



UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO

DEPARTAMENTO DE TECNOLOGIA RURAL

BACHARELADO EM GASTRONOMIA

HÉVILA MARIA DE OLIVEIRA HOLANDA

**PRODUÇÃO E CONSUMO DE ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL: UM
ESTUDO SOBRE O ARMAZÉM DO CAMPO**

Recife-PE

MARÇO/2021

HÉVILA MARIA DE OLIVEIRA HOLANDA

**PRODUÇÃO E CONSUMO DE ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL: UM
ESTUDO SOBRE O ARMAZÉM DO CAMPO**

Relatório do Estágio Supervisionado
Obrigatório apresentado à Coordenação
do Curso de Bacharelado em
Gastronomia como requisito parcial para
obtenção do título de Bacharela em
Gastronomia.

ORIENTADORA: PROF^a. Dra. ANA CAROLINA DOS S. COSTA

SUPERVISORA: PROF^a. Dra. MARIA IRAÊ DE SOUZA CORRÊA

Recife-PE

MARÇO/2021

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal Rural de Pernambuco
Sistema Integrado de Bibliotecas
Gerada automaticamente, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

- H722p Holanda, Hévila Maria de Oliveira
Produção e consumo de alimentação saudável: um estudo sobre o Armazém do Campo / Hévila Maria de Oliveira Holanda. - 2021.
34 f.
- Orientadora: Ana Carolina dos S Costa.
Coorientadora: Maria Irae de Souza Correa.
Inclui referências e apêndice(s).
- Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal Rural de Pernambuco,
Bacharelado em Gastronomia, Recife, 2021.
1. Alimentação saudável. 2. Produção. 3. Consumo. 4. Agroecológico e Orgânico. 5. Armazém do Campo. I. Costa, Ana Carolina dos S , orient. II. Correa, Maria Irae de Souza, coorient. III. Título

CDD 641.013

HÉVILA MARIA DE OLIVEIRA HOLANDA

**PRODUÇÃO E CONSUMO DE ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL: UM ESTUDO SOBRE
O ARMAZÉM DO CAMPO**

Data: 05 de Março de 2021.

Resultado:

Banca Examinadora

Prof^a. Dra. Ana Carolina dos S. Costa (Orientadora)

Prof^a. Dra. Maria Iraê de Souza Corrêa (Supervisora)

Prof^o. Dr. Márcio Sampaio Pimentel (Membro Externo)

Recife-PE

MARÇO/2021

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, por me conceder sabedoria para a realização e conclusão deste ciclo.

Aos meus pais Francisco e Olivia, que sempre foram meu exemplo de ética, honestidade e amor. Obrigada por me apoiarem em minhas escolhas, principalmente, por terem me dado suporte em todo esse caminho.

Aos meus irmãos Daly, Ana, João, Teresa e Arthur, pela parceria, pelas muitas risadas que damos juntos, pelas músicas trocadas, pelas partidas disputas e por todo apoio nas loucuras. Obrigada por formarem meu melhor time!

À Thays por todo apoio, parceria, felicidade, cumplicidade e amor que tem me dado. E por a cada dia me fazer querer partilhar ainda mais a vida.

Às Queen's pelas muitas lutas e conquistas compartilhadas há anos, e principalmente as fofocas. Obrigada por serem as irmãs que o universo me mandou!

Aos meus amigos Batinga, Carla, Emily, Rafa, Isa e André, por formarem a melhor bancada e equipe de trabalho que já tive. Obrigada por aguentarem meus surtos de organização e limpeza, e por me tornarem uma pessoa que ama trabalhos em grupo. E ao Victor pelos intervalos e alívio cômico em meio às aulas.

Agradeço também à minha orientadora Carol Santos, pela paciência em todo esse ciclo, pelos incentivos e por acreditar em mim desde o início, e à professora Maria Iraê Corrêa pelos questionamentos e direcionamentos que foram muito importantes para todo o trabalho.

A todo o corpo docente pelos ensinamentos e conhecimentos passados, em especial os professores Leo Siqueira, Amanda Oliveira, Neide Shinohara, Fátima Padilha, Edenilze Romeiro e Mônica Panetta.

Agradeço ao MST e ao Armazém do Campo, que através de Ademar Ludwig e Ramos Figueiredo, me fizeram amar e conhecer ainda mais a importância da luta pela Reforma Agrária e os direitos do povo.

E por fim, à Universidade Federal Rural do Pernambuco, por ter o melhor RU do Brasil e ser a melhor Universidade que eu poderia ter.

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo analisar os desafios para a produção e consumo da alimentação saudável na perspectiva do Armazém do Campo. Foi realizado um estudo de caso qualitativo, utilizando-se a entrevista como método de coleta de dados, além de pesquisa documental nos sites oficiais do MST, Via Campesina e Ministério da Saúde. Na análise das entrevistas realizadas com coordenadores do Armazém, entendeu-se o conceito de alimentação saudável como um ato multidimensional, que deve levar em consideração todo sistema social, econômico e ecológico envolvido na cadeia, e a convergência desse conceito com os princípios da Agroecologia e da produção orgânica. Identificou-se que os maiores desafios para a produção da alimentação saudável têm sido a pouca infraestrutura possuída pelos agricultores e a falta de um veículo adequado para o escoamento dos produtos. Em relação ao consumo, os principais clientes do Armazém têm encontrado desafios em razão da pandemia do COVID-19, por terem um perfil de idade acima dos 50 anos, são pessoas que precisam estar em maior isolamento, evitando frequentar espaços públicos. Como limitações deste estudo, aponta-se o tempo limitado para realização da pesquisa e a dificuldade em obter dados sobre a rede Armazém do Campo, por ser um empreendimento relativamente novo e existirem poucos trabalhos científicos sobre a rede. Com base nestes aspectos, sugere-se a realização deste estudo com os outros segmentos da cadeia produtiva, produtores e clientes da rede, tendo em vista a importância de uma alimentação saudável e dos produtos provenientes da produção agroecológica e orgânica.

Palavras-chave: Alimentação Saudável, Produção, Consumo, Agroecologia e Orgânico, Armazém do Campo.

APÊNDICES

Apêndice 1. Roteiro da entrevista - Ademar Ludwig (Coordenador Geral dos Armazéns do Campo).....	33
Apêndice 2. Roteiro da Entrevista - Ramos Figueiredo (Coordenador do Armazém do Campo Recife/PE).....	34
Apêndice 3. Termo de Autorização para Utilização de Imagem e Som de Voz para Fins de Pesquisa.....	35

LISTA DE SIGLAS

COVID	Corona Virus Disease
DCNT	Doenças Crônicas Não-Transmissíveis
MST	Movimentos dos Trabalhadores Rurais Sem Terra
ORGANIS	Associação de Promoção dos Orgânicos
SIF	Serviço de Inspeção Federal
USP	Universidade de São Paulo

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	8
1.1 OBJETIVOS	10
1.1.1 Geral	10
1.1.2 Específicos	10
2. REVISÃO DE LITERATURA	10
2.1 ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL	10
2.2 PRODUÇÃO DE ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL	11
2.3 CONSUMO DE ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL	15
3. METODOLOGIA	18
4. RESULTADOS E DISCUSSÃO	20
4.1 CARACTERIZAÇÃO DO ARMAZÉM DO CAMPO RECIFE-PE	20
4.2 O CONCEITO DE ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL	21
4.3 DESAFIOS NA PRODUÇÃO DA ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL	23
4.4 DESAFIOS NO CONSUMO DA ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL	25
5. CONCLUSÃO	27
REFERÊNCIAS	28
APÊNDICES	33

1. INTRODUÇÃO

Há uma grande discussão sobre o que é alimentação saudável, seu conceito e percepção podem ser diversos e modificados ao longo do contexto histórico e as formas de construções sociais. No início do século XIX, com a descoberta dos nutrientes, houve o desenvolvimento na ciência da Nutrição e a modificação do que seria essa alimentação. De acordo com Azevedo (2008), as pesquisas científicas preconizavam uma padronização das necessidades nutricionais humanas com base nos conceitos de caloria e na análise quantitativa dos nutrientes.

Esse enfoque biológico dos alimentos reduzindo-os a sua composição nutricional e demais componentes, foi denominado de *Nutricionismo* por Michael Pollan (2008). O autor critica a forma como a indústria alimentícia e a ciência nutricional ignoram toda cadeia ao redor dos alimentos, os transformando apenas em nutrientes e influenciando uma modificação nos hábitos alimentares de toda sociedade e do entendimento destes do que seria uma alimentação saudável (POLLAN, 2008). Recomendações sobre alimentação devem considerar também o impacto das formas de produção e distribuição dos alimentos sobre a justiça social e a integridade do ambiente.

De acordo com o Guia Alimentar da População Brasileira (2014), uma alimentação saudável deriva de um sistema alimentar socialmente e ambientalmente sustentável. A alimentação saudável deve estar relacionada à produção de alimentos que protegem a biodiversidade e promovam o consumo variado, resgatando alimentos, preparações e hábitos culturais tradicionais. Bem como, ser acessível e disponível a todos, em quantidade e qualidade, baseada em alimentos produzidos e processados na região, por agricultores familiares, de maneira agroecológica, fundamentada na comercialização justa, aproximando a produção do consumo. Além disso, deve ser isento de contaminantes físicos, biológicos ou químicos que causem malefícios a todos os envolvidos, de maneira aguda ou crônica (MARTINELLI e CAVALLI, 2019). De acordo com esses parâmetros, o conceito de Alimentação Saudável pode ser concebido como:

Um direito humano básico que envolve a garantia ao acesso permanente e regular, de forma socialmente justa, a uma prática alimentar adequada aos aspectos biológicos e sociais do indivíduo e que deve estar em acordo com as necessidades alimentares especiais; ser referenciada pela cultura alimentar e pelas dimensões de gênero, raça e etnia; acessível do ponto de vista físico e financeiro; harmônica em quantidade e qualidade, atendendo aos princípios da variedade, equilíbrio, moderação e prazer; e baseada em práticas produtivas adequadas e sustentáveis (BRASIL, p. 8, 2014).

As orientações do Guia, apesar de serem simples, podem não ser tão fáceis de serem efetivadas. Como afirmam as pesquisadoras da Faculdade de Saúde Pública da Universidade de São Paulo (USP), Helena Ribeiro, Patrícia Jaime e Dayse Ventura: “Há uma grande transição nutricional em curso, com adoção de dietas ocidentalizadas, baseada em elevado consumo de carne e produtos lácteos, ao lado de alimentos ultraprocessados.” (2017, p.188). No entanto, existem movimentos que defendem o retorno de hábitos alimentares tradicionais, em relação a ter refeições à mesa, junto com a família e à agricultura orgânica.

Essa espécie de mudança de hábito tem se fortalecido, apesar de ainda ser restrita a classe média alta, e a alguns centros urbanos, porém pode-se observar que essa mudança tem ganhado capilaridade. Isso ocorre por diversas razões, como o próprio discurso nutricional que vem recomendando mudança em outro padrão nutricional, como também, por conta das Doenças Crônicas Não Transmissíveis (DCNT), como a obesidade, que vem crescendo muito (RIBEIRO; JAIME; VENTURA, 2017).

Muitos desafios têm sido apontados na busca pelo acesso ao alimento saudável, tanto na etapa de produção como na etapa do consumo (MARTINELLI; CAVALLI, 2019). Para melhor compreender esses desafios, é importante conhecer como eles ocorrem no ponto de vista das organizações que se propõem a promover o acesso à alimentação saudável.

Com o objetivo de proporcionar à população em geral o acesso a uma alimentação saudável, surge em 2016 na cidade de São Paulo, o Armazém do Campo, loja do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST). Um espaço criado como vitrine do trabalho realizado pelos assentamentos da Reforma Agrária Popular, agricultores familiares, quilombolas, indígenas e ribeirinhos do nosso território (PINA, 2016).

Atualmente, incluindo a loja na capital paulista, a rede possui também lojas em Porto Alegre, Belo Horizonte, Rio de Janeiro, Recife, São Luís do Maranhão, Caruaru e Bauru. Além do recente lançamento da sua primeira plataforma e-commerce, batizada de armazém docampo.shop, o Armazém tem como previsão para 2021 o lançamento de espaços em Cascavel, Londrina, Brasília e Aracajú (ALCÂNTARA, 2020).

Neste contexto, a justificativa deste trabalho baseia-se no estudo e identificação dos desafios enfrentados na produção e no consumo da alimentação saudável, pela perspectiva do Armazém do Campo. O objeto foi escolhido por ser uma das primeiras instituições a se colocar no mercado como ponto de acesso a alimentos agroecológicos e orgânicos, em contraponto à forma de comercialização das grandes redes de alimentos. E por o Armazém do Campo ser uma rede nova, com apenas cinco anos no mercado, existem poucos trabalhos acadêmicos sobre a instituição. Os resultados desta pesquisa poderão ser utilizados futuramente para outros estudos, já que há uma tendência gradativa e uma crescente conscientização em relação a produção e o consumo alimentar mais saudável.

1.1. OBJETIVOS

1.1.1. Geral

Analisar os desafios para a produção e o consumo da alimentação saudável na perspectiva do Armazém do Campo.

1.1.2. Específicos

Entender os significados de alimentação saudável na perspectiva do Armazém do Campo;

Identificar os desafios da produção da alimentação saudável na perspectiva do Armazém do Campo;

Indicar os desafios do consumo da alimentação saudável na perspectiva do Armazém do Campo.

2. REVISÃO DE LITERATURA

2.1. ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL

Os povos tradicionais conheciam empiricamente as plantas medicamentosas, venenosas e alimentares. O alimento local era suficiente para responder às suas demandas. Além disso, desenvolveram métodos de processamento e conservação de baixo impacto sobre as características originais dos alimentos. À medida que o ser humano foi se agrupando em sociedades diversificadas, sua alimentação foi também se modificando (AZEVEDO, 2014).

Assim como o ato de se alimentar passou por essas transformações, devido às mudanças dos povos, o conceito de alimentação saudável também acompanhou as lutas e as prioridades de cada sociedade. Essa complexidade da alimentação humana permite entender a comida não apenas como ato biológico, mas também social e cultural. Por esse ato estar em constante mudança, a definição de alimentação saudável ainda não é um consenso nas literaturas, entre os pesquisadores, nutricionistas e profissionais da área (LIMA; NETO; FARIAS, 2015).

No início do século XIX, a descoberta dos nutrientes, como a tiamina (vitamina B1), ocasionou o desenvolvimento da Nutrição moderna, descoberta essa que iniciou uma transformação nos sistemas alimentares, que passaram a preconizar as necessidades nutricionais humanas com base nos conceitos de caloria e na análise quantitativa dos nutrientes (AZEVEDO, 2008). A partir de tais conhecimentos as mudanças ocorridas na cultura alimentar refletiram em mudanças sobre o corpo e a saúde, levando ao entendimento

de que os nutrientes seriam mais importantes que os alimentos. Isto fundou uma ideologia do “*Nutricionismo*” defendida pela indústria alimentar, que propagou na cadeia de produção e no consumidor final um conhecimento científico reducionista aos macro e micronutrientes presentes no alimento (POLLAN, 2008).

Desde então, a noção de alimentação saudável produzida no imaginário social, ainda é orientada por uma concepção de saúde reduzida à busca de cura ou prevenção da doença. Esse processo chamado de Racionalização e Medicalização da Dieta ainda afeta todas as classes sociais em várias partes do mundo. Modelos de alimentação racionais e restritivos continuam a exercer uma enorme influência sobre a percepção da população em geral (VIANA *et al.*, 2017). É possível perceber uma tendência entre os especialistas em Nutrição, de considerar alimentação saudável como aquela que inclui alimentos *light* e *diet*, rica em compostos funcionais, com baixo teor de calorias, gorduras e outros nutrientes, complementos à base de fibras e micronutrientes e alimentos fortificados (AZEVEDO, 2014).

Entretanto, os nutrientes, isoladamente, explicam pouco a relação entre alimentação e saúde. Indo em contraposição ao *Nutricionismo* e a Racionalização e Medicalização da Dieta, o Guia Alimentar Brasileiro (2014) defende que a alimentação saudável deve estar relacionada à produção de alimentos que protegem a biodiversidade e promovam o consumo variado, resgatando alimentos, preparações e hábitos culturais tradicionais. Bem como, ser acessível e disponível a todos, em qualidade e quantidade suficientes, baseada em alimentos produzidos e processados na região, por agricultores familiares, de maneira agroecológica, fundamentada na comercialização justa, aproximando a produção do consumo. Além disso, deve ser isento de contaminantes físicos, biológicos ou químicos que causem malefícios a todos os envolvidos, de maneira aguda ou crônica (MARTINELLI e CAVALLI, 2019).

Apesar dessas recomendações do Guia serem praticáveis e trazerem aspectos dos sistemas alimentares pré-industriais, segundo França e colaboradores (2012), a alimentação de hoje é profundamente diferente dos nossos antepassados, que viviam em contato com a natureza, alimentando-se de tudo que ela lhes oferecia: animais abatidos (carne), frutas, gramíneas, folhas, raízes, entre outros. Atualmente, diante da variedade e facilidades que a indústria alimentícia proporciona, associada à falta de tempo e a praticidade que é fornecida, é possível delinear e caracterizar os novos hábitos alimentares da população. Neste contexto, as mudanças de hábitos na sociedade moderna afetam a qualidade das refeições, bem como o aumento da procura por alimentos industrializados na tentativa de acelerar o ritmo e ter praticidade no dia a dia (FRANÇA *et al.*, 2012)

2.2. PRODUÇÃO DE ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL

O sistema agroalimentar moderno se estabeleceu a partir do conhecimento dos nutrientes e de suas funções, com base na alta produtividade, nos avanços tecnológicos, no desenvolvimento da genética, na industrialização e no uso de adubos sintéticos e agrotóxicos (AZEVEDO, 2008). Processo que se iniciou após a revolução verde, implementada na década de 1960 sob a justificativa de aumentar a produção de alimentos e acabar com a fome, modificando assim os modos de produção. Instaurou-se uma produção de larga escala com alta tecnologia, dominada por grandes corporações, buscando a maior produtividade (RIBEIRO; JAIME; VENTURA, 2017). Esse processo de industrialização da alimentação ocasiona o consumo cada vez maior de alimentos processados e ultraprocessados, derivados da grande indústria alimentícia (BALEM *et al.*, 2017).

Existe uma relação entre essa produção de alimentos ultraprocessados e o modelo do agronegócio que atualmente se volta para os mercados internacionais de commodities agropecuárias, tais como grãos e carnes (CASSOL; SCHNEIDER, 2015). O frequente e intensivo uso de agrotóxicos, do consumo de água e emissão de dióxido de carbono e metano, dentre outros gases de efeito estufa, na produção, transporte e processamento de alimentos, são as principais preocupações ecológicas decorrentes da tendência de aumento de consumo dos ultraprocessados (RIBEIRO; JAIME; VENTURA, 2017).

Há uma cadeia de produção, que se inicia no campo, ou antes, na preparação de sementes, mudas e insumos, passando por ciclos, do plantio à colheita, em que elementos da natureza têm um papel crucial, mas que vêm sendo, cada vez mais, envolvidos por questões financeiras, sociais e tecnológicas (RIBEIRO; JAIME; VENTURA, 2017). A estrutura da propriedade rural se tornou mais concentrada, aumentaram as disparidades de renda, o êxodo rural e a exploração da força de trabalho nas atividades agrícolas. Tudo isso levou a piora da qualidade de vida da população trabalhadora do campo (MARTINELLI e CAVALLI, 2019).

Como afirma Altieri (2004), não só pelo fato da multiplicação das desigualdades, mas principalmente pelos impactos ambientais negativos causados pelo desmatamento continuado, pela redução dos padrões de diversidade preexistentes, pela intensa degradação dos solos agrícolas e contaminação química dos recursos naturais, entre tantos outros impactos, o padrão convencional de agricultura tem se apresentado insustentável. Oliveira e colaboradores (2008) afirmam que a prática de uma agricultura orgânica e agroecológica apresentam novas perspectivas para viabilização da produção de alimentos saudáveis, preservando o meio ambiente e, ao mesmo tempo, direcionando-se ao caminho da sustentabilidade econômica, social e ambiental. Perspectivas de produção defendidas atualmente pelo Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem-Terra (MST).

Segundo Veras (2005), a modernização da agricultura representou para os assentados do MST a substituição de suas atividades produtivas tradicionais, tornando-os gradativamente mais dependentes de fatores externos para produzir e conseqüentemente integrando-os de forma subordinada à economia. A atividade agrícola modificou-se, ampliaram-se os riscos principalmente econômicos devido à instabilidade dos mercados, à baixa remuneração dos produtos agrícolas, a contratação de dívidas com os bancos (para a compra de insumos e implementos agrícolas) e a ampliação dos custos de produção (SILVA, 2011). Conforme demonstram pesquisas realizadas em assentamentos do MST no Rio Grande do Sul, a agroecologia surgiu como a alternativa possível para aqueles agricultores que não se adequaram às modificações decorrentes na modernização da agricultura (VERAS, 2005).

Essa nova tendência na forma de produção viria a ser fundamentalmente alimentada com a inserção do MST na Via Campesina (SILVA, 2011), uma instituição internacional que reúne pequenos e médios agricultores, sem-terra, mulheres camponesas e comunidades indígenas de distintos países, e tem como objetivos lutar pela preservação ambiental, pela defesa da biodiversidade, dos conhecimentos tradicionais e das culturas locais, alarmantemente atingidos nas últimas décadas pelo modelo do agronegócio (VIA CAMPESINA, 2011).

De acordo com Luiz Zarref (2018), integrante do setor de produção do MST, agroecologia é:

A práxis social e produtiva dos camponeses, onde a partir do trabalho, do estudo, da reflexão e da organização popular criamos e manejamos sistemas produtivos diversificados, que tem a natureza como aliada, não como inimiga. A agroecologia é uma coevolução entre o sujeito social do campo e o meio ambiente ao seu redor, sua natureza exterior. À medida em que produzimos agroecologicamente na terra conquistada, com cooperação, com novas relações sociais, estamos reconstruindo nós mesmos, nossos coletivos e nossos territórios. E, com os frutos desse processo, alimentando as famílias trabalhadoras brasileiras. (ZARREF, 2018)

Visão holística que corrobora com a defendida pelo teólogo Leonardo Boff durante a abertura do VIII Congresso Brasileiro de Agroecologia, realizado em novembro de 2013 em Porto Alegre-RS. Onde o estudioso das ecologias ambientais definiu a Agroecologia como:

o trabalhar com os ritmos da natureza, que é respeitar o alcance e o limite de cada ecossistema, que é sentir-se não sobre a terra como quem a domina com o punho fechado, mas aos pés dela, em sinergia, com a mão

que se estende e se entrelaça para fazer essa aliança global de cuidar da terra, de cuidar uns dos outros... Se fizermos isso, teremos feito a ruptura necessária do velho paradigma da dominação, da devastação, para um novo paradigma, da convivência, do cuidado, paradigma da sustentação de toda a vida, não só a vida humana, porque não queremos ser antropocêntricos, mas de toda a comunidade de vida. (Scheuer, 2016, p.169)

Na pesquisa realizada por Beti (2014), foi possível perceber que o sucesso dos projetos agroecológicos não dependem apenas do trabalho dos agricultores. A agroecologia é a conjugação do saber tradicional com o conhecimento técnico de modo a otimizar as possibilidades de uma produção ecologicamente correta ao mesmo tempo que seja economicamente justa (LEFF, 2002).

Segundo estudo realizado por Saraiva e colaboradores (2013), com agricultores familiares do estado de Santa Catarina, as principais dificuldades para a produção agroecológica e de orgânicos estão relacionadas com a escassez da mão de obra e a falta de área disponível. Parte dos entrevistados apontaram a falta de capacitação também como uma das dificuldades, tendo expectativa que o apoio fosse realizado pelos órgãos públicos. Ainda durante a pesquisa, apesar da possibilidade de novos mercados consumidores para os alimentos orgânicos, os agricultores familiares e as cooperativas relataram dificuldades em relação ao controle de pragas e adversidades climáticas. Mostrando a necessidade desses investimentos no apoio técnico, orientando-os sobre como proceder nas adversidades sem utilização de agrotóxicos e como melhorar a produtividade dos alimentos (SARAIVA *et al.*, 2013).

Silva, Pavinato e Ahlert (2018), realizaram uma pesquisa no assentamento Celso Furtado, em Quedas do Iguaçu-PR. Onde constataram que as principais dificuldades enfrentadas pelos agricultores assentados da região são ligadas ao manejo, ocasionadas pela inexperiência dos atores e também pela falta de assistência técnica, assim como apontado por Saraiva e colaboradores (2013), aliadas ainda ao insucesso comercial, sem preços competitivos devido a falta de planejamento e conhecimento do mercado.

Enquanto, no assentamento Luiza Mahin, localizado em Limeira-SP, além da escassez de água e poucos incentivos financeiros para viabilização da produção, o principal obstáculo encontrado são os canais de distribuição que ainda não operam de forma concretizada (BETI, 2014). É importante lembrar que esses agricultores rurais assentados precisam de apoio de organizações governamentais e não governamentais para instituírem um plano de ação que contemple desde a implantação das famílias nas terras, o correto manejo das culturas ali cultivadas, da criação de organizações, associações ou cooperativa

que possibilitasse o escoamento da produção, entre outros (SILVA; PAVINATO; AHLERT, 2018).

Recomenda-se também que os agricultores familiares e as cooperativas se utilizem das certificações em grupo, por proporcionarem aos produtores um aumento nas possibilidades de comercialização e por terem seus custos reduzidos (BRASIL, 2009). Os mecanismos de certificação participativa e o organismo de controle social aumentam a credibilidade do agricultor familiar e da cooperativa de produtores, em especial de alimentos orgânicos, no momento da comercialização, garantindo aos consumidores a procedência e a rastreabilidade dos produtos (MEDAETS; FONSECA, 2005).

2.3. CONSUMO DE ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL

Diante das dificuldades na produção e distribuição de alimentos saudáveis, criar um debate global sobre o consumo desses alimentos é um outro grande desafio da sociedade contemporânea, a qual é levada a consumir desenfreadamente produtos ultraprocessados e de baixa qualidade nutricional. Consumo que, em grande parte, é reforçado pelas grandes mídias e pela globalização (COSTA; TEODÓSIO, 2011). Uma possível mudança no hábito de consumo da população tem como um dos principais pontos o acesso à informação, fator que é capaz de transformar o consumidor em um indivíduo apto a escolher o que é melhor para a sociedade e para si levando em consideração um desenvolvimento que gere o equilíbrio entre a economia, o meio ambiente e o ser humano (BRASIL, 2014).

A prática de uma alimentação sem desperdícios, priorizando alimentos orgânicos e produtores que se comprometem com o ambiente são princípios do consumo consciente, que é o ato ou decisão de consumo praticado por um indivíduo, levando em conta o equilíbrio entre sua satisfação pessoal, as possibilidades ambientais e os efeitos sociais de sua decisão (INSTITUTO AKATU, 2005). Segundo De Toni, Mattia, Larentis (2010), o ato de consumir é também algo coletivo, e está envolto por um conjunto de significados e valores sociais. Assim como para os autores Costa e Teodósio (2011), o qual o consumo consciente é a capacidade que todos os atores envolvidos, indivíduos, instituição pública ou privada de optar por produtos e serviços que contribuam de maneira responsável para a melhoria da vida individual e coletiva, visando a preservação ambiental.

Para concretização dessa prática do consumo consciente, Costa e Teodósio (2011) recomendam a modificação do modo de consumir, possibilitando que os indivíduos, enquanto consumidores e cidadãos sejam capazes de fazer melhores escolhas, desenvolvendo a consciência do impacto ambiental, coletivo e social que irão, por sua vez, definir suas opções individuais de consumo para a promoção da qualidade de vida e do desenvolvimento local. No entanto, segundo Abramovay (2012), a concretização só será possível transformando os padrões de produção e consumo, equilibrando os impactos

causados no meio ambiente, de modo que as necessidades das gerações atuais sejam atendidas sem afetar as futuras gerações, utilizando os recursos naturais e cuidando dos resíduos decorrentes das atividades de produção e consumo compatíveis com a capacidade do ecossistema.

A preocupação com a escassez de recursos naturais faz com que muitos consumidores passem a pressionar empresas para que sejam responsáveis ambiental, social, econômica e culturalmente (AKATU, 2020). A consciência ecológica é um imperativo dos últimos tempos. Por estas razões, não basta que a empresa transmita apenas uma imagem de consciência, mas sim que possua uma atitude real de transformação e responsabilidade. É necessário reduzir os impactos ambientais negativos e preservar a natureza (GUIMARÃES; VIANA; COSTA, 2015). Essa compreensão das relações do consumidor com o meio ambiente é importante para empresas em seus delineamentos estratégicos, pois percebe-se por parte dos consumidores uma maior preocupação e discussão com respeito ao bem-estar e a qualidade de vida pela valorização do ser humano e do meio ambiente, ao invés daquela que embute a realização econômica em detrimento da realização pessoal e da sustentabilidade ecológica (BACHA; STREHLAU; SCHAUN, 2011).

Conforme indica a pesquisa “Vida Saudável e Sustentável 2020”, realizada pelo Instituto Akatu (2020) em parceria com a GlobeScan, mais de 80% dos consumidores brasileiros esperam que as empresas cuidem do que está sob seu controle operacional, remunerando os funcionários de maneira justa e garantindo que seus produtos sejam seguros e saudáveis, além de fornecer informações sobre seus processos produtivos. Ainda de acordo com a pesquisa, as marcas não devem apenas expor suas práticas, mas mostrar a relevância e os impactos delas a todos os envolvidos: colaboradores, fornecedores, sociedade, meio ambiente e economia (AKATU, 2020). Para tanto, as empresas devem disponibilizar informações atualizadas, fundamentadas e condizentes com a realidade, deixando-as facilmente acessíveis e utilizando canais adequados ao seu público-alvo.

A pesquisa ainda indica que 25% dos consumidores demandam maior compreensão sobre quais produtos são melhores para a sociedade e para o meio ambiente, especialmente entre os mais jovens e entre os não responsáveis pelas compras (AKATU, 2020). Os consumidores acreditam que o papel das empresas não é apenas seguir o que as leis determinam, mas contribuir para o desenvolvimento da sociedade. Marcas cujas ações estão alinhadas ao desenvolvimento sustentável, sejam elas sociais, ambientais ou econômicas, têm sido cada vez mais valorizadas pelos brasileiros.

Outros estudos trazem resultados na mesma direção. De acordo com Ventura (2010), a crescente busca pela melhoria da qualidade de vida pode ser percebida pelo aumento do consumo de serviços e produtos saudáveis. Dentre eles, o mais evidente é a alimentação. Atualmente, 80% dos jovens afirmam procurar alimentos mais saudáveis e

naturais, 35% dos domicílios brasileiros consomem produtos *diet e light* e 21% consomem produtos orgânicos. O consumo de orgânicos aumenta 30% a cada ano, segundo estimativa do Instituto Biodinâmico, uma das instituições que certifica esses alimentos no Brasil (VENTURA, 2010).

No ano de 2019 houve crescimento de 10% a 15% de oferta, segundo pesquisa feita pela Associação de Promoção dos Orgânicos (Organis). A entidade calculou que o segmento de orgânicos movimentou R\$4,5 bilhões com a venda de produtos e U\$190 milhões com exportações. A expectativa para 2020 não era diferente, a estimativa dos 10% foi superada já no primeiro semestre, atingindo mais de 50% só no varejo (ORGANIS, 2019). Uma das justificativas é a crescente procura de alimentos orgânicos saudáveis neste período que se vive a pandemia de COVID-19, momento em que cuidar da saúde e da imunidade se tornou ainda mais importante.

Outro sinal do aumento no interesse pelos produtos, conforme a entidade, foi o número de acessos ao site da associação, que ultrapassou 20 mil visitas por mês. Cresce diariamente, não apenas do público consumidor, mas, também, de produtores buscando informações sobre certificação e varejistas desejando entrar ou evoluir nesse mercado. Alguns produtores triplicaram a produção, e a entrega de cestas mais do que duplicou com vendas online e *delivery*, segundo a Associação de Promoção dos Orgânicos (ORGANIS, 2020).

Nesse contexto, observa-se que cresce o número de consumidores que desejam obter cada vez mais informações sobre os produtos oferecidos, desde a aquisição de matérias-primas e da produção até o destino final. Conhecer a composição, as condições de processamento, transporte e os fabricantes são alguns exemplos de informações que são pesquisadas (VENTURA, 2010). Para isso, é demandado o acompanhamento e o monitoramento dos produtos, serviços e respectivos processos produtivos, que deverão ser feitos de forma mais rigorosa, visando ao aumento da credibilidade dos fornecedores para com os clientes.

É evidente a necessidade das empresas aumentarem e expandirem a divulgação de suas práticas socioambientais. Isso pode ser ainda mais efetivo se feito para além do momento da compra, não apenas no rótulo, na etiqueta ou no local de venda, e sim oferecendo informações importantes em sites, redes sociais e até mesmo em ações de comunicação específicas (ENOKI *et al.*, 2008). A transparência na descrição dos processos e produtos oferecidos pelas empresas fornecem ferramentas para o consumidor ter mais consciência, transformando uma intenção de compra em uma ação de compra.

Entretanto, o acesso a mais informações não é a única barreira identificada pelos consumidores para o aumento no consumo de alimentos orgânicos e agroecológicos. Na pesquisa do Instituto Organis (2020), onde os consumidores foram perguntados quais os motivos pelos quais não consomem orgânicos em maior quantidade, 65% citaram o preço do produto como principal fator, enquanto 27% afirmaram que têm dificuldade de encontrar

os produtos, e 6% afirmou falta de costume. E mesmo com as dificuldades, 88% dos entrevistados afirmaram ter interesse em buscar mais informações sobre como manter uma alimentação saudável (ORGANIS, 2020).

Resultados que seguem a mesma tendência nos estudos de Barbé (2009), Andrade e Bertoldi (2012), Ferreira, Mota e Garcia (2019), onde consumidores quando questionados sobre as barreiras que detêm o consumo de alimentos orgânicos de forma geral, destacaram o “preço superior” destes produtos em comparação as categorias não orgânicas, fator extensivamente reforçado por mais pesquisas, como o estudo realizado em Dourados-MS por Shimada e colaboradores (2017), onde 54% dos entrevistados apontaram o preço dos produtos orgânicos como o principal fator limitador para o consumo desses produtos.

Assim como apresentado por Porto e Nordi (2019), não somente os preços, a baixa disponibilidade dos alimentos também atrapalham o maior crescimento de vendas. E ainda, características como a dificuldade de acesso, locais específicos de venda, baixa variedade de produtos e o pequeno espaço ocupado nas gôndolas dos supermercados consistem em barreiras associadas à distribuição e ao varejo (FERREIRA; MOTA; GARCIA, 2019).

3. METODOLOGIA

Este trabalho teve como abordagem metodológica o estudo de caso qualitativo. A pesquisa qualitativa não se preocupa com representatividade numérica, mas com o aprofundamento da compreensão de um grupo social ou de uma organização (GOLDENBERG, 1997). Segundo Bruchês e colaboradores (2016), o objetivo da amostra qualitativa é produzir informações aprofundadas, podendo ser pequena ou grande, mas que seja capaz de produzir novas informações.

Para Yin (2005), dentre as diversas abordagens existentes, o estudo de caso é utilizado em diferentes situações, tendo como objetivo “contribuir com o conhecimento que temos dos fenômenos individuais, organizacionais, sociais, políticos e de grupo, além de outros fenômenos relacionados” (p.20). De acordo com Gil (2008):

“Alega-se que os estudos de caso demandam muito tempo para serem realizados e que frequentemente seus resultados tornam-se pouco consistentes. De fato, os primeiros trabalhos qualificados como estudos de caso foram desenvolvidos em longos períodos de tempo e seus resultados deixaram muito a desejar. Todavia, a experiência acumulada nas últimas décadas mostra que é possível a realização de estudos de caso em períodos mais curtos e com resultados passíveis de confirmação por outros estudos” (GIL, 2008, p.58).

No caso deste trabalho, se deu a escolha do estudo de caso como método de pesquisa por ser uma análise holística, a mais completa possível, e que considera a unidade social estudada como um todo, seja um indivíduo, uma família, uma instituição ou uma comunidade, com o objetivo de compreendê-los em seus próprios termos (GOLDENBERG, 2017).

Como instrumento de coleta de dados foram utilizadas entrevistas semiestruturadas e a pesquisa documental. A primeira entrevista ocorreu no dia 26 de novembro de 2020, com Ademar Ludwig, filho de camponeses, há 29 anos militante do MST, atualmente coordenador geral e um dos idealizadores da rede Armazém do Campo, foi realizada por meio de vídeo chamada utilizando a plataforma Google Meet. Tendo em seu roteiro de entrevista (Apêndice 1) questionamentos que levavam ao panorama e construção de uma caracterização geral dos Armazéns e de seus ideais.

A segunda entrevista foi realizada no dia 17 de fevereiro de 2021, presencialmente no Armazém do Campo Recife-PE, com o militante do MST, técnico em Agroecologia e coordenador da unidade, Ramos Figueiredo. A entrevista foi direcionada à construção do estudo de caso da loja Armazém do Campo Recife-PE. O critério para seleção do caso foi a importância do espaço, sendo o primeiro Armazém do Campo aberto no Nordeste, e seu caráter de espaço de articulação política na cidade, como afirma Figueiredo. A entrevista foi conduzida em três etapas: "Caracterização do Armazém Recife-PE", "Fornecedores e Alimentação Saudável" e "Perfil dos Clientes" (Apêndice 2).

Enquanto a pesquisa documental se deu através de artigos e publicações disponíveis na plataforma *Google Acadêmico*. No site oficial do MST, com publicações sobre a criação e objetivos dos Armazéns do Campo, sobre produção agroecológica e orgânica. Publicações sobre o movimento camponês, da página da Via Campesina. O Guia Alimentar da População Brasileira do Ministério da Saúde, além de pesquisas publicadas sobre práticas de consumo pela instituição Akatu e sobre o consumo de orgânico pela instituição Organics.

Dentre os diversos instrumentos de pesquisa utilizados, a entrevista é um dos mais importantes. Isto porque, além de estar direcionada aos objetivos específicos do pesquisador, produz o aprofundamento e a riqueza das informações que se espera da metodologia. Na semi-estruturada, embora exista um conjunto de questões previamente definidas, o entrevistador não fica restrito a elas, dando ao entrevistado liberdade para discorrer sobre o tema proposto e conduzir a conversa. O roteiro de perguntas é um guia para evitar lacunas (TRIVIÑOS, 1987). De modo geral, estudos de casos utilizam entrevistas abertas e semi-estruturadas porque permitem um maior aprofundamento e riqueza de detalhes (BRANSKI; FRANCO; LIMA JUNIOR, 2010).

A entrevista individual é a técnica fundamental da pesquisa qualitativa, descrita como uma conversa oral entre duas pessoas, na qual uma delas é o entrevistador e a outra o entrevistado, com uma conversação efetuada face a face, de maneira metódica, e que pode proporcionar resultados satisfatórios e informações necessárias (MARCONI; LAKATOS, 2003). O propósito das entrevistas é descobrir as questões implícitas, onde o entrevistado é induzido a comentar sobre suas crenças, atitudes e informações subjacentes ao tema em estudo (GOLDENBERG, 1997). Segundo Richardson (1999), a validade da pesquisa qualitativa não está relacionada ao tamanho da amostra, mas pela profundidade com que o estudo é realizado.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os dados a seguir foram coletados nas entrevistas realizadas com os coordenadores do Armazém do Campo, Ademar Ludwig e Ramos Figueiredo, realizando a discussão com artigos e publicações disponíveis na plataforma *Google Acadêmico* sobre temas como, “alimentação saudável”, “produção orgânica”, “Agroecologia”, “alimentação e sustentabilidade”, “agricultura familiar e o MST”, entre outros. Além de publicações da página oficial do MST e da Via Campesina, trazendo informações sobre os Armazéns, sobre Agroecologia e produção de orgânicos.

4.1. CARACTERIZAÇÃO DO ARMAZÉM DO CAMPO RECIFE-PE

O Armazém do Campo, localizado no bairro Santo Antônio, centro da cidade de Recife, foi inaugurado em maio de 2019, com a proposta de oferecer alimentação saudável e ser um espaço cultural para a população. O prédio histórico é dividido em três partes. A porta de frente para a rua do Imperador Pedro II, funciona como entrada do mercado. No lado oposto, com acesso para a avenida Martins de Barros, está o café-bar, que por razões da pandemia da COVID-19 encontra-se fora de funcionamento. E entre o mercado e o bar, está a livraria da Editora Expressão Popular, que possui mais de 600 títulos (CESAR, 2019). Estrutura que deixa evidente as características buscadas pelos coordenadores do Armazém, de ser esse um espaço de resistência político-cultural, conforme declarou Ademar Ludwig durante a entrevista:

“Nós não queremos ser apenas um lugar onde tem nosso produto na prateleira, nós queremos ter outras intervenções, culturais, políticas, que vão além da comida”

De acordo com Ludwig, existem quatro pilares que nortearam a criação dos Armazéns. O primeiro foi criar um espaço de propaganda da Reforma Agrária, dialogando com a sociedade e desconstruindo o discurso de criminalização que se tem sobre o MST. O segundo é a comercialização de produtos oriundos da Agricultura Familiar, do pequeno agricultor. Produtos orgânicos, que são livres de agrotóxicos, que são agroecológicos e que têm uma outra lógica de produção, incluindo a juventude e as mulheres no processo produtivo. Além disso, o Armazém tem também como objetivo contribuir na formação cultural das pessoas, por isso promovem atividades gratuitas de literatura, música e debates, sendo esse o terceiro pilar. Por fim, o quarto e último pilar é garantir a produção de alimentos saudáveis e que sejam agroecológicos.

Atualmente, o mercado e a livraria do Armazém funcionam de segunda a sexta das 9h às 17h e aos sábados das 7h às 17h. Por causa da pandemia, o abastecimento, que ocorria dois dias na semana, de hortifrutis vindos dos assentamentos da região, passaram a ocorrer somente aos sábados, dia em que também são realizadas as entregas do *delivery*.

4.2. O CONCEITO DE ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL

Na análise das entrevistas das duas lideranças do Armazém do Campo, Ademar Ludwig e Ramos Figueiredo, mostrou-se o alinhamento dos ideais e causas entre os Armazéns. Quando questionado sobre o que seria a alimentação saudável, Ludwig afirmou que, de um modo geral, a produção orgânica seria o primeiro passo para se pensar nessa alimentação saudável, como pode ser observado no trecho a seguir:

“O que a gente defende hoje como uma bandeira principal é que, a agroecologia é o nosso caminho e fim. É o modelo de agricultura que a gente defende, mas até lá nós temos um inimigo muito grande, que é o agronegócio e que está envenenando a sociedade com o agrotóxico. Então nosso passo inicial agora é a briga pelo orgânico, como um passo para o saudável.”

Quando questionado sobre o significado de alimentação saudável, o coordenador do Armazém Recife, o entrevistado Figueiredo, defendeu que:

“em primeira instância, o que é saudável é aquilo que não agride o corpo, o que não me agride enquanto pessoa, enquanto consumidor daquele alimento.”

Além disso, Figueiredo enfatizou que todo esse processo passa também pelo não uso dos agrotóxicos na agricultura. Assim como em Martinelli e Cavalli (2019), um alimento saudável deve ser isento de contaminantes físicos, biológicos ou químicos que causem malefícios a todos os envolvidos, sendo de maneira aguda ou crônica.

Enquanto a indústria alimentícia e a ciência nutricional consideram alimentação saudável como aquela que inclui alimentos *light* e *diet*, rica em alimentos funcionais, com baixo teor de calorias, gorduras e outros nutrientes, complementos à base de fibras e micronutrientes e alimentos fortificados (AZEVEDO, 2014; VIANA *et al.*, 2017), ignorando toda cadeia ao redor dos alimentos, considerada por Pollan (2008), ser essa uma visão reducionista dos alimentos. Indo assim contra a ideia macro de um sistema de caráter social, econômico e ambiental defendida pelo MST e pela rede Armazém do Campo (MST, 2020).

O Guia Alimentar Brasileiro (2014) defende que a alimentação saudável deve estar relacionada à produção de alimentos que protegem a biodiversidade e promovam o consumo variado, resgatando alimentos, preparações e hábitos culturais tradicionais. Bem como, ser baseada em alimentos produzidos e processados na região, por agricultores familiares, fundamentada na comercialização justa, aproximando a produção do consumo (BRASIL, 2014). Princípios que convergem com os da Agroecologia e da Produção Orgânica e que são defendidos por Ludwig. O coordenador afirma que a agroecologia seria o meio e o fim dessa luta pela alimentação saudável, sendo considerado o modelo ideal de produção, por trazer o debate e a relação ser humano-natureza, ser humano com ser humano, além das questões em torno dos modos de cultivo e da concentração da terra (MST, 2020; VIA CAMPESINA, 2011).

Parafraseando Ana Primavesi, pesquisadora da agroecologia e da agricultura orgânica, Figueiredo conclui que:

"Um solo doente, produz um povo doente. Então, não é possível a gente ter um povo sadio, vivendo e comendo produtos à base de agrotóxicos."

Assim, as concepções de alimentação saudável dos líderes entrevistados do Armazém do Campo, se aproximam dos conceitos defendidos pelo Guia Alimentar do Ministério da Saúde (2014) e de outros autores como Martinelli e Cavalli (2019), em especial no que se refere a não utilização de agrotóxicos na produção, o cuidado com toda a cadeia e com aqueles envolvidos no processo. Além do respeito com os hábitos e cultura de quem consome. Mostrando um alinhamento dos princípios do MST e da rede Armazém, com os da produção agroecológica, ideais importantes para a garantia e produção de uma

alimentação saudável para a população. Realizando contraposição aos conceitos reducionistas que são defendidos pelas grandes indústrias alimentícias.

4.3. DESAFIOS NA PRODUÇÃO DA ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL

Quando direcionada a entrevista para os desafios dos produtores e fornecedores do Armazém do Campo, Figueiredo afirma que, um dos maiores desafios é em relação à falta de infraestrutura na produção, o que não possibilita aos agricultores da região aumentarem a quantidade produzida e acaba afetando também a diversidade de produtos disponíveis.

“A maior dificuldade que a gente enfrenta hoje é principalmente no que diz respeito ao hortifruti. Nós temos uma necessidade de ampliar o leque de ofertas de produtos, mas a nossa região não tem uma cultura de produção em larga escala de hortifruti, ou numa maior escala, mas que permita abastecer um estabelecimento comercial.”

Problema também identificado em estudo realizado por Santos (2011) nos assentamentos da cidade Nova Santa Rita-RS, onde as principais dificuldades encontradas no processo de produção foram a falta de equipamentos e de infraestrutura produtiva adequada como, estufas e sistemas de irrigação.

Ainda de acordo com Figueiredo, outro desafio está relacionado ao transporte dos hortifrutis, pois muitos produtores e assentamentos não possuem um veículo adequado para a carga das suas produções.

“Existem muitos assentamentos aqui, mas eles não têm infraestrutura para trazer a produção, porque você precisa pelo menos de uma caminhonete para trazer para cidade.”

Na pesquisa de Santos (2011), o autor relata a mesma falta de transporte adequado para essa comercialização. De seis famílias entrevistadas, que realizavam a produção de hortifruti no assentamento Capela em Nova Santa Rita-RS, apenas uma possuía veículo adequado para o transporte. Segundo Beti (2014), além dos poucos incentivos financeiros para viabilização da produção, o principal obstáculo também encontrado, no assentamento Elizabeth Teixeira em Limeira-SP, são os canais de distribuição que ainda não operam de forma concretizada, dificultando o escoamento da produção. O coordenador Ludwig, afirma

que também é necessário aumentar as rotas para diminuir o custo dos produtos que vêm de outras regiões do país, como por exemplo os cafés, arroz, feijões, sucos, mel e cachaças.

“A gente tem trabalhado para aumentar as rotas, criar parcerias, para diminuir os custos do transporte desses alimentos que mandamos pro Brasil todo, como o arroz, os cafés...”

Um outro aspecto apontado, durante a entrevista de Ludwig, foi a necessidade dos agricultores possuírem as certificações dos produtos e as dificuldades que enfrentam para a obtenção. E destacando, assim como Silva, Pavinato, Ahlert (2018), a possibilidade da certificação participativa com cooperativas e associações, pois esse processo traz credibilidade e destaque favorável para a comercialização.

“A gente segue os critérios do mercado mesmo, o produto tem que ter legalização, se for animal tem que ter todo aquele processo, SIF, inspeção sanitária. O feijão, por exemplo, tem que estar registrado no Ministério da Agricultura. A gente segue então esses critérios, o produto tem que ter na origem dele, saber de onde ele veio, de qual assentamento, de qual família. Tem que ter uma marca registrada em torno disso. Apesar que o consumidor não cobra isso da gente, mas a gente cobra do produtor o certificado, como no caso do orgânico. A gente faz questão de ter esse selo, porque ele dá mais credibilidade.”

Na pesquisa realizada por Silva e Sousa (2013), dos agricultores familiares pesquisados em 52 municípios de Santa Catarina, 66,7% não possuíam certificação, 11,5% eram certificados, 11,5% estavam em processo de certificação e 10,41% não apresentaram esses dados. Segundo Ferreira, Mota e Garcia (2019), os consumidores identificam os produtos como orgânicos por seus selos de certificação e, nesse sentido, a confiança no sistema de rotulagem desempenha um papel vital na tomada de decisões sobre a compra de alimentos orgânicos ou convencionais.

E outro grande esforço que se tem feito internamente no MST, é de convencer as famílias que não existe a necessidade e não tem justificativa de se produzir comida com agrotóxicos para a população, como afirma Ludwig no seguinte trecho:

“É o mínimo que a gente faz, que é um diálogo entre os próprios assentamentos. Não tem sentido você libertar a terra do latifúndio e

fazer ela produzir com veneno, para oferecer essa comida a sociedade. Então, nosso esforço é muito esse. É claro que não é do dia para noite que você transforma uma produção em orgânica, é todo processo, mas o debate de não usar veneno, isso tem que ser meio que o cotidiano. Esse é um esforço grande que nós temos feito internamente no MST, para convencer as famílias que não tem necessidade e não tem condições de produzir comida com veneno para o povo brasileiro.”

Figueiredo afirma que, todos os produtos vendidos nos Armazéns do Campo são produtos agroecológicos, e essa é uma das principais preocupações da rede enquanto empreendimento. Por causa da maior facilidade das cooperativas e associações terem o controle e acesso às certificações, os produtos oriundos desses grupos, possuem prioridade no momento de escolha do fornecedor, junto aos produtos vindos dos assentamentos do MST.

No cruzamento das informações obtidas entre as entrevistas e os estudos utilizados para a análise, percebe-se que os mesmos desafios são enfrentados por pequenos agricultores de regiões distintas do país. E mesmo com o passar dos anos, essas dificuldades persistem, mostrando a necessidade de um maior subsídio e apoio financeiro vindo principalmente do Governo. Além da criação de projetos que permitam a melhoria na infraestrutura produtiva e nas formas de escoamento, possibilitando aos agricultores uma maior produção, impactando também na melhoria da comercialização dos produtos.

4.4. DESAFIOS NO CONSUMO DA ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL

De acordo com a maioria dos estudos, o preço é caracterizado como principal obstáculo encontrado pelos clientes para o consumo dos orgânicos. Como mostra a pesquisa do Instituto Organix (2020), onde 65% dos entrevistados citaram este fator quando perguntados por qual motivo não consumiam orgânicos em maior quantidade. Resultados que seguem a mesma tendência nos estudos de Barbé (2009), Andrade e Bertoldi (2012), Ferreira, Mota e Garcia (2019) e por estudo realizado por Shimada e colaboradores (2017), onde 54% dos entrevistados apontaram o preço dos orgânicos como o principal fator limitador para o consumo desses produtos.

Entretanto, o Armazém do Campo, de acordo com o entrevistado Ludwig, possui contato direto com os produtores e agricultores, diminuindo assim o tamanho da cadeia de distribuição, ao contrário das grandes redes, principalmente supermercados, onde esse circuito é longo (SILVA; PAVINATO; AHLERT, 2018). Neste caso do Armazém, os preços são

mais acessíveis, diminuindo a diferença entre orgânicos e convencionais. Não sendo essa uma barreira para os consumidores da cidade de Recife-PE, como afirma Figueiredo durante a entrevista.

“de preço eu diria que a gente tem uma média inferior ao grande comércio. Então, menos que isso não dá. Nós precisamos manter a loja, o negócio não é paridade. Mas preço não é um obstáculo para os clientes daqui. ”

Outro desafio identificado pelos Armazéns é a captação de clientes e levar o diálogo sobre alimentação saudável a pessoas que defendem outras correntes políticas, por causa da grande polarização que se encontra atualmente, da pouca abertura para diálogo que essas pessoas possuem e do trabalho negativo que as grandes mídias realizam sobre a imagem do MST. Como mostram Silva, Pavinato e Ahlert (2018):

“Em Quedas do Iguaçu, verifica-se que mesmo após doze anos da criação do assentamento, os moradores da área urbana possuem resistência com relação a tudo que se vincula ao MST, fruto de uma intensa campanha da imprensa local no sentido de criminalizar as ações do movimento, a exemplo do que ocorre em nível nacional.” (SILVA; PAVINATO; AHLERT, 2018)

Entretanto, os dois coordenadores afirmam que o Armazém tem ampliado seu raio de ação e aos poucos, através do diálogo e atendimento nas lojas, vem ganhando esse espaço no mercado e cumprindo o papel de ser a vitrine do MST para a sociedade (PINA, 2016).

Na última etapa da entrevista, Figueiredo afirmou que, atualmente, o desafio tem sido a impossibilidade do principal grupo de consumidores frequentarem o espaço, pois o Armazém do Campo Recife-PE tem como perfil de cliente mulheres e pessoas acima dos 50 anos de idade, e que no momento, por razão da pandemia do COVID-19, encontram-se em maior isolamento, impossibilitando a ida ao mercado.

“A pandemia é uma das grandes dificuldades que a gente tem. Uma grande parte do público da gente mesmo, é o público que vem para consumir uma cerveja e etc. É esse público que tem mais de 50

anos, que está se resguardando e com razão, precisa se resguardar.”

Sendo esses também os principais clientes do café-bar, que se encontra fora de funcionamento, pela mesma razão da pandemia. Fatos que acarretaram uma crise na loja física do Armazém, e que tem sido superada com o funcionamento do delivery realizado aos sábados, levando produtos a mais de cem clientes. Outra opção encontrada pelo Armazém para a crise, será o lançamento do site de compras nas primeiras semanas de março.

Diante do exposto, podemos observar que uma das necessidades para que as diversas classes sociais, sobretudo as de baixa renda, tenham acesso à alimentação saudável, é a criação de mais espaços como os Armazéns do Campo, que trazem alimentos orgânicos com custo benefício, bem como, investimentos em divulgações midiáticas que abordam a temática da alimentação saudável e a importância de consumir alimentos orgânicos, além de formas de acesso a tais produtos.

5. CONCLUSÃO

No decorrer da pesquisa entendeu-se o caráter multidimensional da alimentação saudável, como defendido pelos coordenadores do Armazém do Campo entrevistados. Para eles não só as características dos alimentos são importantes, mas toda a cadeia na qual estes alimentos se encontram, desde a semente, o cuidado com o solo e a água, os conhecimentos dos agricultores, as formas justas de comercialização e a cultura e hábitos do povo que o consome. Tudo indo de encontro aos princípios da Agroecologia e da produção orgânica.

Consideram-se importantes os resultados encontrados, especialmente por se tratar de um assunto de relevância, a busca por maior acesso a uma alimentação saudável. Além disso, com o aumento do consumo, pode-se proporcionar melhorias na qualidade de vida da sociedade, incluindo dos produtores.

Durante o estudo foram identificados como principais desafios na produção desses alimentos, a pouca infraestrutura que os agricultores possuem, dificultando o aumento da produção e sua diversidade. Além das dificuldades para o escoamento desses produtos, pela falta do veículo adequado para o transporte.

Foi indicado também que, atualmente, o maior desafio para o consumo tem sido a pandemia da COVID-19, que impossibilita os principais consumidores do Armazém de frequentarem o mercado e o café-bar. Porém a dificuldade vem sendo superada através das entregas do delivery e futuramente será lançado o site de compras do Armazém do Campo - Recife/PE.

Como limitações deste estudo, aponta-se o tempo limitado para realização da pesquisa e a dificuldade em obter dados sobre a rede Armazém do Campo. Por ser um empreendimento relativamente novo, existem pouquíssimos trabalhos científicos sobre o objeto, além de serem escassas as informações disponíveis sobre o Armazém nas redes sociais. Com base nestes aspectos, sugere-se a realização deste estudo com os outros segmentos da cadeia produtiva, produtores e clientes da rede, tendo em vista a importância de uma alimentação saudável e dos produtos provenientes da produção agroecológica e orgânica.

Além disso, existe uma parcela da sociedade com maior poder aquisitivo que tende a mudar mais facilmente seus hábitos alimentares, e por causa do grande acesso às informações, tem buscado uma alimentação mais saudável para atender os padrões dietéticos e de estéticas atuais (RIBEIRO, 2017). Melhorias na divulgação do Armazém de suas ideias sobre alimentação saudável, sobre sua rede de abastecimento, sobre os produtores e produtos, poderiam aumentar e atingir essa parte da população que mesmo não sendo apoiadores da causa ou simpatizantes, poderiam tornar-se consumidores dos Armazéns. Este fator aumentaria o giro do capital na rede, possibilitando a abertura de novos estabelecimentos e facilitando o acesso aos outros estratos sociais, como é um dos objetivos do Armazém do Campo.

REFERÊNCIAS

ABRAMOVAY, R. **Muito além da economia verde**. São Paulo: Ed. Abril, 2012. Disponível em:<https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/87829/mod_resource/content/1/Livro%20ABRAMOVAY,%202012.pdf>. Acesso em: 04 de fev de 2021.

AKATU. **Consumidores Conscientes: O que Pensam e Como Agem**. 2005. Disponível em:<https://www.akatu.org.br/wp-content/uploads/2017/04/23-pesq_5-Internet-Final.pdf>. Acesso em: 01 de fev de 2021

AKATU. **Vida Saudável e Sustentável: Relatório Brasil 2020 - Resultados Públicos**. 2020 Disponível em: <https://www.akatu.org.br/wp-content/uploads/2020/10/Pesq-VSS_2020-GlobeScan-e-Akatu-Publico.pdf>. Acesso em 02 de fev de 2021.

ALCÂNTARA, F. **Lançada em SP primeira loja on-line de produtos do MST**. MST, 2020. Disponível em:<<https://mst.org.br/2020/12/11/lancada-em-sp-primeira-loja-on-line-de-produtos-do-mst/>>. Acesso em: 24 fev 2021.

ALTIERI, M. **Agroecologia: a dinâmica produtiva da agricultura sustentável**. 5. ed. Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 2004. Disponível em:<https://arca.furg.br/images/stories/producao/agroecologia_short_port.pdf>. Acesso em: 13 fev 2021.

ANDRADE, L.; BERTOLDI, M. Atitudes e motivações em relação ao consumo de alimentos orgânicos em Belo Horizonte-MG. **Food Technology**, v. 4, p. 31-40, maio 2012.

AZEVEDO, E. de. Reflexões sobre riscos e o papel da ciência na construção do conceito de alimentação saudável. **Rev. Nutr. [online]**. 2008, vol.21, n.6, pp.717-723.

AZEVEDO, E. de. Alimentação saudável: uma construção histórica. **Simbiótica. Revista Eletrônica**, [S. l.], v. 1, n. 7, 2014. Disponível em: <https://periodicos.ufes.br/simbiotica/article/view/9004>. Acesso em: 9 fev. 2021.

BACHA, M. L.; STREHLAU, V. I. SCHAUN, A. Consumidor Consciente da Renda Baixa: Uma proposta de segmentação. **Revista Brasileira de Marketing**, v. 10, n.3., 2011.

BALEM, T. A.; ALVES, E. O.; COELHO, J. C.; MELLO, A. L. P. As transformações alimentares na sociedade moderna: a colonização do alimento natural pelo alimento industrial. **Revista Espacios**, v. 38, n. 47, 2017.

BARBÉ, L. C. Caracterização de consumidores e produtores dos produtos agroecológicos: orgânicos em campos dos Goytacazes-RJ. 2009. 77 f. **Dissertação (Mestrado em Produção Vegetal)** – Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro, Rio de Janeiro, 2009.

BRANSKI, R. M.; FRANCO, R. A. C.; LIMA JUNIOR, O. F. Metodologia de estudo de casos aplicada à logística. In: **XXIV ANPET Congresso de Pesquisa e Ensino em Transporte**. 2010. p. 2023-10.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimentos. **Mecanismos de controle para garantia da qualidade orgânica**. Brasília: Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimentos; 2009.

BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção à Saúde. Departamento de Atenção Básica. **Guia Alimentar para a População Brasileira**, ed. 2. Brasília: Ministério da Saúde; 2014.

BETI, B. B. A produção e comercialização dos alimentos de base agroecológica no assentamento Elizabeth Teixeira. 2014. **Trabalho de Conclusão de Curso em Gestão do Agronegócio** - Faculdade de Ciências Aplicadas, Universidade Estadual de Campinas, Limeira, 2014.

BRUCHEZ, A. *et al.* Análise da Utilização do Estudo de Caso Qualitativo e Triangulação na Brazilian Business Review. **Revista Espacios**, vol. 37, p. 24, 2016. Disponível em<<http://www.revistaespacios.com/a16v37n05/16370524.html>>. Acesso em: 24 fev 2021.

- CASSOL, A.; SCHNEIDER, S. Produção e consumo de alimentos: novas redes e atores. Lua Nova: **Revista de Cultura e Política**, São Paulo, n.95, maio-ago 2015. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/0102-6445143-177/95>>. Acesso em: 10 fev 2020.
- CESAR, P. **Documentário: Armazém do Campo - Recife**. 2019. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=B3_Y5AiDXHg>. Acesso em: 25 fev 2021.
- COSTA, D. V. da; TEODÓSIO, A. S. de S. Desenvolvimento sustentável, consumo e cidadania: um estudo sobre a (des) articulação da comunicação de organizações da sociedade civil, do estado e das empresas. **Revista de Administração da Mackenzie**, v. 12, n. 3, p. 114-145, 2011.
- DE TONI, D., MATTIA, A. A., LARENTIS, F. Um estudo sobre a configuração da imagem do conceito de consumo consciente. **Anais do V Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ambiente e Sociedade**. Florianópolis. 2010.
- ENOKI, P. A.; ADUM, S. H. N.; FERREIRA, M. Z.; VALDEVINO, S. L.; AURELIANO, C. A.; SILVA, A. A. Estratégias de Marketing Verde na Percepção de Compra dos Consumidores na Grande São Paulo. In: **ENCONTRO DE MARKETING DA ANPAD – EMA**, 3, 2008, Curitiba, Anais... ANPAD, 2008
- FERREIRA, B. J.; MOTA, E. S.; GARCIA, S. F. A. Análise da percepção dos consumidores brasileiros frente aos alimentos orgânicos: um estudo exploratório acerca dos atributos, benefícios e barreiras. **Brazilian Journal of Development**. v. 5, n. 10, 2019. Disponível em: <<https://www.brazilianjournals.com/index.php/BRJD/article/view/3843>>. Acesso em: 15 fev 2021.
- FRANÇA, F. C. O.; MENDES, A. C. R.; ANDRADE, I. S.; RIBEIRO, G. S.; PINHEIRO, I. B. Mudanças dos hábitos alimentares provocados pela industrialização e o impacto sobre a saúde do brasileiro. **Anais do I Seminário Alimentação e Cultura na Bahia**, (2012) 13-15. Disponível em: <<https://docplayer.com.br/4617821-Mudancas-dos-habitos-alimentares-provocados-pela-industrializacao-e-o-impacto-sobre-a-saude-do-brasileiro.html>>. Acesso em: 12 fev 2021.
- GUIMARÃES, C.; VIANA, L. S.; COSTA, P. H. de S. Os desafios da consciência ambiental: o marketing verde em questão. **C@LEA – Cadernos de Aulas do LEA**. n. 4, p. 94-104, Ilhéus – BA, nov. 2015.
- GOLDENBERG, M. **A arte de pesquisar**. Rio de Janeiro: Record, 1997.
- LEFF, E. Agroecologia e saber ambiental. **Agroecologia e Desenvolvimento Rural Sustentável**. v. 3, n. 1, p. 36-51, 2002.
- LIMA, R. S.; NETO, J. A. F.; FARIAS, R. C. P. Alimentação, comida e cultura: o exercício da comensalidade. **Demetra: Alimentação, Nutrição e Saúde**, Rio de Janeiro, v. 10, n. 3, p. 507-522, jul. 2015.
- MONTEIRO, C. A.; MONDINI, L.; COSTA R. B. L. Mudanças na composição e adequação nutricional da dieta alimentar nas áreas metropolitanas do Brasil (1988-1996). **Revista de Saúde Pública**, v. 34, n. 3, p.251-58, 2000.
- MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M.. **Técnicas de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.
- MARTINELLI, Suellen Secchi; CAVALLI, Suzi Barletto. Alimentação saudável e sustentável: uma revisão narrativa sobre desafios e perspectivas. **Ciênc. saúde coletiva**, Rio de Janeiro, v. 24, n. 11, p. 4251-4262, Nov. 2019. Disponível em: <http://scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-81232019001104251&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 01 fev. 2021.
- MEDAETS, J.P.; FONSECA, M. F. A. C. **Produção orgânica: regulamentação nacional e internacional**. Brasília: Ministério do Desenvolvimento Agrário; 2005.
- MOVIMENTO SEM TERRA. **Comida de Verdade - O que é uma alimentação saudável?**. 2020. Disponível

em:<https://youtu.be/IXEW_c9_6pQ?list=PLs_FebLgno7Zti3ICpVxwKuDJXPASVaNd>. Acesso em: 20 fev 2021.

OLIVEIRA, A. F. S.; KHAN, A. S.; LIMA, P. V.; SILVA, L. M. R. A. Sustentabilidade da agricultura orgânica familiar dos produtores associados à APOI (Associação dos Produtores Orgânicos da Ibiapaba-CE). Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural, 16., 2008, Rio Branco. **Anais... Amazônia, mudanças globais e agronegócio: o desenvolvimento em questão**. Brasília: SOBER, 2008, v. 1, p. 1-20.

ORGANIS. **Associação de Promoção dos Orgânicos. Panorama do consumo de orgânicos no Brasil 2019**. 2020.

Disponível:<<https://organis.org.br/pesquisa-consumidor-organico-2019/>>. Acesso em: 03 de fev de 2020.

PINA, R. **Armazém do Campo inaugura como nova opção para consumo de alimentação saudável em SP**. MST, 2016. Disponível

em:<<https://mst.org.br/2016/08/01/armazem-do-campo-inaugura-como-nova-opcao-para-consumo-de-alimentacao-saudavel-em-sp/>>. Acesso em: 24 fev 2021.

POLLAN, M. **Em defesa da comida: um manifesto**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2008. 275p.

PORTILHO, F.; CASTAÑEDA, M.; CASTRO, I. A alimentação no contexto contemporâneo: consumo, ação política e sustentabilidade. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 16, p. 99-106, 2011.

PORTO, B. R.; NORDI, W. M. Caracterização de consumidores de alimentos orgânicos: uma pesquisa quantitativa realizada em rede social. 2019. **Caderno De Ciências Agrárias**, 11, 1–9. Disponível em: <<https://doi.org/10.35699/2447-6218.2019.15926>>. Acesso em 18 fev 2021.

RIBEIRO, H.; JAIME, P. C.; VENTURA, D. **Alimentação e sustentabilidade. Estudos Avançados**, [S. l.], v. 31, n. 89, p. 185-198, 2017. Disponível em:

<http://www.revistas.usp.br/eav/article/view/132426>. Acesso em: 27 jan. 2021.

RICHARDSON, R. J. Pesquisa Social: **Métodos e Técnicas**. São Paulo: Atlas, 1999.

SANTOS, M. V. dos. Comercialização de hortigranjeiros nos assentamentos do MST, no município de Nova Santa Rita: uma aplicação do modelo swot. 2011. 57 f. **Trabalho de Conclusão (Especialização)** – Agricultura Familiar Camponesa e Educação do Campo, UFSM, Santa Maria, 2011.

SARAIVA, E. B. *et al.* Panorama da compra de alimentos da agricultura familiar para o Programa Nacional de Alimentação Escolar. **Ciênc. saúde coletiva**, Rio de Janeiro, v. 18, n. 4, p. 927-935, 2013. Disponível em:

<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-81232013000400004&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 15 fev. 2021.

SCHEUER, J. M. **Agroecologia: cuidando da saúde do planeta – palestra de Leonardo Boff**. Ano 19, n. 31, p. 166-179, 2016.

SHIMADA, W. K.; REIS, J. G. M.; VENDRAMETTO, O.; LOPES, A. C. V.; OLIVEIRA, E. R. A percepção do consumidor de produtos orgânicos no município de Dourados-MS. **Revista de Agronegócio –Reagro**, v.6, n.1, p.51-63, 2017.

SILVA, P. G da. A incorporação da Agroecologia no discurso oficial do MST. **Anais do XXVI Simpósio Nacional de História – ANPUH**. São Paulo, julho 2011. Disponível

em:<http://www.snh2011.anpuh.org/resources/anais/14/1300848786_ARQUIVO_ArtigoAnaisAnpuh_2011.pdf>. Acesso em: 14 fev 2021.

SILVA, A. P. F.; SOUSA, A. A. Alimentos orgânicos da agricultura familiar no Programa Nacional de Alimentação Escolar do Estado de Santa Catarina, Brasil. **Rev. Nutr**, Campinas, v. 26, n. 6, p. 701-714, 2013.

SILVA, E. F. ; PAVINATO, J. M. S. ; AHLERT, A. . Desafios da produção agroecológica no assentamento Celso Furtado em Quedas do Iguaçu-PR.. **Revista GeoPantanal (UFMS)** , v. 13, p. 35-51, 2018.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a Pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987.

VENTURA, Rodrigo. Mudanças no Perfil do Consumo no Brasil: Principais Tendências nos próximos 20 anos. **Macroplan. Prospectiva, Estratégia e Gestão**. Agosto de 2010.

Disponível em:

<<http://macroplan.com.br/do2021.cumentos/artigomacroplan2010817182941.pdf>>. Acesso em: 02 de fev 2020.

VERAS, Melissa M. **Agroecologia em assentamentos do MST no Rio Grande do Sul: entre as virtudes do discurso e os desafios da prática**. Dissertação (Mestrado em agroecossistemas), Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2005.

VIANA, M. R. et al . A racionalidade nutricional e sua influência na medicalização da comida no Brasil. **Ciênc. saúde coletiva**, Rio de Janeiro , v. 22, n. 2, p. 447-456, Fev. 2017.

Disponível em:

<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-81232017000200447&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 11 de fev de 2021.

<https://doi.org/10.1590/1413-81232017222.25432015>.

VIA CAMPESINA. **La Vía Campesina: La voz de las campesinas y de los campesinos del mundo**. La Via Campesina, 2011. Disponível em:

<<https://viacampesina.org/es/la-via-campesina-la-voz-las-campesinas-los-campesinos-del-mundo/>> . Acesso em: 14 fev 2021.

YIN, R.K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 3.ed. Porto Alegre: Bookman, 2005. 212p.

ZARREF, L. **Agroecologia e o MST**: Quando o MST surge e elabora suas primeiras definições, reconhecendo o campesinato como guardião das florestas, das sementes, das nascentes, dos rios e da fauna. MST, 2018. Disponível

em:<<https://mst.org.br/2018/10/24/agroecologia-e-o-mst/>>. Acesso em: 14 fev 2021.

APÊNDICES

Apêndice 1. Roteiro da Entrevista - Ademar Ludwig (Coordenador Geral dos Armazéns do Campo).



UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO
DEPARTAMENTO DE TECNOLOGIA RURAL
BACHARELADO EM GASTRONOMIA

Roteiro da Entrevista - Ademar Ludwig (Coordenador geral dos Armazéns do Campo)

1. Qual o propósito da criação do Armazém do Campo? esse propósito se mantém até hoje, mesmo com a abertura de novos armazéns?
2. Quem era o público alvo quando o Armazém foi idealizado, esse público se mantém? quem é o público? Há necessidade de expandir e diversificar esse público?
3. João Stedile, dirigente nacional do MST, fala que ocorreu uma mudança na percepção do que seria a reforma agrária, que deixou de ser uma questão apenas do campesinato e passou a ser uma luta popular, de interesse geral pela produção/acesso ao alimento saudável. 3A. Com a atual polarização política que nós encontramos no país e todos os preconceitos existentes com o MST, o Armazém tem conseguido dialogar com a população no geral e quebrar essas barreiras existentes?
4. O que vocês consideram ser um alimento saudável? O que o diferencia dos outros alimentos?
5. Os armazéns têm alguma política coletiva de financiamento, ou seu financiamento é unicamente dos produtos que vendem? Como funciona?
6. De que maneira acontece a seleção dos pequenos produtores e dos produtos que são comercializados? Existe algum acompanhamento (ou controle) em termos da qualidade dos alimentos produzidos de modo que sejam alimentos saudáveis?
7. Quem são as pessoas que trabalham no armazém e qual a ligação destes com a luta pela reforma agrária?
8. Como é construído o Cardápio? Quais são os profissionais envolvidos?
9. A construção do cardápio e dos produtos oferecidos mudam de acordo com o período do ano, a sazonalidade?
10. Quais as dificuldades enfrentadas pelo armazém durante a pandemia? Como foram ou estão sendo superadas?
11. Quais os objetivos para os armazéns a médio e longo prazo (próximo ano e próximos 5 anos)?

Apêndice 2. Roteiro da Entrevista - Ramos Figueiredo (Coordenador do Armazém do Campo - Recife/PE)



**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO
DEPARTAMENTO DE TECNOLOGIA RURAL
BACHARELADO EM GASTRONOMIA**

Roteiro da Entrevista - Ramos Figueiredo (Coordenador do Armazém do Campo - Recife/PE)

Caracterização Armazém Recife

1. Horário de funcionamento
2. Quantos funcionários possui? Como é a distribuição de funções?
3. Há alguém responsável pelas mídias e redes de divulgação?
4. Quantos fornecedores possui?
5. Qual a média de volume de vendas?
6. Quais as dificuldades enfrentadas pelo armazém durante a pandemia? Como foram ou estão sendo superadas?
7. Quais os objetivos para o Armazém a médio e longo prazo (próximo ano e próximos 5 anos)?

Alimentação Saudável e Fornecedores

1. O que vocês consideram ser um alimento saudável?
2. O que o diferencia dos outros alimentos?
3. De que maneira acontece a seleção dos pequenos produtores e dos produtos que são comercializados? Existe algum acompanhamento (ou controle) em termos da qualidade dos alimentos produzidos de modo que sejam alimentos saudáveis?
4. Quais as maiores dificuldades enfrentadas pelos fornecedores?

Perfil dos Clientes

1. O Armazém consegue identificar perfis nos clientes...ou se são mais ou menos homogêneos. Se sim, quais são os perfis? O que buscam?
2. Existem clientes regulares?
3. Quais os desafios para ampliar o número de clientes e o consumo de alimentos saudáveis?
4. Como é a estratégia de comunicação com os clientes? Uso de redes? Compra online? Explorar as dificuldades
5. Quais as maiores dificuldades/barreiras dos consumidores percebidas pelo Armazém?
6. Com a atual polarização política que nós encontramos no país e todos os preconceitos existentes com o MST, o Armazém Recife tem conseguido dialogar com a população no geral e quebrar essas barreiras existentes? Se buscam clientes fora dos partidários da causa. Se sim, como? Se não, por que?

Apêndice 3. Termo de Autorização para Utilização de Imagem e Som de Voz para Fins de Pesquisa.



UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO
DEPARTAMENTO DE TECNOLOGIA RURAL
BACHARELADO EM GASTRONOMIA

**TERMO DE AUTORIZAÇÃO PARA UTILIZAÇÃO DE IMAGEM E SOM DE VOZ
PARA FINS DE PESQUISA**

Eu, _____, autorizo a utilização da minha imagem e som de voz, na qualidade de participante/entrevistado(a) no projeto de pesquisa intitulado **Produção e Consumo de Alimentação Saudável: Um Estudo Sobre o Armazém do Campo**, sob responsabilidade de **Hévila Maria de Oliveira Holanda**, vinculado(a) ao curso de **Bacharelado em Gastronomia da Universidade Federal Rural do Pernambuco**. Sob orientação da professora **Ana Carolina dos Santos Costa** e supervisão da professora **Maria Iraê de Souza Corrêa**,

Minha imagem e som de voz podem ser utilizadas apenas para: **análise por parte da equipe de pesquisa e apresentação do projeto**.

Tenho ciência de que não haverá divulgação da minha imagem nem som de voz por qualquer meio de comunicação, sejam elas televisão, rádio ou internet, exceto nas atividades vinculadas ao ensino e a pesquisa explicitadas anteriormente. Tenho ciência também de que a guarda e demais procedimentos de segurança com relação às imagens e sons de voz são de responsabilidade do(a) pesquisador(a) responsável.

Deste modo, declaro que autorizo, livre e espontaneamente, o uso para fins de pesquisa, nos termos acima descritos, da minha imagem e som de voz.

Assinatura Entrevistado

Assinatura Pesquisador

Recife-PE, ____ de _____ de 2021.