113
Nutrição 11, 136, 145, 146, 150
Nutrição vegetal 146

P

Palmeiras 79, 84, 86

Perfil de consumidores 41, 51
Pimenta malagueta 87, 88, 89, 91, 92, 93, 96, 97
Plantas alimentícias 1, 3, 5, 6, 12, 13, 14, 17, 18, 20, 21, 22
Pó de rocha 157, 158, 159, 160, 161, 162
Polímero hidrorretentor 87, 88
População 6, 10, 13, 15, 18, 19, 21, 25, 41, 43, 47, 52, 54, 75, 100
Problemas 2, 4, 16, 19, 66, 68, 74, 77, 98, 135, 140, 144
Processos erosivos 68, 73
Produção 1, 3, 4, 10, 13, 15, 16, 17, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 26, 27, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 46, 51, 52, 53, 65, 67, 70, 73, 80, 82, 83, 84, 87, 88, 89, 93, 95, 96, 97, 99, 100, 101, 105, 109, 110, 113, 114, 120, 122, 127, 130, 135, 137, 140, 144, 145, 146, 148, 149, 151, 152, 157, 162
Produtividade 17, 27, 38, 68, 73, 89, 92, 95, 120, 122, 127, 128, 130, 135, 136, 143, 145, 146, 147, 148, 159
produtos orgânicos 43, 45, 49, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59
Proteína 5, 152, 153, 154

Q

Questionário 42, 44, 45, 55, 62

R

Resíduo 37, 125, 152

Rochagem 157, 162

S

Saccharum spp 157, 158

Sanidade 109, 129, 130, 131, 132

Saúde 19, 20, 21, 25, 31, 42, 43, 47, 50, 53, 57, 59, 155

Sementes de girassol 129, 130, 131, 132, 133, 134

Semiárido brasileiro 79

Sericicultura 33, 34, 37, 40

Sistemas de cultivo conservacionistas 65

Solanum gilo Raddi 10, 121

Solos 16, 65, 67, 70, 73, 74, 77, 97, 113, 117, 149, 162

Survey 44, 52, 54

Sustentabilidade 28, 33, 36, 40, 78, 100

T

Termorregulação 99, 100, 109

Tomate 135, 136, 137, 138, 139, 140, 141, 142, 143, 144, 145

U

Urbanização 73

Usos 3, 20, 79, 80, 81, 82, 83, 85, 117, 118

V

Viabilidade 110, 121, 131

Vigor 121, 122, 126, 127, 130



**EDITORIA
ARTEMIS
2020**