

ANÁLISE DO COMPORTAMENTO E CONHECIMENTO DE PRODUTORES E CONSUMIDORES QUANTO À ROTULAGEM DE ALIMENTOS COMERCIALIZADOS EM FEIRA COLONIAL NO NOROESTE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL

Camila Maders da Cruz¹
Tânia Regina Lucchese Bellé²

RESUMO

O rótulo tem a função de informar as principais características sobre o produto. O objetivo do presente estudo foi avaliar o comportamento e conhecimento dos produtores e consumidores sobre os critérios exigidos nos rótulos dos alimentos comercializados na feira do município de Ijuí. Para tanto foram escolhidos aleatoriamente 110 consumidores e 33 produtores associados à feira. Como instrumento de coleta de dados foi utilizado um questionário fechado. Os resultados apontaram que mais predominou foram consumidores do sexo feminino, na faixa etária entre 30-59 anos com nível de instrução ensino superior completo. Referente ao conhecimento sobre os critérios exigidos na rotulagem, os consumidores ficaram igualmente divididos, sendo que dos consumidores não conhecedor, 19,09%, possuem nível de instrução ensino superior completo. Com relação à satisfação da compra de um produto rotulado, constatou-se que 84,75% sentiam-se satisfeitos. Já aos produtores questionou-se sobre seus conhecimentos em relação os critérios exigidos na rotulagem de alimentos, onde 72,73% asseguraram que conhecem os critérios. Grande parte dos produtores alega não fazer a rotulagem, e quando a fazem referem que a responsabilidade é do produtor. Quanto à compreensão sobre a importância dos valores nutricionais em seus produtos, 84,85% declararam ser importantes. Este estudo permitiu identificar a necessidade do incentivo dos órgãos públicos para com o pequeno agricultor, de forma que seus produtos entrem no mercado formalmente, com segurança, satisfazendo seus clientes, além do mais, a qualificação do setor produtivo possivelmente trará uma maior estabilidade e lucratividade aos produtores destes alimentos, com os benefícios inquestionáveis aos consumidores.

Palavras chaves: Produtor, Consumidor, Rotulagem de Alimentos, Vigilância Sanitária.

¹Acadêmica do Curso de Nutrição da Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, Departamento de Ciências da Vida. **Endereço para correspondência:** Rua do Comércio, nº 3000, Bairro Universitário, Ijuí/RS, Brasil, CEP 98700-000. E-mail: camilamaders@yahoo.com.br.

²Professora Orientadora.

RESUMEN

La etiqueta sirve para informar a las principales características de los productos. El objetivo del presente estudio fue evaluar el conocimiento y el comportamiento de productores y consumidores sobre los criterios en las etiquetas de los alimentos vendidos en la feria en la ciudad de Ijuí. Por lo tanto, seleccionados al azar 110 consumidores y 33 productores asociados a la feria. Como instrumento de recolección de datos se utilizó un cuestionario cerrado. Los resultados mostraron que los consumidores fueron más prevalentes en las mujeres, con edades entre 30-59 años con un grado de educación de nivel universitario. En cuanto al conocimiento de los criterios requeridos en el etiquetado, perjudican a los consumidores dividen por igual, y los consumidores no bien informados, 19,09% tienen un mayor nivel de estudios terminados. Con respecto a la satisfacción de comprar un producto etiquetado, se encontró que el 84,75% se sintió satisfecho. Ya que los productores se les preguntó sobre su conocimiento de cómo los criterios requeridos en el etiquetado de los alimentos, donde 72,73% afirma que cumplen los criterios. La mayoría de los productores no hacen las declaraciones del etiquetado, y cuando se refieren a la responsabilidad del productor. Como la comprensión de la importancia del valor nutricional de sus productos, 84.85% informó que es importante. Este estudio identificó la necesidad de instar a los organismos públicos a los pequeños agricultores para que sus productos entren en el mercado formal, con seguridad la satisfacción de sus clientes, además, la calificación del sector potencialmente productivo aportará mayor estabilidad y rentabilidad los productores de estos alimentos, con el claro beneficio para los consumidores.

Palabras claves: Productor, Consumidor, Etiquetado de los Alimentos, Vigilancia de la Salud.

ABSTRACT

The label serves to inform the major features of the products. The aim of this study was to evaluate the knowledge and behavior of producers and consumers about the criteria on food labels sold at the fair in the town of Ijuí. Therefore, we randomly selected 110 consumers and 33 producers associated with the fair. As data collection instrument used was a closed questionnaire. The results showed that consumers were more prevalent in females, aged 30-59 years with educational level university degree. Concerning the knowledge of the criteria required in the labeling, consumers keep equally divided, and not knowledgeable consumers, 19.09% have higher level of education completed. With respect to the satisfaction of buying a product labeled, it was found that 84.75% felt satisfied. Since the producers were asked about their knowledge of how the criteria required in the labeling of foods, where 72.73% affirmed that meet the criteria. Most producers do not make labeling claims, and when they refer to is the responsibility of the producer. As the understanding of the

importance of nutritional value in their products, 84.85% reported to be important. This study identified the need to encourage public bodies to small farmers so that their products enter the market formally, safely satisfying their customers. In addition, the qualification of the potentially productive sector will bring greater stability and profitability producers of these foods, with the clear benefit to consumers.

Keywords: Producer, Consumer, Food Labeling, Health Surveillance.

INTRODUÇÃO

Para Talles *et al.* (2008) o novo universo rural gerou grandes desafios a agricultura familiar e uma das alternativas, foi vendas dos produtos, utilizando a matéria prima oriunda da própria propriedade como, por exemplo, o leite que muitas vezes já estava inserido a dinâmica do sistema de produção.

Segundo Schneider (2006) *apud* Locatelli (2009) começou então a procura por alternativas que viabilizassem economicamente as famílias no campo tanto por parte do estado como dos próprios agricultores familiares, que resultou no processo de industrialização, agregando valores aos produtos, bem como a comercialização direta da produção ao consumidor em locais apropriados. Cada vez mais informados e preparados para comprar, os consumidores são exigentes e apresentam diferentes formas de percepção da qualidade, o que torna um desafio para a gestão.

Segundo Duval e Ferrante (2006) as feiras do produtor então destinadas à venda direta, no varejo, de produtos hortifrutigranjeiros, conservas, doces, de produtos derivados do leite e da industrialização artesanal, dos artigos oriundos do artesanato rural e outros gêneros alimentícios.

As feiras surgem com intuito de valorizar a agricultura familiar fomentando o desenvolvimento local. A participação nas feiras permite trocas de informações, atitudes de cooperação e incentiva o produtor a participar de cursos. Tal participação não é algo estático é uma construção de relações que muitas vezes se mostra conflituosa, mas que por isso mesmo deve criar canais de participação nas decisões. Nesse sentido o programa da agricultura familiar está inserido em redes de capital social envolvendo atores ligados as políticas públicas, a produtores familiares, consumidores e ao poder local que interferem na segurança alimentar e no desenvolvimento regional (KURANAGA *et al.*, 2008).

Segundo Souza (2005) ainda hoje, por questões culturais, existe a crença de que produtos “caseiro”, “direto da roça” ou artesanal, são mais frescos, fortes e nutritivos, saborosos e isentos de produtos químicos, sabe-se que o produto depende do status sanitário da matéria prima e das boas práticas de fabricação, transporte e armazenamento. Vem sendo discutidos os motivos pela permanência dos produtos informais no mercado, destacando o de ordem cultural e econômica e a falta de fiscalização. Contudo é necessário que a vigilância sanitária de alimentos, atividade indelegável do Estado exercida mediante ações de inspeção e fiscalização na indústria e no comércio, atende aos fins precípuos de proteger a saúde da população e prevenir a ocorrência de fraudes. Tais ações incorporam-se à visão atual de segurança alimentar a qual pressupõe consumo de alimentos inócuos que satisfaçam as necessidades nutricionais do homem e seus hábitos alimentares (SCHREINER *et al.*, 2001).

Para Maluf *et al.* (2000) as condições de acesso aos alimentos pelas famílias como condicionante para a segurança alimentar não significa dar como equacionada a questão da produção agroalimentar, principalmente quando se vai além da mera oferta ou disponibilidade de alimentos para considerar os aspectos sociais, econômicos, espaciais e ambientais da produção e do abastecimento alimentar. Além do que, ambos os aspectos acesso e disponibilidade estão presentes, conjuntamente, quando se trata da agricultura realizada em bases familiares ou como camponeses e dos pequenos empreendimentos urbanos fornecedores de alimentos. A superação de tais características e a busca de maior eficiência e qualidade sob padrões não socialmente excludentes tornam-se, então, elementos cruciais.

Prossegue Maluf *et al.* (2000), nesta direção atuariam os programas de reforma agrária e de fortalecimento da agricultura familiar, a regularização das relações de trabalho no campo e a previdência social rural, a revisão do pacote tecnológico, as alternativas de agroindustrialização de pequena e média escala, o aprimoramento do pequeno varejo.

Sulzbacher e David (2008) as políticas públicas têm representado, na atualidade, a tentativa de retirar a produção artesanal de alimentos da informalidade, principalmente sob a égide da segurança alimentar, uma questão que se torna problemática por duas razões: a necessidade de garantir qualidade ao produto e as implicações na reorganização da produção por parte dos agricultores familiares envolvidos na agroindústria. Conseqüentemente, ao mesmo tempo em que a legalização propicia uma produção com maior qualidade, também pode ser um empecilho para que a atividade se desenvolva

e seja viável à pequena propriedade rural. É importante que o produtor tenha conhecimento da rotulagem nutricional, visando assegurar a saúde do consumidor.

Para Machado *et al.* (2006) através da leitura dos rótulos de produtos alimentícios vem confirmar as expectativas ocorridas com a implantação do Código de Defesa do Consumidor em 1990, quando o consumidor brasileiro passou a ter respaldo legal para suas reclamações, podendo a partir deste exigir qualidade.

Segundo Machado e Silva (2005) *apud* Colla *et al.* (2008) em relação aos produtores sabe-se que se possuírem as devidas informações sobre os pontos que envolvem a comercialização, canais disponíveis, preços praticados, condições de mercado, consumo, tendências, qualidade, classificação, padronização e embalagens possui maiores possibilidades de vender sua mercadoria. No entanto, o produtor deve conhecer a realidade para escolher a melhor estratégia de comercialização, mas o que podemos observar é que na realidade há um desconhecimento que está além de conviver com os problemas da produção, qualidade e investimento (COLLA *et al.*, 2008).

Segundo Nantes e Leonelli (2000), a atividade agrícola é o elo mais fraco da cadeia, encontrando dificuldades para atender às exigências de preço, qualidade e volume e regularidade da produção. Deve-se acrescentar que processos de busca de padronização, criação de selos de qualidade, utilização de embalagens e processos mais elaborados envolvem custos e deve-se analisar a possibilidade da inserção destes custos por parte dos agricultores familiares.

Segundo Vickas e Nantes (2000) *apud* Colla *et al.* (2008) antes da escolha do melhor mecanismo de comercialização os produtores familiares precisam decidir levando em consideração diversos fatores: os recursos naturais da propriedade, as condições financeiras, os recursos humanos e estruturais, e as condições de mercado de sua região, a área disponível e também as demandas e restrições de mercado.

Para Azevedo (1997) *apud* Colla *et al.* (2008) um dos principais condicionantes da oferta de produtos agrícolas é de natureza biológica da produção, ou seja, as condições climáticas, e o comportamento sazonal da oferta agrícola. As condições climáticas podem interferir na qualidade do produto e na sua padronização. O comportamento sazonal da produção influencia na escolha de alternativas para a produção e uma diversificação.

Para Maluf *et al.* (1996) *apud* Kuranaga *et al.* (2008) em países com maior dimensão territorial e grau de diferenciação interna como o Brasil, a segurança alimentar também deve ser pensada em termos regionais, de modo a adensar os circuitos produtivos e distributivos locais, captar hábitos alimentares diferenciados, reforçar a diversificação produtiva, abrir espaços aos pequenos e médios empreendimentos rurais e urbanos e aos agricultores.

Segundo Machado e Silva (2005) *apud* Colla *et al.* (2008), os consumidores consideram os alimentos comprados na feira menos prejudiciais à saúde por utilizarem menos agrotóxicos, além de serem mais frescos. Mas as feiras precisam passar por mudanças e atender exigências sanitárias e os critérios quanto às informações nutricionais em busca por produtos socialmente e ambientalmente corretos.

Segundo a Anvisa (Agência Nacional de Vigilância Sanitária) (2003) os critérios para declaração da tabela de informação nutricional seguem as disposições da Resolução ANVISA RDC nº 360/2003. A informação nutricional a ser apresentada nas embalagens e/ou nos rótulos dos produtos alimentícios deverá ser estruturada em forma de tabela (vertical ou horizontal conforme o tamanho do rótulo) ou linear. Se o espaço na embalagem não for suficiente ou quando o alimento for comercializado sem a embalagem, ou quando uma embalagem não atender a um único produto, os estabelecimentos devem utilizar quadros, cartazes afixados em local visível, cardápios próprios, folders ou outras formas. A informação deve ser legível e acessível aos consumidores.

Segundo a Anvisa (2006) rotulagem de alimentos é regulamentada internacionalmente pelo Codex Alimentarius, é o programa conjunto da Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação/Organização Mundial de Saúde (FAO/OMS) criado em 1963 para desenvolver padrões, manuais e normas alimentares internacionais com o objetivo de proteger a saúde dos consumidores e garantir práticas leais de comércio de alimentos.

Para Moura (2003) *apud* Furnival e Pinheiro (2009) o rótulo tem a função principal de permitir que o fabricante possa informar ao consumidor as principais características sobre o produto, sobretudo no que diz respeito aos ingredientes dos alimentos e composição nutricional. No caso dos alimentos embalados, as informações que devem constar nos rótulos incluem: nome do produto, identificação de país/local de origem, sem a qual não é possível a rastreabilidade; lista de ingredientes em ordem decrescente de quantidade; conteúdo líquido; prazo de validade: o dia e mês para produtos com duração

mínima menor de três meses e o mês e ano para produtos com duração superior a três meses; identificação do lote e instruções para o uso, quando necessário.

À medida que se desenvolvem novos produtos com características nutricionais especiais, a informação nutricional veiculada na embalagem dos alimentos torna-se uma importante ferramenta de marketing, que utilizam apelos promocionais como “*orgânico*”, “*produtos naturais*”. Deste modo é importante conhecer o comportamento de consumidores e produtores quanto à rotulagem de alimentos, com subsídio para facilitar a veiculação adequada de informações dos alimentos.

Baseado nisso esta pesquisa pretendeu avaliar o comportamento e conhecimento dos produtores e consumidores sobre os critérios exigidos nos rótulos dos alimentos comercializados na feira do município.

MATERIAIS E MÉTODOS

Trata-se de um estudo qualitativo e quantitativo. Foram sujeitos do estudo produtores e consumidores da Aproveira (Associação dos Produtores e Feirantes de Ijuí), localizada na Rua 24 de Fevereiro, nº 539, no município de Ijuí/RS.

A feira acontece nas terças-feiras, quintas-feiras e sábados das 06 horas às 12 horas, com a oferta de produtos como: verduras, legumes, frutas, doces, pães, cucas, carnes e embutidos, derivados do leite, artesanato, especiarias e outros produtos que revelam a riqueza da cultura colonial local. Na grande

maioria, é o próprio produtor que comercializa seu produto no box destinado a cada feirante, sem intermediários.

Foi aplicado um questionário fechado com 12 questões, sendo que o mesmo constitui das seguintes variáveis aos produtores: a) entendimento quanto os critérios da rotulagem; b) quem elabora; c) compressão sobre rotulagem; d) importância do valor nutricional. Para os consumidores serão consideradas as variáveis: a) idade; b) sexo; c) nível de escolaridade; d) nível confiança na rotulagem; e) leitura dos rótulos; f) valor de comercialização; g) conhecimento sobre rotulagem; h) nível de satisfação.

Anterior a aplicação do questionário foi apresentado aos consumidores e produtores o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido com os objetivos e métodos do estudo. Inicialmente obteve-se consentimento do presidente da feira para realização do estudo, além disso, o mesmo foi aprovado pelo comitê de ética de pesquisa da universidade sob parecer nº 0046/2011.

O questionário foi aplicado com pessoas com idade igual ou superior a dezoito anos, totalizando um público total de 110 consumidores, bem como com os 33 produtores associados à feira. O período da aplicação do questionário foi no mês de julho sendo os consumidores escolhidos aleatoriamente.

Critérios de inclusão dos produtores: idade igual ou superior a 18 anos; sócio da associação fomentadora da feira; aceitar participar do estudo. Critérios de inclusão dos consumidores: idade igual ou superior a 18 anos; frequentar a feira no momento do estudo; aceitar participar do estudo.

RESULTADOS

Os resultados do perfil demográfico dos consumidores da feira mostraram que, 53,64% foram mulheres e 46,36% homens. O público que mais predominou foi 66,36% com idade entre 30 a 59 anos, seguindo de 23,64% > 60 anos, 9,09% 19 a 29 anos, apresentam nível de instrução ensino superior completo 33,64%, ensino médio completo 24,55%, ensino fundamental completo 13,64%, ensino superior incompleto 10,91%, ensino médio incompleto 10,00%, ensino fundamental completo 7,27% (Figura 1). Isto mostra que os consumidores da feira são predominantemente de mulheres com idade entre 30 a 59 anos, com nível de instrução ensino superior completo.

Ao serem questionados quanto à realização da leitura de rótulos, destes 51,82% sempre lêem os rótulos, 29,09% raramente, 19,09% nunca lêem os rótulos.

Ainda sobre rotulagem de alimentos questionou-se sobre a confiança dos consumidores em relação aos produtos rotulados, 76,36% responderam que se sentem confiantes e 23,64% não se sentem confiantes.

No que se refere ao conhecimento sobre os critérios exigidos na rotulagem, a população ficou igualmente dividida (Figura 2). Para tanto vale ressaltar que do público não conhecedor, 19,09%, possui nível de instrução ensino superior completo (Figura 3).

Com relação à satisfação da compra de um produto rotulado, constatou-se que 84,75% sentiam satisfeitos, já 15,75% não se sentiam satisfeitos.

Além disso, foi lhes perguntado se antes de comprar um produto na feira, costumava-se pesquisar preços, constatou-se que 81,82% não realizavam pesquisa de preço.

Já aos produtores questionou-se sobre seus conhecimentos em relação os critérios exigidos na rotulagem de alimentos, no entanto, 72,73% asseguraram que conhecem, 27,27% desconhecem os critérios.

Com relação à elaboração da rotulagem, 3,03% dos produtores afirmaram que a responsabilidade é da nutricionista, 30,30% da Emater, 33,33% do produtor, 33,33% não faz rotulagem (Figura 4).

O produtor quando questionado sobre a compreensão em relação à importância dos valores nutricionais dos seus produtos, comercializados na feira, 84,85% declararam ser importantes, 15,15% não consideravam importantes.

Quanto às normativas à rotulagem de alimentos 15,15% desconhecem, 39,39% conhecem pouco e 45,45% conhecem as normativas referentes à rotulagem de alimentos.

DISCUSSÃO

Como um dos fatores que influencia na escolha alimentar da população, os rótulos alimentícios estão sendo estudados principalmente pelas informações que disponibilizam ao consumidor.

Segundo Follmann e Ciprandi (2006) buscaram conhecer as motivações e hábitos de compra, de consumidores da feira agroecológica da cidade de

Lages (SC), bem como aspectos ligados a satisfação dos produtos, obtiveram para tanto uma proporção maior de mulheres do que homens. Quanto à faixa etária a maioria dos entrevistados ficou na faixa etária entre 30 a 60 anos correspondendo a 76% dos entrevistados. Já com relação ao grau de instrução, 31% possuíam o primeiro grau completo e apenas 14% possuíam ensino superior, diferindo do presente estudo sendo que o mesmo constatou que o público que mais frequenta a feira são aqueles que têm nível de instrução ensino superior completo.

Segundo Rocha *et al.* (2010) no estudo realizado em uma feira do produtor no município de Passo Fundo/RS, onde os consumidores que frequentavam com mais assiduidade a feira corresponderam a 51% homens, tendo 50% idade igual ou superior a 55 anos, o que sugere que o consumidor típico é um indivíduo, provavelmente, aposentado ou aproximando-se da aposentadoria, divergindo ao presente estudo onde constatou-se que a maioria dos frequentadores da feira são mulheres com idade entre 30 a 59 anos.

No estudo de Anderson *et al.* (2009) realizado no município de Pelotas/RS constataram que através dos frequentadores de duas feiras ecológicas, houve predominância de consumidores do sexo feminino correspondente a 68% da amostra. Com relação ao nível de instrução destacaram-se aqueles com nível superior completo, representando 69% da amostra, estes resultados se assemelharam aos do presente estudo. Caráter em que remete que as pessoas buscam de forma contextualizada um alimento produzido de forma diferenciada, ou seja, do ponto de vista ambiental, cultural, técnico e econômico.

Segundo Machado *et al.* (2006) o caminho percorrido para realizar a compra passa pelo processamento da informação, sendo esta a forma em que o consumidor seleciona e combina a informação que recebe do meio externo com aquela já retida em sua memória, utilizando-a para decidir pela compra ou não de determinado produto. Na embalagem dos alimentos, o rótulo é uma fonte de informação assegurada por lei sobre diversos aspectos, como a segurança, a qualidade, a informação nutricional e o fabricante do produto, disponíveis ao consumidor de forma que contribua para que este, ao realizar a leitura do rótulo do produto adquirido, possa no ato da compra ou após, decidir pelo consumo do alimento seguro.

A leitura do rótulo nos alimentos é um instrumento primordial na compra de produtos alimentícios. Ao serem questionados, a maioria dos consumidores relataram que sempre lêem os rótulos, contudo aqueles que nunca lêem representaram também um percentual significativo. É de extrema importância para o consumidor manter-se informado, para melhorar a sua capacidade de fazer escolhas conscientes. Estes resultados foram similares ao encontrado por Machado *et al.* (2006) em seu estudo realizado com consumidores abordados no ato da compra, em supermercados varejistas do município de Feira de Santana/BA, onde 19,00% nunca lêem o rótulo e 81,00% relataram sempre lêem os rótulos antes de comprar o produto.

Segundo Furnival e Pinheiro (2009) averiguaram no estudo realizado em dois dos maiores supermercados da cidade no interior do Estado de São Paulo, com maior abrangência de consumidores possível, ao perguntar se antes de comprar alimentos, os mesmos têm o hábito de ler os rótulos contidos nas

embalagens de alimentos, quase a metade, ou seja, 45% sempre lêem os rótulos, e somando este resultado com o número de respondentes que afirmou lê-los de vez em quando 48%, são possíveis de imaginar um cenário em que há uma inclinação para a vontade dessa leitura. No entanto 93% dos respondentes, pelo menos de vez em quando, olham para os rótulos de alimentos. No caso, apenas 7% dos consumidores respondeu que nunca tinha por hábito ler os rótulos, portanto, estes resultados também assemelham aos do presente estudo.

Ainda sobre rotulagem de alimentos questionou-se sobre a confiança dos consumidores nos produtos rotulados, deste modo, sobressaiu o público em que respondeu sentirem-se confiantes, porém os que não se sentem confiantes conceberam uma porcentagem representativa. Divergindo de Carrer *et al.* (2006) que verificaram em seu estudo realizado com consumidores em relação a produtos apícolas, especialmente o mel, com relação a confiabilidade nos rótulos encontrados, concluíram que 30% dos entrevistados ficaram indecisos sobre a resposta (não sabiam), 28% confiavam nos rótulos, 26% não analisavam a rotulagem e 8% dos consumidores indicaram que o produto não possuía rotulagem.

No entanto, os rótulos permitem conhecer a identificação sua procedência, validade, peso líquido, valor calórico, nutrientes e ingredientes presentes em sua composição, sendo assim é preciso interpretar as informações, fazer escolhas acertadas. A informação por si só, não é suficiente para garantir uma vida mais saudável.

Conforme Machado *et al.* (2006) o segmento de produção e industrialização de alimentos tem passado por crises de credibilidade, medo e insegurança por parte dos consumidores, devido a acusações de contaminações e adulterações. Aliada a isso há pouca compreensão sobre o desenvolvimento alcançado com os novos processos e a engenharia genética, que introduzem nos alimentos características nem sempre perceptíveis. A mídia torna-se influente nesta credibilidade através da divulgação de resultados de análises de produtos alimentícios quando é dado bastante destaque para os riscos do consumo de produtos em não conformidade, oferecendo riscos à saúde, além de manter o consumidor alerta para possíveis alterações nos produtos.

Além do mais o consumidor deve decidir pela compra do produto alimentício com critério, contribuindo os mesmos para que possam se manter no mercado apenas aqueles que atendam suas exigências, com qualidade e segurança. Esta decisão deve ser respaldada em informações sobre o produto, o direito do consumidor, preço, qualidade, segurança alimentar, saúde, meio ambiente e que respondam às exigências legais e sanitárias (MACHADO *et al.*, 2006).

No que se refere ao conhecimento sobre os critérios exigidos na rotulagem, a população ficou igualmente dividida. Neste contexto entende-se que os consumidores, devem estar cada vez mais atentos e esclarecidos quanto as suas responsabilidades no cuidado á saúde, podendo ser proporcionadas pelos alimentos.

A comercialização de gêneros alimentícios é destinada de modo que satisfaça as exigências de qualidade, possuindo adequada aparência além de boa condição ambiental, higiênico-sanitário e também disponha de informação nutricional (AYRES *et al.*, 2003 *apud* RODRIGUES, 2004). Além disso, é necessário que o consumidor se aproprie destes e também o conheça para que sejam incorporados e possa tornar-se um contribuinte para promoção da saúde e qualidade de vida aos consumidores.

Vale ressaltar que do público não conhecedor sobre os critérios exigidos na rotulagem, destacou os de nível de instrução ensino superior completo, visto que a procura por um produto colonial próprio da região, fresco e saboroso, parece ser suficiente para suas escolhas. Hoje, a garantia da qualidade dos alimentos representa um anseio a todos os consumidores do mundo inteiro, para que possa desfrutar da segurança alimentar, mas isto depende também do esforço de todos aqueles que fazem parte da complexa cadeia alimentar (RODRIGUES, 2004).

Segundo Rodrigues (2004) é imprescindível considerar nos alimentos à venda ou exposto ao consumo seu estado de conservação, sua natureza, composição, circunstância, de produção, condicionamento e qualquer atividade relacionada aos mesmos, não devendo oferecer riscos.

Porém, a expectativa em relação a este público que dispõe de maior instrução, conheça melhor as exigências referentes à qualidade dos seus produtos consumidos, para que assim possam ser adquiridos com maior confiabilidade e segurança, além de serem sabedores das informações a

respeito dos mesmos e tornem-se consumidores avaliadores, críticos, motivados e satisfeitos com a compra.

Quando questionados sobre a satisfação da compra de um produto rotulado, maior parte do público mencionou que se sentiam satisfeitos. Diferentemente de Júnior *et al.* (2007) que em seu estudo no município de Crato/CE, com consumidores de produtos hortifrutícolas de uma feira livre, onde seu objetivo foi identificar o perfil dos mesmos, além dos produtos da feira, as causas que os levam a optar pela compra na feira e o nível de satisfação com relação a esses produtos. Concluiu-se então que 5,88% sentiam-se totalmente satisfeitos com a compra de um produto rotulado e embalado. De forma geral, os consumidores estão mais insatisfeitos do que satisfeito, revelando assim que a feira precisa melhorar em muitos aspectos, principalmente nos ligados a limpeza do local e dos produtos, melhor forma de acondicionamento dos produtos e a implantação de uma infra-estrutura que consiga fornecer mais conforto ao cliente.

A satisfação gerada por um produto rotulado depende da qualidade que a mesma aparece ao pequeno produtor, na qual a rotulagem pode comprometer a viabilidade econômica do produto, sendo necessária a participação dos órgãos públicos com os associados da feira para que possibilite que o pequeno agricultor disponha de um produto rotulado e possa crescer no mercado formalmente, assim satisfazendo cada vez mais o seu cliente.

Hoje, pode-se perceber que devido á algumas crises no setor alimentício, tanto na produção quanto na comercialização de alimentos ilegais,

contaminados, desencadeou prejuízos a saúde do consumidor. Visto que além do produtor o consumidor é responsável pelo rastreamento pela certificação de qualidade e segurança do produto, onde o Codex Alimentarius também trabalha com esta finalidade além de práticas justas ao comércio alimentar o consumo local, ou para exportação.

O alimento rotulado estará fomentando um avanço, além do incentivo a uma assistência técnica, qualificação de um profissional, matéria prima de qualidade, diminuindo os custos, deste modo almejando aumentar a eficiência da produção e conseqüentemente um aumento nos números das vendas.

Para tanto foi lhes perguntado se antes de comprar um produto na feira, costumava-se a pesquisar preços, foi constatado que maioria não realizava pesquisa de preço. O que se pode perceber que o consumidor não estabelece esse como critério para compra de seus produtos e sim a busca por um produto com característica de colonial, que lembre sua cultura e infância. Além do mais ao adquirir um produto na feira o consumidor espera que o mesmo esteja com menos tempo de prateleira, menos conservantes, sem o controle artificial de amadurecimento e com um menor residual agroquímico.

Segundo Dorigon (2010) os agricultores são levados a enfrentar o seguinte paradoxo, para não serem excluídos do mercado, é necessário realizar investimentos e transformações nos seus produtos exigidos pelas normas de inspeção. Mas, ao fazê-lo, passam a perder mercado, pelo simples fato de seus produtos deixarem de serem identificados como coloniais pelos consumidores, servindo como um fator desestimulante ao produtor.

Deste modo os produtores foram questionados quanto aos conhecimentos sobre os critérios exigidos na rotulagem de alimentos, para tanto o que prevaleceu foram aqueles que referiam serem conhecedores dos critérios, porém os que desconhecem os critérios representaram uma porcentagem considerável. O que se pode compreender é que os critérios exigidos pela legislação na rotulagem são conhecidos, porém falta articulá-los, dentro da legalidade para que o pequeno agricultor possa entrar no mercado formalmente, com possibilidades de estar expandindo sua produção e qualificar seu produto. Do mesmo modo é necessária maior cobrança da fiscalização sanitária, para que a legalidade permaneça uniforme entre todos os produtores, colocando-os num mesmo nível de competitividade.

Segundo Schreiner (2001) há de se considerar que num mundo globalizado, com economia de mercado aberta, cada vez mais tomado pela produção em grande escala, com um consumidor cada dia mais informado e, portanto, mais consciente e exigente, no mundo regulado por medidas sanitárias em que o passaporte é a qualidade e sua garantia é responsabilidade de quem produz, há que se fazer mais, muito mais pela sobrevivência do pequeno produtor, do que amputar pedaços da legislação sanitária, remendá-la, adaptá-la ou forçar a benevolência e inoperância dos órgãos fiscalizadores.

Além do mais, as legislações de controle de alimentos, se atendidas pelos produtores, resultam em ações que contribuem não somente no atendimento as legislações vigentes, mas na diminuição de perdas nas diversas fases do processo produtivo, promovem o desenvolvimento ordenado

da produção, industrialização e comercialização, assegurando práticas comerciais justas e corretas. O atendimento as legislações asseguram aos produtores um melhor nível de competitividade o que certamente contribui para o fortalecimento das relações comerciais (SCHIMANOSKI, 2007).

Os produtores foram questionados sobre sua competência e o responsável pela elaboração dos rótulos de seus alimentos, sendo que destes houve uma proporção semelhante, referindo que a responsabilidade é comprometimento dos mesmos e a outra proporção referiu-se não fazer a rotulagem em seus alimentos. Porém, vale enfatizar, que também teve uma proporção expressiva de produtores em que referiram que a responsabilidade é da Emater.

Assim é necessário que antes que seu produto seja comercializado, haja informação e assistência de um profissional técnico, que oriente sobre as questões legais para a comercialização de seus produtos. Ao assegurar as questões legais que se apresentam ao produto, novas oportunidades poderão, garantir sua independência socioeconômica, devido ao aumento das possibilidades de comercialização.

Segundo Maluf (2004) também por essa razão, cabe a implementação de ações públicas visando promover a produção e o consumo de alimentos regionais de qualidade, sob a forma de programas governamentais e de projetos envolvendo organizações não-governamentais de apoio e entidades representativas dos agricultores e dos consumidores.

Além destes, questionou-se sobre a importância dos valores nutricionais nos rótulos de seus alimentos vendidos na feira, sendo que a maioria dos

produtores considera que os valores nutricionais são importantes. No entanto, é necessário que cada produtor compreenda os valores nutricionais, entendem que a disponibilidade e variedade de alimentos são maneiras que podem contribuir a SA por meio do acesso providenciado pela família, reduzindo com isso a dependência por alimentos externos, bem como os gastos com alimentação. Assim, quanto mais diversificada for a produção familiar de alimentos, maior será o estímulo para mudança de hábitos alimentares saudáveis e conseqüentemente suas refeições, disponibilizaram de valor nutricional mais elevado (SCHIMANOSKI, 2007).

Entretanto há acuidade em conhecer as normativas quanto à rotulagem dos alimentos, a maioria dos produtores são conhecedores, porém aqueles que conhecem pouco também, representaram uma porcentagem expressiva. Contudo os agricultores referem-se conhecer as normativas, mas os mesmos não se apropriam delas, pelo fato de que colocá-las em prática vai gerar gastos, com isto fazem destes um empecilho, com o argumento de que com mais este custo o produto poderia se tornar inviável do ponto de vista econômico.

Segundo Maluf (2004) surge o desafio que consiste em ter uma ação promotora da passagem de pequenos produtores e fornecedores ao mercado formal, em paralelo à educação alimentar e à defesa dos direitos do consumidor. Além da atuação das próprias entidades de defesa do consumidor precisaria ser sensibilizada quanto ao significado social desse tipo de iniciativa, pois nota-se que os elos entre consumidores e pequenos produtores no que se refere aos alimentos e à segurança alimentar ainda estão por serem

construídos. A hegemonia do sistema de transformação e de distribuição dos alimentos em grande escala é uma das principais responsáveis pela distância e pelas diferenças de expectativas entre pequenos produtores e consumidores.

CONCLUSÃO

Neste estudo o nível de escolaridade não se apresenta como determinante no conhecimento sobre rotulagem alimentar, demonstrando que ainda continua sendo principalmente de domínio técnico, deixando desta forma de cumprir com seu papel – falta de informação para escolha alimentar mais ajustada a necessidades individuais.

A ausência da leitura e interpretação dos rótulos pelos consumidores torna-se, sim, apenas um ônus para os produtores à medida que deixam de ser considerados. Sendo assim as atividades educativas e esclarecedoras se fazem necessárias.

Já com relação aos produtores grande parte, conhece os critérios exigidos na rotulagem, mas os mesmos não fazem rotulagem nos seus alimentos, além disso, os valores nutricionais foram considerados importantes, porém estes não são informados pela maioria dos seus produtos.

Com isso, este estudo permitiu identificar a necessidade do incentivo dos órgãos públicos para com o pequeno agricultor, de forma que seus produtos possam entrar no mercado formalmente, com segurança, satisfazendo seus clientes, além do mais a qualificação do setor produtivo

possivelmente trará uma maior estabilidade e lucratividade aos produtores destes alimentos, com os benefícios inquestionáveis aos consumidores.

REFERÊNCIAS

ANDERSON, F. S.; NASCIMENTO, S. G.; LOVATTO, P. B. Estudo do perfil dos consumidores em duas feiras livre de base ecológica do município de Pelotas, RS, Brasil. In: XVIII CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA, XI ENCONTRO DE PÓS-GRADUAÇÃO E I MOSTRA CIENTÍFICA REALIZADOS PELA UFPel. **Anais**. Pelotas, 2009. Disponível em: <<http://www.ufpel.edu.br/>>. Acesso em: 06 out. 2011.

CARRER, C. C. *et al.* Diagnóstico de mercado junto a consumidores de mel no município de Pirassununga, Estado de São Paulo. **Informações Econômicas**, São Paulo, v. 40, n. 5, maio 2010. Disponível em: <<ftp://ftp.sp.gov.br/>>. Acesso em: 26 abr. 2011.

COLLA, C. C. *et al.* Escolha da feira livre como canal de distribuição para produtos da agricultura familiar de Cascavel, Estado do Paraná. **Informações Econômicas**, São Paulo, v. 38, n. 2, fev. 2008. Disponível em: <<ftp://ftp.sp.gov.br/>>. Acesso em: 03 abr. 2011.

DORIGON, C. O mercado informal dos produtos coloniais da região oeste de Santa Catarina. In: I ENCONTRO LUSO-BRASILEIRO DE ESTUDOS DO CONSUMO, TENDÊNCIAS E IDEOLOGIAS DO CONSUMO NO MUNDO CONTEMPORÂNEO. **Anais**. Rio de Janeiro, 15, 16 e 17 de setembro de 2010. Disponível em: <<http://estudosdoconsumo.com.br/>>. Acesso em: 16 out. 2011.

DUVAL, H. C.; FERRANTE, V. L. S. B. Assentamentos rurais na agenda política: considerações sobre dois programas municipais em Araraquara/SP. In: SIMPÓSIO DA REFORMA AGRÁRIA E DESENVOLVIMENTO: DESAFIOS E RUMOS DA POLÍTICA DE ASSENTAMENTOS RURAIS. **Anais**. Araraquara/SP, 2006. Disponível em: <<http://www.paraquesirve.net/>>. Acesso em: 03 abr. 2011.

FOLLMANN, T. M.; OLÍVIO, C. **Perfil dos consumidores da feira agroecológica de Lages**. Lages/SC, 2006. Disponível em: <<http://www.periodicos.udesc.br/>>. Acesso em: 06 out. 2011.

FURNIVAL, A. C.; PINHEIRO, S. M. O público e a compreensão da informação nos rótulos de alimentos: o caso dos transgênicos. **Revista Digital de**

Biblioteconomia e Ciência da Informação, Campinas, v. 7, n. 1, p. 01-19, jul./dez. 2009. Disponível em: <<http://www.sbu.unicamp.br/>>. Acesso em: 03 abr. 2011.

JÚNIOR, M. P. C.; SILVA, L. P.; OLIVEIRA, M. A. S. Características e satisfação dos consumidores de produtos hortifrutícolas na feira livre do Crato/CE. In: XLV CONGRESSO DA SOBER CONHECIMENTOS PARA AGRICULTURA DO FUTURO. **Anais**. Londrina, 22 a 25 de julho de 2007. Disponível em: <<http://www.sober.org.br/>>. Acesso em: 19 out. 2011.

KURANAGA, A. A. *et al.* O programa de segurança alimentar “direto no campo” do município de Araraquara/SP: um instrumento de desenvolvimento local. In: XLVI CONGRESSO SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E SOCIOLOGIA RURAL. **Anais**. Rio Branco/Acre, jul. 2008. Disponível em: <<http://www.sober.org.br/>>. Acesso em: 03 abr. 2011.

LOCATELLI, D. R. S. Avaliação da qualidade da feira de produtos coloniais e agroecológicos de Chapecó: centro 1 por parte dos consumidores. Caxias do Sul, maio 2009. In: **Programa de Pós-graduação em Administração (PPGA)**. Disponível em: <<http://tede.uces.br/>>. Acesso em: 04 abr. 2011.

MACHADO, S. S. *et al.* Comportamento dos consumidores com relação à leitura de rótulo de produtos alimentícios. **Alim. Nutr.**, Araraquara, v. 17, n. 1, p. 97-103, jan./mar. 2006. Disponível em: <<http://serv-bib.fcfar.unesp.br/>>. Acesso em: 03 abr. 2011.

MALUF, R. S.; MENEZES, F. **Caderno segurança alimentar**. 2000. Disponível em: <<http://www.forumsocialmundial.org.br/>>. Acesso em: 12 abr. 2011.

MALUF, R. Mercados agroalimentares e a agricultura familiar no Brasil: agregação de valor, cadeias integradas e circuitos regionais. **Ensaio FEE**, Porto Alegre, v. 25, n. 1, abr. 2004.

NANTES, J. F. D.; LEONELLI, F. C. A estruturação da cadeia produtiva de vegetais minimamente processados. **Revista FAE**, Curitiba, v. 3, n. 3, p. 61-69, set./dez. 2000. Disponível em: <<http://www.fae.edu/>>. Acesso em: 03 abr. 2011.

REQUISITOS TÉCNICOS PARA DECLARAÇÃO DA INFORMAÇÃO NUTRICIONAL. 2003. Disponível em: <<http://portal.anvisa.gov.br/>>. Acesso em: 04 maio 2011.

ROCHA, H. C. *et al.* Perfil socioeconômico dos feirantes e consumidores da feira do produtor de Passo Fundo/RS. **Ciência Rural**, Santa Maria, 2010. Disponível em: <<http://www.scielo.br/>>. Acesso em: 06 out. 2011.

RODRIGUES, D. M. S. **Perfil higiênico-sanitário de feiras-livres no Distrito Federal e avaliação da satisfação de seus usuários**. Brasil, DF, jun. 2004. Disponível em: <<http://bdm.bce.unb.br/>>. Acesso em: 18 out. 2011.

SCHIMANOSKI, V. M. **Programa de desenvolvimento agroindustrial pacto fonte nova**: contribuição para segurança alimentar e qualidade de vida. Ijuí, 2007. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento), Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul – Unijuí, 2007.

SCHREINER, L. L.; MACHADO, C. P.; TEIXEIRA, A. D. C. R. A vigilância sanitária de alimentos e o desafio da inserção da produção artesanal mineira no comércio formal. **Saúde para Debate**, Rio de Janeiro, n. 25, p. 46-54, nov. 2001.

SOUZA, D. D. P. Consumo de produtos lácteos, um perigo para saúde pública: estudos dos fatores relacionados a este consumo no município de Jacareí/SP. In: **Programa de Pós-Graduação em Epidemiologia Experimental e Aplicada a Zoonose**. 2005.

SULZBACHER, A. W.; DAVID, C. Alternativas para o espaço rural: importância de compatibilizar políticas públicas com saberes locais. **Revista de Geografia Agrária**, v. 3, n. 5, p. 14-37, fev. 2008.

TELLES, S. T.; TANAKA, J. M. U.; PELLINI, T. Agricultura familiar: pecuária leiteira como *locus* das políticas públicas paranaenses. **Semina: Ciências Agrárias**, Londrina, v. 29, n. 3, p. 579-590, jul./set. 2008.

UNDERSTANDING. **The Codex Alimentarius**. World Health Organization Food and Agriculture Organization of the United Nations. Rome, 2006. Disponível em: <<ftp://ftp.fao.org/>>. Acesso em: 04 maio 2011.

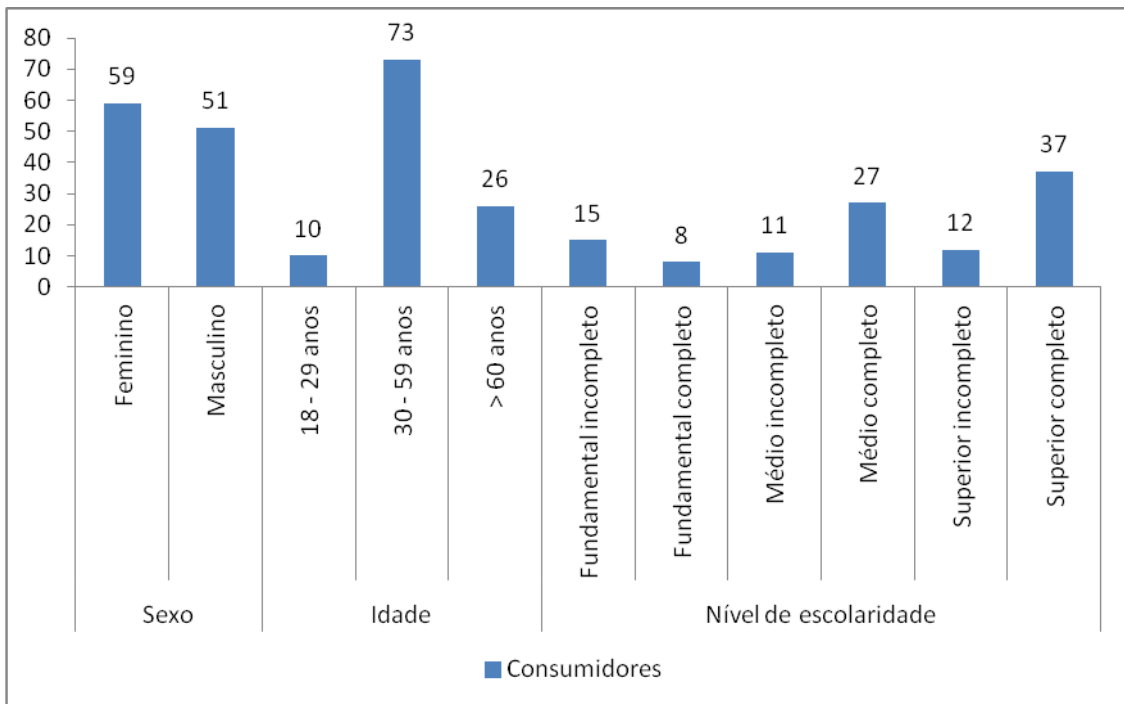


Figura 1: Distribuição dos consumidores segundo sexo, idade, grau de instrução

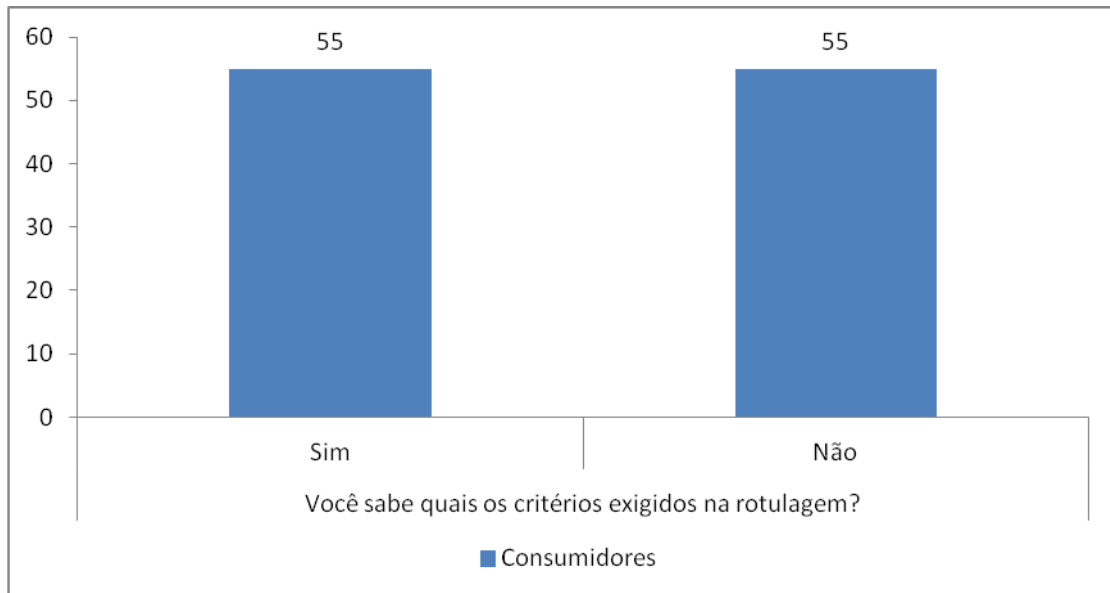


Figura 2: Conhecimento dos consumidores quanto aos critérios exigidos na rotulagem

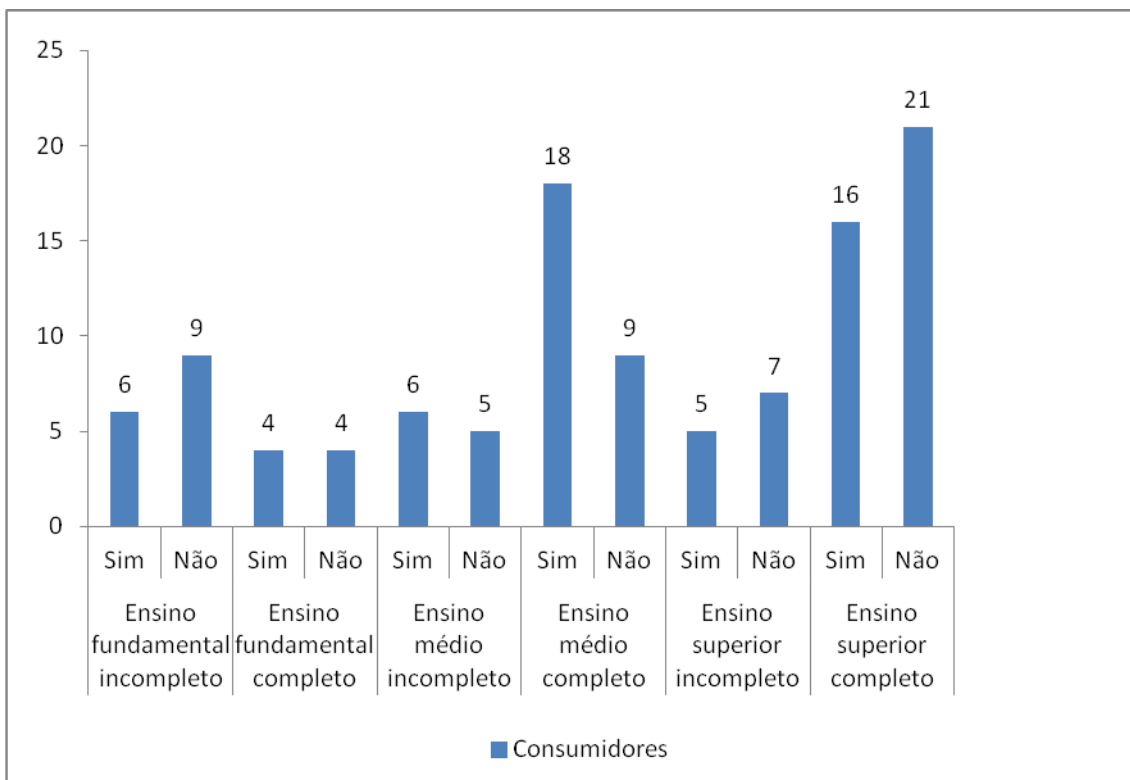


Figura 3: Nível de instrução dos consumidores e o conhecimento sobre os critérios exigidos na rotulagem

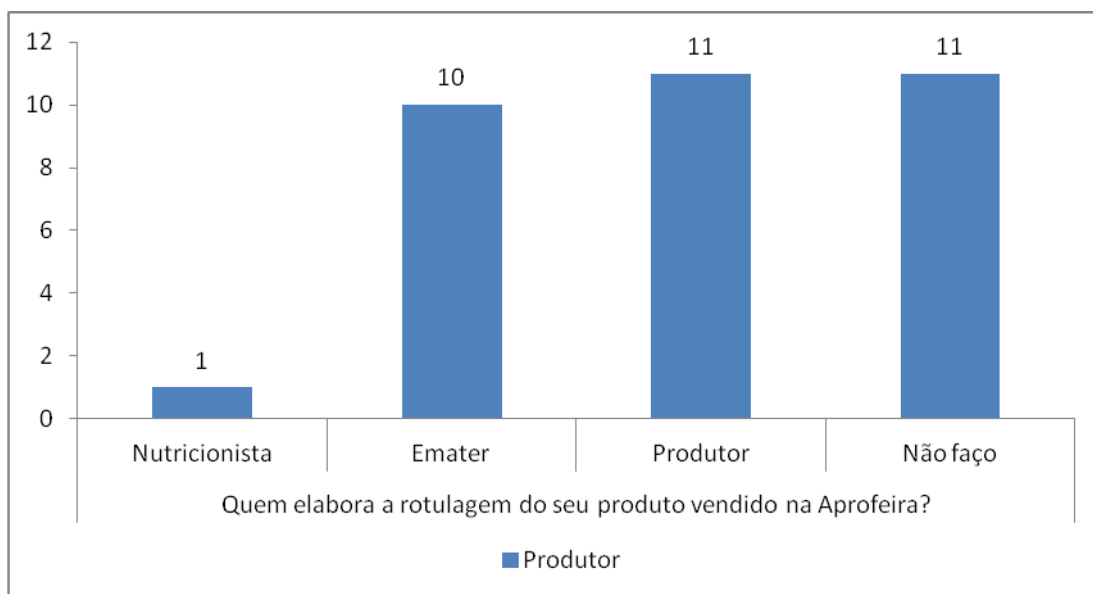


Figura 4: Responsabilidade quanto à elaboração de rotulagem dos alimentos vendidos na feira