



**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE AGRONOMIA E MEDICINA VETERINARIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM AGRONEGOCIOS**

ALINE DE OLIVEIRA MONTEIRO

**VALORIZAÇÃO DO CAJUZINHO-DO-CERRADO:
MEMÓRIA INVOLUNTÁRIA E MEMÓRIA GUSTATIVA**

PUBLICAÇÃO: 160/2018

**Brasília/DF
Fevereiro/2018**

ALINE DE OLIVEIRA MONTEIRO

**VALORIZAÇÃO DO CAJUZINHO DO CERRADO:
MEMÓRIA INVOLUNTÁRIA E MEMÓRIA GUSTATIVA**

Dissertação apresentada ao curso de Mestrado do Programa de Pós-graduação Agronegócios, da Faculdade de Agronomia e Medicina Veterinária da Universidade de Brasília (UnB), como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre em Agronegócios.

Orientadora: Prof. Dra. Ana Maria Resende Junqueira

**Brasília/DF
Fevereiro/2018**

MONTEIRO, A. O. **Valorização do cajuzinho-do-cerrado: memória involuntária e memória gustativa**. 2018, 120 f. Dissertação. (Mestrado em Agronegócio) – Faculdade de Agronomia e Medicina Veterinária, Universidade de Brasília, Brasília, 2018.

Documento formal, autorizando reprodução desta dissertação de mestrado para empréstimo ou comercialização, exclusivamente para fins acadêmicos, foi passado pelo autor à Universidade de Brasília e acha-se arquivado na Secretaria do Programa. O autor reserva para si os outros direitos autorais, de publicação. Nenhuma parte desta dissertação de mestrado pode ser reproduzida sem a autorização por escrito do autor. Citações são estimuladas, desde que citada a fonte.

FICHA CATALOGRÁFICA

MM775v Monteiro, Aline de Oliveira
Valorização do cajuzinho-do-cerrado: memória involuntária e memória gustativa / Aline de Oliveira Monteiro; orientador Ana Maria Resende Junqueira. -- Brasília, 2018.
120 p.

Dissertação (Mestrado - Mestrado em Agronegócios) -- Universidade de Brasília, 2018.

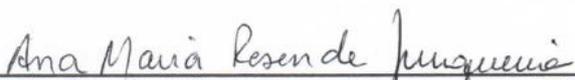
1. Agroextrativismo Anacardiácea. 2. Cerrado. 3. Percepções de consumo. 4. Teoria da Memória. I. Junqueira, Ana Maria Resende, orient. II. Título.

ALINE DE OLIVEIRA MONTEIRO

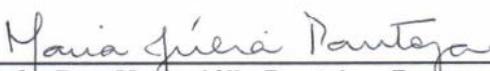
VALORIZAÇÃO DO CAJUZINHO-DO-CERRADO: MEMÓRIA
INVOLUNTÁRIA E MEMÓRIA GUSTATIVA

Dissertação apresentada ao curso de
Mestrado do Programa de Pós-graduação
Agronegócios da Faculdade de Agronomia
e Medicina Veterinária da Universidade de
Brasília (UnB), como requisito parcial para
a obtenção do grau de Mestre em
Agronegócios.

Banca Examinadora:



Profa. Dra. Ana Maria Resende Junqueira – FAV(UnB)
(ORIENTADORA)



Profa. Dra. Maria Júlia Pantoja – Propaga(UnB)
(EXAMINADORA)



Prof. Dr. Armando Fornazier, FAV(UnB)
(EXAMINADOR)

Brasília, 28 de fevereiro de 2018

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, Ana Lúcia e Otávio, que me apoiaram durante o curso, pelo amor incondicional, por priorizarem os meus estudos.

As minhas irmãs Elisa e Isabel, pelo apoio e carinho. Em especial à Isabel por compreender a falta de tempo destinado às brincadeiras.

À minha orientadora, Profa. Dra. Ana Maria Resende Junqueira, pela orientação, pelos ensinamentos, pelo apoio, pela confiança na construção dessa pesquisa, sempre acreditando no tema e em mim.

Aos amigos e amigas, que me apoiaram durante os estudos e compreenderam minha ausência em diversos momentos.

Aos meus colegas de mestrado, pois caminhamos juntos na construção do conhecimento, pela união e pela convivência nesses dois anos.

À secretaria do Programa de Pós-Graduação em Agronegócios, Danielle, por toda ajuda oferecida durante os estudos, conhecimentos, esclarecimentos e apoio emocional.

À todos os agroextrativistas e consumidores que aceitaram participar da pesquisa, contribuindo com seus conhecimentos.

Aos professores do PROPAGA.

À professora Dra. Lana Magaly Pires, por me oferecer as bases do estudo da minha pesquisa.

À instituição financeira Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior -CAPES, pela concessão da bolsa de estudos, que possibilitou a realização desta pesquisa.

À instituição financeira PROAP, que concedeu recursos financeiros para as saídas de campo.

Enfim, a todos que de alguma forma contribuíram para a realização da pesquisa, seja em conhecimentos, apoio e orações.

RESUMO

O cajuzinho-do-cerrado é um fruto importante do bioma Cerrado tanto por sua versatilidade de uso quanto pelo seu potencial socioeconômico sustentável por meio de agricultores familiares que o autoconsumem e o comercializam com o intuito da geração de renda. O agroextrativismo desse produto tem a finalidade da valorização do fruto, do produtor, e da possibilidade de geração de renda de fonte sustentável, razão pela qual, a compreensão das ações dos agroextrativistas e dos consumidores para com o fruto é objeto central desta pesquisa. A Teoria da Memória, exerce papel do resgate de práticas e saberes (história do alimento/formas de consumo) para a individualização de produtos para fins comerciais. Esta pesquisa teve por objetivo analisar o papel da memória involuntária e da memória gustativa como um mecanismo de diferenciação do produto, tanto para o agricultor familiar, como para o consumidor na promoção e valorização do cajuzinho-do-cerrado. Trata-se de uma pesquisa exploratória, descritiva, com abordagem qualitativa, no entorno do Distrito Federal. O procedimento técnico foi o estudo de múltiplos casos em dois grupos: a) grupo de agroextrativistas; b) grupo de consumidores. Estes grupos foram selecionados com base no agroextrativismo do cajuzinho-do-cerrado (somente para agroextrativistas), beneficiamento do fruto (dados agroextrativistas) e as percepções que o agroextrativista possui em relação ao fruto (também para consumidores); e as memórias de consumo para os agroextrativistas e consumidores do fruto (ambos os grupos). A coleta de dados ocorreu por meio de entrevistas semiestruturadas com agroextrativistas do fruto e com consumidores nos locais da coleta. Os dados coletados foram submetidos à análise de conteúdo seguindo o modelo proposto por Bardin (1977) e Deslandes et. al. (1994). Foi utilizada a categorização *posteriori* dos resultados obtidos para cada grupo pesquisado. A pesquisa contou com dados secundários (constituente do referencial teórico) além de dados primários alcançados por meio das entrevistas semiestruturadas em ambos os grupos. Também como parte da metodologia, utilizou-se a triangulação das seguintes áreas: o agronegócio, a gastronomia e a antropologia para o enriquecimento da discussão. Os resultados obtidos indicaram que o cajuzinho-do-cerrado não é valorizado pelos agroextrativistas e que tanto a memória involuntária como a memória gustativa não são mecanismos adequados para promover e auxiliar na valorização do fruto. Na vertente dos consumidores, os resultados denotaram que estes valorizam o fruto e suas memórias de consumo que auxiliam no desenvolvimento de novos produtos. Existem algumas poucas iniciativas de divulgação do fruto que ainda são incipientes e que com a abordagem correta e o cuidado para o uso sustentável podem dar maior visibilidade ao fruto, ao extrativista, bem como agregar valor nutricional aos consumidores do produto.

Palavras-chave: Agroextrativismo *Anacardiácea*. Cerrado. Percepções de consumo. Teoria da Memória.

ABSTRACT

Cajuzinho-do-cerrado is an important fruit of the Cerrado biome both because its versatility of use and its sustainable socioeconomic potential through family farmers who self-consume and market it for the purpose of income generation. The agroextractivism of this product has the character of the valorization of the fruit, the producer, and the possibility of income generation from a sustainable source, which is why the understanding of the actions of the agroextractivists and the consumers towards the fruit is the central object of this research. The Theory of Memory plays the role of the rescue of practices and knowledge (food history / consumption forms) for the individualization of products for commercial purposes. The purpose of this research was to analyze the role of involuntary memory and gustatory memory as a mechanism of product differentiation, both for the family farmer and for the consumer in the promotion and appreciation of the cajuzinho-do-cerrado. This is an exploratory, descriptive study with a qualitative approach, in the surroundings of the Federal District. The technical procedure was the study of multiple cases in two groups: a) group of agroextractivists; b) group of consumers. These groups were selected based on the agroextractivism of the cajuzinho-do-cerrado (only for agroextractivists), fruit processing (agroextractivist data) and the agroextractivist perceptions of the fruit (also for consumers); and the consumption memories for the agroextractivists and consumers of the fruit (both groups). Data were collected through semi-structured interviews with fruit extractors and with consumers at the collection sites. The data collected were submitted to content analysis following the model proposed by Bardin (1977) and Deslandes et. al. (1994). The posteriori categorization of the results obtained for each group was used. The research counted on secondary data (constituent of the theoretical reference) in addition to primary data obtained through semi-structured interviews in both groups. Also, as part of the methodology, triangulation of the following areas was used: agribusiness, gastronomy and anthropology for the enrichment of the discussion. The results indicated that the cajuzinho-do-cerrado is not valued by the agroextractivists and that both the involuntary memory and the gustative memory are not adequate mechanisms to promote and assist in the valorization of the fruit. In terms of consumers, the results showed that they value the fruit and its consumption memories that help in the development of new products. There are a few initiatives to disseminate the fruit that are still incipient and with the correct approach and care for sustainable use can give greater visibility to the fruit, to the extractivists, as well as add nutritional value to the consumers of the product.

Key-words: *Agroextractivism. Anacardiaceae. Cerrado. Memory theory. Perceptions of consumption.*

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Localização do Bioma Cerrado	33
Figura 2 – Foto Cajuzinho-do-Cerrado.....	35
Figura 3 – Síntese da fase de pré-análise.....	62
Figura 4 – Resumo da fase de exploração do material.....	66
Figura 5 – Síntese da etapa de tratamentos dos resultados e interpretações.....	67
Figura 6 – Fotos de produtos elaborados com o cajuzinho-do-cerrado.....	78
Figura 7 – Foto do cajuzinho-do-cerrado em feira.....	96
Figura 8 – Foto de preparos com o fruto.....	97

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Renda familiar dos agroextrativistas	69
Gráfico 2 – Área da propriedade em hectares	69
Gráfico 3 – Percentual de mulheres que administram o estabelecimento agropecuário	70
Gráfico 4 – Tempo de residência na propriedade agrícola	72
Gráfico 5 – Tempo de coleta do cajuzinho-do-cerrado	72
Gráfico 6 – Situação da propriedade	73
Gráfico 7 – Gênero dos consumidores entrevistados.....	85
Gráfico 8 – Relação da idade do consumidor com o gênero.....	85
Gráfico 9 – Faixa etária dos consumidores de cajuzinho-do-cerrado.....	86
Gráfico 10 – Declaração de Raça dos consumidores.....	86
Gráfico 11 – Grau de escolaridade do consumidor.....	87
Gráfico 12 – Relação do grau de escolaridade do consumidor x a idade.....	87
Gráfico 13 – Relação do estado civil <i>versus</i> a idade <i>versus</i> o grau de escolaridade do consumidor.....	88
Gráfico 14 – Estado civil do consumidor.....	88
Gráfico 15 – Renda familiar do consumidor.....	89
Gráfico 16 – Relação da renda familiar do consumidor <i>versus</i> o grau de escolaridade.....	89

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Diferentes formas de pluriatividade	27
Quadro 2 – Características dos valores humanos	40
Quadro 3 – 10 Tipos de valores motivacionais	42
Quadro 4 – Os cinco tipos de valores que influenciam a escolha do consumidor.....	44
Quadro 5 – Amostras de entrevistas com agroextrativistas.....	53
Quadro 6 – Amostras de entrevistas com consumidores.....	54
Quadro 7 – Tipos de análise de conteúdo.....	56
Quadro 8 – Variáveis e categorias agroextrativistas	63
Quadro 9 – Categorias agroextrativistas.....	64
Quadro 10 – Variáveis de controle consumidores	65
Quadro 11 – Variáveis e categorias consumidores	66

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Comparação entre estabelecimentos de agricultura familiar com a agricultura não familiar no Censo Agropecuário 2006	23
Tabela 2 - Número de municípios segundo a produção de estabelecimentos familiares sobre o total dos estabelecimentos recenseados da região Centro-Oeste.....	24
Tabela 3 – Distribuição geográfica dos agroextrativistas de cajuzinho-do-cerrado.....	74

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AC – Análise de Conteúdo

CEASA DF – Centrais de Abastecimento do Distrito Federal

EMATER DF – Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Distrito Federal

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

INCRA – Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária

IPEA - Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada

PRONAF - Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	15
1.2 Formulação do problema de pesquisa	17
1.3 Objetivos	18
1.3.1 Objetivo geral:	18
1.3.2 Objetivos específicos:	18
1.4 Organização da dissertação	18
2. REFERENCIAL TEÓRICO	20
2.1. Um exame da agricultura familiar no Brasil	20
2.1.1 A agricultura familiar do Centro Oeste	22
2.1.2 Pluriatividade na agricultura familiar	25
2.1.3 O extrativismo como atividade agrícola – Agroextrativismo	29
2.2. Cerrado e Agroextrativismo	31
2.2.1 O cajuzinho-do-cerrado	35
2.3 Valorização de produtos regionais do cajuzinho-do-cerrado	37
2.3.1 O processo da valorização	37
2.3.2 Teoria dos Valores Humanos (Teoria de Schwartz)	40
2.3.3 Comportamento do consumidor sob a ótica de valor	43
2.4 Teoria da Memória	45
2.4.1 Memória gustativa	47
2.4.2 Memória involuntária	49
3. MÉTODO.....	51
3.1 Caracterização do estudo	51
3.2 Amostra e Coleta de dados	52
3.3 Análise dos dados	55
3.3.1 Análise de Conteúdo	56
4. RESULTADOS DAS ANÁLISES E DISCUSSÕES	68
4.1 Agroextrativistas.....	68
4.1.1 Análise da caracterização do agroextrativista	68
4.1.2 Categoria 1: Dificuldades da coleta – condições ambientais.....	74
4.1.3 Categoria 2: Diferenciamento do fruto/formas de processamento – com cocção e sem cocção	75
4.1.4 Categoria 3: Diferenças no produto – valores motivacionais.....	78

4.1.5 Categoria 4: Lembrança ao comer o fruto – infância, Cerrado e família	81
4.1.6 Categoria 5: Principal forma de consumir o fruto – in natura ou processado	83
4.2 Consumidores	84
4.2.1 Retrato da Análise do consumidor entrevistado	84
4.2.2 Categoria 1: Características do fruto – características organolépticas	89
4.2.3 Categoria 2: Formas de apresentação do fruto – in natura e processado	92
4.2.4 Categoria 3: Memória ao consumir o fruto – infância, família e Cerrado.....	98
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	102
6. REFERÊNCIAS.....	107
APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA DE CAMPO AGROEXTRATIVISTAS (PRÉ TESTE/ VALIDAÇÃO)	115
APÊNDICE B – ROTEIRO DE ENTREVISTA DE CAMPO CONSUMIDORES (PRÉ TESTE/ VALIDAÇÃO).....	119

1. INTRODUÇÃO

A agricultura familiar no Centro-Oeste, segundo dados do Censo Agropecuário de 2006 (IBGE, 2009), se destaca pelos produtos encarregados da maior parte do valor da produção total da agropecuária regional, como: o leite de vaca, seguido da soja, da mandioca, do milho em grão e suínos. A atividade extrativista de frutos nativos do Cerrado também é uma das formas de movimentação da economia local, praticada com a finalidade de geração de renda para as famílias que ali vivem.

A prática do agroextrativismo coloca o agricultor como ator chave no processo de valorização dos frutos do Cerrado na medida em que estes são utilizados para fins comerciais, sejam produtos *in natura* ou processados (SILVA, 2009). Essa prática extrativista tem por finalidade não só a reprodução social do pequeno produtor, mas também a conservação da biodiversidade local (SAMPAIO et. al., 2010).

Outro aspecto do agroextrativismo é o seu potencial em atuar como alternativa de produção sustentável, visto que além de ser uma atividade econômica considerada primitiva, vem sendo valorizada por agentes que são beneficiados e beneficiam a outros, com a finalidade da conservação ambiental como também uma possibilidade de produção sustentável (NOGUEIRA; FLEISCHER, 2005). Essa prática defensável também revela os antecedentes culturais de um povo em relação ao ambiente e seus conhecimentos. Esses saberes, são coletivos e difundidos entre a população, passando de uma geração à outra (CARRAZZA; FIGUEIREDO, 2010).

Além do mais, a utilização sustentável da fauna e da flora, auxiliam para a permanência do agricultor no campo. Está também favorece não só a produção como a geração de renda, bem-estar social e o saber fazer, ocasionando na conservação socioambiental do bioma (CARRAZZA; FIGUEIREDO, 2010).

O bioma Cerrado possui papel importante no sustento de várias populações que o utilizam e dele usufruem de acordo com interesses e necessidades diversas. Em razão disso, a sua valorização é de fundamental magnitude para a conservação da sociobiodiversidade. Assim, o agroextrativismo na região poderá ser praticado de forma sustentável e não predatória.

Produtos do extrativismo do Cerrado, nos últimos anos, vem ganhando espaço em comércios locais e, alguns, em mercados nacionais e internacionais como sendo

produtos especiais, diferenciados. Estes, por serem específicos de determinada localidade, quando presentes no mercado, são reconhecidos devido ao processamento, que atende às culturas e costumes locais. São produtos que compõem a memória dos povos locais, de quem os produziu e deseja transferir um sabor específico, absorvendo uma memória gustativa específica como ferramenta de valorização de seu produto e de sua história, tão importante para o indivíduo e comunidade.

Tanto a memória involuntária (BONA, 2013; PROUST, 1913) como a memória gustativa (CORÇÃO, 2007; LÉVI-STRAUSS, 1985) possuem o poder de transmitir a história do produto à sociedade, seja por meio da apresentação do produto ao consumidor ou através da história relacionada a ele. O consumidor também pode compartilhar sua experiência com o produtor, com o intuito deste passar a empregar no processamento do fruto as características que o consumidor gostaria de ver, sentir e consumir.

Assim, o estudo da memória nesta pesquisa apresenta caráter bastante relevante no que diz respeito às formas de individualização de produtos provenientes do agroextrativismo do cajuzinho-do-cerrado. As principais espécies nativas encontradas na região Centro-Oeste são: *Anacardium othonianum*, *Anacardium humile*, *Anacardium nanum* e *Anacardium corymbosum* (GONÇALVES et. al., 2009). Ela se insere como ferramenta de valorização para diferenciar o produto em termos de sabor e textura, aspectos pouco explorados pela população local. Com essa distinção, acredita-se que esse produto será mais bem aceito pelo consumidor quando da comercialização em feiras, eventos, em mercados emergentes ou diferenciados, agregando valor ao cajuzinho-do-cerrado.

O consumidor representa o elo diferencial da cadeia do fruto objeto da pesquisa, visto que traz valores intrínsecos e extrínsecos oriundos de sua formação social. Desta maneira, ao incluir o consumidor na análise procurou-se também inserir a percepção deste segmento no consumo do cajuzinho-do-cerrado. Portanto, esse grupo a mais na análise contribui igualmente para entender o processo de valorização do fruto, assim como seu produto e produtor.

O cajuzinho-do-cerrado, um dos frutos nativos do Cerrado, é o foco desse estudo pelo fato da escassez de informações na literatura científica sobre ele, no âmbito da valorização do produto, que apresenta potencial econômico elevado para

as populações que sobrevivem dele como uma atividade complementar à atividade agrícola.

O cajuzinho-do-cerrado é um fruto muito versátil, pois apresenta funcionalidades para diversas áreas como a medicina (VILA VERDE; PAULA; CANEIRO, 2003), ciências agronômicas (CARVALHO; SANTANA; RANAL, 2005; CARVALHO et al., 2012; REGINA et al., 2010; SILVA; SILVA; OLIVEIRA, 2004) , nutrição, gastronomia, engenharia de alimentos (GONÇALVES et al., 2009; OLIVEIRA; ROCHA, 2008) dentre outras.

Esta pesquisa utiliza como parte da metodologia de estudo a triangulação de áreas, visto que são conectadas três grandes áreas do conhecimento científico: o agronegócio, trazendo conhecimentos sobre a agricultura familiar, a prática da pluriatividade e o agroextrativismo do fruto; a gastronomia, como mecanismo do processo de valorização do fruto, através de técnicas de preparo de alimentos que gerem valor; e a antropologia, com a abordagem da teoria da memória para compreender as etapas do processo de valorização. Essa última faz a junção das duas primeiras dimensões do conhecimento por intermédio do resgate das memórias de consumo de agentes do agroextrativismo e consumidores.

1.2 Formulação do problema de pesquisa

Diante do déficit de informações, visibilidade e, considerando a importância do cajuzinho-do-cerrado para o bioma Cerrado e o potencial para o desenvolvimento de mecanismos de renda extra para as famílias que o coletam, formulou-se a questão problema: **Como a memória involuntária e a memória gustativa do agricultor e do consumidor de cajuzinho-do-cerrado podem contribuir para a promoção da valorização desse fruto?**

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo geral:

Analisar o papel da memória involuntária e da memória gustativa como um mecanismo de diferenciação do produto tanto para o agricultor familiar como para o consumidor na promoção e valorização do cajuzinho-do-cerrado.

1.3.2 Objetivos específicos:

- Caracterizar o papel da memória involuntária e da memória gustativa em extrativistas e consumidores no ato do consumo de cajuzinho-do-cerrado;
- Identificar quais são os produtos manufaturados com o cajuzinho-do-cerrado nos locais da coleta de dados;
- Levantar a distribuição dos agricultores extrativistas de cajuzinho-do-cerrado na região do Centro-Oeste (entorno do Distrito Federal);
- Elencar estratégias de divulgação e agregação de valor ao produto.

1.4 Organização da dissertação

Este trabalho está organizado da seguinte forma: primeira parte é a introdução que apresenta a contextualização do assunto, formulação do problema e objetivos.

A segunda parte contém o referencial teórico, capítulo que embasa a pesquisa e é dividido em subtemas, a ver: um exame da agricultura familiar no Brasil; a agricultura familiar do Centro-Oeste; pluriatividade na agricultura familiar; o extrativismo como atividade agrícola – agroextrativismo; Cerrado e agroextrativismo; o cajuzinho-do-cerrado; valorização dos produtos regionais do cajuzinho-do-cerrado; o processo da valorização; teoria dos valores humanos (Teoria de Schwartz); comportamento do consumidor sob a ótica de valor; teoria da memória; memória gustativa; e memória involuntária, com o propósito de fundamentar o tema da pesquisa e conectar as três áreas do conhecimento utilizadas.

A terceira parte apresenta o método utilizado pela pesquisa, a sua caracterização, a amostra e a coleta dos dados (procedimentos técnicos utilizados), além da análise dos dados (análise de conteúdo).

A quarta parte do trabalho é composta pelos resultados das análises e a discussão dentro de cada categoria identificada.

E, por fim, a quinta parte apresenta as conclusões da pesquisa e sugestões para pesquisas futuras, com as delimitações do estudo. Por último, são indicadas as referências utilizadas na pesquisa, seguidas dos apêndices com os roteiros de entrevistas.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Este capítulo compõe-se principalmente de uma revisão sobre os seguintes temas: agricultura familiar, Cerrado e agroextrativismo, valorização de produtos regionais e teoria da memória.

2.1. Um exame da agricultura familiar no Brasil

O conceito e marco legal de agricultura familiar foi delimitado através da Lei nº 11.326 de 24 de julho de 2006, o qual determinou “as diretrizes para a formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais permitindo a sua inserção nas estatísticas oficiais” (DEL GROSSI; MARQUES, 2010, p. 128). Porém, muito antes da promulgação dessa lei já se falava em agricultura familiar e meios de se valorizá-la. Assim o Decreto 1.946 de 28 de junho de 1996 visa a criação do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar - PRONAF “com a finalidade de promover o desenvolvimento sustentável do segmento rural constituído pelos agricultores familiares, de modo a propiciar-lhes o aumento da capacidade produtiva, a geração de empregos e a melhoria da renda” (BRASIL, 1996, Art. 1º).

Nesta Lei, a agricultura familiar é conceituada como aquela que pratica atividades na zona rural que atenda aos requisitos definidos na lei, a saber: não possuir títulos de áreas maiores que 4 módulos fiscais; usar mão-de-obra da própria família nas práticas econômicas e de empreendimentos; que a renda familiar seja adquirida a partir das atividades da família no seu habitat; e que a direção do seu empreendimento ou a sua propriedade seja unicamente familiar. Assim, a definição de agricultura familiar está diretamente associada ao de unidade familiar, ao mesmo tempo que o estabelecimento está associado à unidade produtiva (BRASIL, 2006; IBGE, 2009).

Também são beneficiários dessa Lei os aquicultores, extrativistas, pescadores e silvicultores que atendam concomitantemente a todas as exigências acima descritas, além daquelas que são exercidas em cada uma destas atividades. Ademais,

a Lei prevê a criação de linhas de crédito específicas para as associações e cooperativas que contenham um número mínimo de agricultores familiares em sua organização (BRASIL, 2006).

O termo de agricultura familiar segundo Altafin (2007) não é novo, mas com o recente uso por instituições de pesquisa, governos e demais entidades, este apresenta novas significações, dependendo do contexto. Nesse sentido, a agricultura familiar no Brasil é bastante diversificada, pois atende a famílias que exploram e vivem em minifúndios, como também aos produtores que estão adentrados ao agronegócio moderno como forma de gerar renda superior a recebida pela atividade exercida na agricultura familiar (BUAINAIN; SABBATO; GUANZIROLI, 2004).

Outro contexto não muito distinto dos apresentados anteriormente afirma que, a agricultura familiar está intimamente ligada a unidade familiar assim como o estabelecimento tem relação com a unidade produtiva. Esse conceito foi mencionado no trabalho de Del Grossi e Marques (2009), o qual discute sobre o termo da agricultura familiar no Censo Agropecuário de 2006, com base em informações do próprio Censo em questão.

Conforme mostra o IBGE no Censo Agropecuário, realizado em 2006 e publicado em 2009, para a agricultura familiar, “foram identificados 4.367.902 estabelecimentos da agricultura familiar, o que representa 84,4% dos estabelecimentos brasileiros” (p.19). Este número salienta que os “agricultores familiares ocupavam uma área de 80,25 milhões de hectares, ou seja, 24,3% da área ocupada pelos estabelecimentos agropecuários brasileiros” (p.19). Quanto aos dados sobre uso da terra e produção, este Censo apresenta que mesmo a agricultura familiar apresentando menor área para lavoura e pastagens, é ela a responsável por fornecer grande parte da segurança alimentar do país, pois contribui em grande parcela do fornecimento de alimento para o mercado interno (IBGE, 2009).

Em relação a mão de obra, este mesmo Censo detectou que o percentual de mulheres que dirigem os estabelecimentos agropecuários na agricultura familiar era de 13,7% enquanto na não familiar o percentual não chega nem a 7%. Outro ponto importante diz respeito ao número de pessoas vinculadas à agricultura e que são ocupadas, sendo 74,4% na agricultura familiar e de 25,6% de mão de obra ocupada na não familiar. Estes dados ainda revelam a mão de obra referente aos menores de

idade (14 anos ou mais) ocupados na unidade de trabalho (DEL GROSSI; MARQUES, 2010; IBGE, 2009).

Mais de 80% dos estabelecimentos rurais pertencem a agricultura familiar, empregando perto de 75% das pessoas que são economicamente ativas na agricultura (PEREIRA SILVA, 2015).

Para Buainain et al. (2004), dos mais de quatro milhões de agricultores familiares dispersos pelo território brasileiro, no contexto do desenvolvimento da agricultura familiar, estes possuem características diferentes conforme a região do país e a renda. As duas principais características para estes autores são: a dispersão espacial e a individualização social e econômica desses agricultores. Outra característica particular e fundamental, é o agricultor familiar conviver com a comunidade rural, além de participar das atividades socioeconômicas do meio rural (BLUM, 2001).

Com respeito à última característica, Wanderley (2000) alega que através da dinâmica social vivenciada pelas famílias rurais, esta passa a ser reconhecida como um ator social e por consequência disso, passa a desempenhar funções que auxiliem no desenvolvimento rural. Um papel importante para esse desenvolvimento é a questão da valorização dos produtos regionais, o qual são historicamente produzidos pelos agricultores e com isso já fazem parte do seu contexto sociocultural. Assim, com uma produção bem estabelecida os agricultores familiares podem ser inseridos no mercado (ZUIN; ZUIN, 2008).

2.1.1 A agricultura familiar do Centro Oeste

Com a determinação do conceito de agricultura familiar a ser aplicado nessa pesquisa é possível extrair dados da região em estudo, na pesquisa desenvolvida por Balsadi (2009). Este verificou que no Centro-Oeste a agricultura familiar, juntamente com a pluriatividade, apresenta importância significativa de crescimento. Porém, requerem maior atenção das políticas públicas para o desenvolvimento sustentável. Este também afirma que mesmo sendo relevantes o número de estabelecimentos agropecuários por Unidade Federativa, a participação desse segmento ainda é pequena em termos de área total e valor da produção. Isso demonstra que o mencionado setor carece de políticas de incentivo ao seu desenvolvimento.

A tabela 1 mostra que no último Censo Agropecuário foram verificadas diferenças significativas entre a agricultura familiar e a não familiar na região do Centro-Oeste. A agricultura familiar possui maior número de estabelecimentos agropecuários, porém menor área destes em relação a agricultura não familiar. Também foi averiguado que o valor da produção na agricultura familiar se mostrou ser consideravelmente menor do que na agricultura não familiar.

Tabela 1 – Comparação entre estabelecimentos de agricultura familiar com a agricultura não familiar no Censo Agropecuário 2006

Brasil, Grande Região e Unidade da Federação	Brasil	Centro-Oeste	Mato Grosso do Sul	Mato Grosso	Goiás	Distrito Federal
Número de estabelecimentos agropecuários com agricultura familiar (Unidades)	4.551.855	235.220	44.835	89.998	98.027	2.360
Número de estabelecimentos agropecuários com agricultura não familiar (Unidades)	623.781	82.278	20.029	22.989	37.665	1.595
Número total de estabelecimentos agropecuários (Unidades)	5.175.636	317.498	64.864	112.987	135.692	3.955
Área dos estabelecimentos agropecuários com agricultura familiar (Hectares)	106.788.460	14.684.192	2.252.071	6.351.379	6.026.877	53.866
Área dos estabelecimentos agropecuários com agricultura não familiar (Hectares)	226.891.577	90.666.894	28.022.904	42.337.332	20.109.204	197.454
Área total dos estabelecimentos agropecuários (Hectares)	333.680.037	105.351.086	30.274.975	48.688.711	26.136.081	251.320
Valor total da produção dos estabelecimentos agropecuários com agricultura familiar (Mil Reais)	59.222.203	4187149	897002	1508334	1708114	73.699
Valor total da produção dos estabelecimentos agropecuários com agricultura não familiar (Mil Reais)	104.764.092	24633206	6.308.065	10.783.469	7.174.112	367.560
Valor total da produção dos estabelecimentos agropecuários (Mil Reais)	163.986.295	163.986.295	7205067	12291803	8882226	441259

Fonte: Elaborado a partir de (IBGE - CENSO AGROPECUÁRIO, 2017).

Buainain et. al. (2004), realizaram um estudo sobre a diversificação da agricultura familiar por regiões no país, identificando as principais áreas geográficas e regiões administrativas de concentração da agricultura familiar; e mais detalhadamente quais eram as principais características dos agricultores familiares nestas áreas de concentração. Com isso, foram coletados dados que mostram onde estão localizados os municípios com maior incidência de estabelecimentos familiares (Tabela 2).

Tabela 2 – Número de municípios segundo a produção de estabelecimentos familiares sobre o total dos estabelecimentos recenseados da região Centro-Oeste.

Região/UF	Total de estabelecimentos dos municípios					Total
	80 a 100 %	60 a 80 %	40 a 60 %	20 a 40%	0 a 20%	
Goiás	74	110	44	9	4	241
Mato Grosso	33	46	28	14	5	126
Mato Grosso do Sul	8	15	34	18	2	77
Total Centro-Oeste	115	171	106	41	11	444

Fonte: Adaptado de (BUAINAIN; SABBATO; GUANZIROLI, 2004).

A partir da observação dos dados apresentados na tabela 2, é possível perceber que o Estado de Goiás é a unidade da federação com maior concentração de agricultores familiares, seguido de Mato Grosso, e que os autores não incluíram resultados sobre o Distrito Federal pelo reduzido número de estabelecimentos agropecuários. O grau de incidência dos estabelecimentos agropecuários analisados na tabela é percebido através das frequências relativas de cada município por unidade federativa. Assim as regiões de maior frequência (mais de 80%) no Centro-Oeste é o estado de Goiás com 74 municípios, segundo a mesma lógica para os demais estados.

Um estudo realizado pelo IPEA¹ (Instituto de Pesquisa Economia Aplicada) com o objetivo de analisar a recente agricultura e atividade agropecuária na região Centro-

¹ A agropecuária na região Centro-Oeste: limitações ao desenvolvimento e desafios futuros (CASTRO, 2014).

Oeste com base nos dados do Censo Agropecuário de 2006, mostra que é difícil o desenvolvimento da atividade agrícola na região em análise devido a diversos fatores estruturais. Esse fato pode ser atribuído a recente ocupação do território na década de 1960-1970 estimulado pelo governo militar. Além disso, por ser relativamente recente a prática da agricultura na região, esta enfrenta problemas como a logística para o escoamento da produção, acesso ao crédito, assistência técnica, dentre outros. E mesmo assim a agricultura familiar na área apresenta elevada importância, segundo Castro (2014).

Uma das formas de sobrevivência da agricultura familiar brasileira é a combinação de atividades dentro e fora da propriedade, o que pode ser denominado de pluriatividade ou *pluriactivité*. Esta ou a emergência de atividades não-agrícolas no meio rural é um fenômeno que tem por característica o desenvolvimento de outras atividades agrícolas ou não-agrícolas, como estratégia de complementação de renda e inclusão econômica, pelas famílias agricultoras tradicionais ou pequenos proprietários, que antes eram ocupadas somente com atividades agrícolas (MARAFON; RIBEIRO, 2006; SCHNEIDER, 2003).

Esse fenômeno associado a agricultura familiar, a pluriatividade, visa atuar como estratégia de sobrevivência para a reprodução social e econômica desse grupo social em diversas regiões geográficas do país. Essas estratégias geralmente são desenvolvidas por intermédio da combinação de atividades agrícolas com as não ligadas a agricultura (DOS ANJOS, 2003).

2.1.2 Pluriatividade na agricultura familiar

Fuller (1990) propôs uma definição do termo pluriatividade em sua pesquisa sobre a mudança agro rural na Europa Ocidental nos anos 1980. Para ele, a pluriatividade surgiu do conceito das atividades de *part-time farms*, *part-time farming* (agricultura em tempo parcial) e *multiple-job holding* que eram empregadas nas zonas rurais da região.

Ele descreveu as situações no qual os trabalhadores rurais desempenhavam outras atividades agrícolas em tempo parcial durante a jornada de trabalho. Daí se tem a caracterização de pluriatividade que é entendida como a diversificação, por parte dos integrantes de uma família, das atividades que vão além da agricultura, mas

que estão ligadas a práticas agrícolas. Segundo Fuller (1990), são elas: emprego em outras fazendas (ex.: mão-de-obra contratada), atividades para-agrícolas como o processamento de alimentos (ex.: vinificação para venda direta); outras atividades não-agrícolas (ex.: turismo rural) e atividades fora da fazenda (ex.: mão-de-obra assalariada).

Além da definição de Fuller (1990), Schneider et. al. (2006) afirma que a pluriatividade corresponde a um acontecimento caracterizado pela combinação das muitas atividades que são executadas por membros de uma mesma família. Ela também é o resultado do contexto socioeconômico no qual está inserido, mais as decisões familiares e individuais.

A prática da agricultura por famílias rurais europeias, antigamente, em nenhum momento foi a única ocupação de autossuficiência econômica, apesar de que até a metade do século XX a maior parte dependia da agricultura. Mesmo assim, a população rural sempre esteve envolvida com várias atividades diferentes, o que garantia a sua renda familiar. Em meados do século XIX com o início da industrialização e da urbanização, ocorreu a transformação do estilo de vida dessa população. A pluriatividade passou a ser uma atividade dupla e diferente da forma como é atualmente. Neste momento, a agricultura é combinada com a atividade industrial, o qual os camponeses em tempo parcial iam trabalhar no setor industrial como forma complementar de renda (BLAD, 2010).

Blad (2010) também alega que há dois tipos de pluriatividades, a primeira é relacionada com as práticas agrárias, atividades que não necessariamente são agrícolas, mas que estão vinculadas a agricultura em algum ponto. A segunda, refere-se ao fato mencionado acima, onde as famílias rurais buscam o setor de serviços e as empresas em busca de novas oportunidades de atividades lucrativas, em que terão mais oportunidades de assegurar a posse da propriedade financeiramente evitando assim o êxodo rural. Essas variedades de pluriatividade foram verificadas na Polônia, local onde ocorreu a pesquisa desenvolvida pelo autor.

Os primeiros estudos sobre pluriatividade no Brasil não datam de muito tempo, visto que nas últimas décadas 1990 e 2000 as pesquisas sobre a associação de atividades agrícolas e não agrícolas na agricultura familiar como forma de renda e trabalho complementar começaram a se expandir. Esses estudos também mostraram que essa combinação de atividades se inseriu nas famílias agrícolas como sendo uma

dupla combinação de ocupações, pois em algumas regiões e contextos sociais era necessário ter algum tipo de renda extra (SCHNEIDER, 2009).

Os subtipos de atividades pluriativas encontradas no Brasil variam conforme haja a disponibilidade de trabalho, como também da atividade agrícola. Assim sendo, Schneider (2009) identificou quatro tipos, são eles: pluriatividade tradicional ou camponesa; pluriatividade intersetorial; pluriatividade de base agrária e a pluriatividade para-agrícola, resumidas no quadro 1 abaixo.

Quadro 1 – Diferentes formas de pluriatividade.

Formas de pluriatividade	Principais características
Pluriatividade tradicional ou camponesa	A atividade pluriativa faz parte do modo de vida das famílias, não tem por objetivo a mercantilização e ajuda na organização da produção. É caracterizada por grupos sociais autônomos, no qual a produção é para o autoconsumo, gerando assim uma fraca ligação com o mercado. A pluriatividade ocorre dentro da propriedade e é combinada a atividades de produção, transformação e artesanato. Geralmente são atividades não agrícolas que sempre existiram nas famílias rurais.
Pluriatividade intersetorial	Advém do vínculo entre a agricultura além do comércio e da indústria. Em tempos mais modernos esse tipo de pluriatividade ocorre de duas formas. Primeiro foi a descentralização industrial originado através dos sistemas produtivos pós-fordismo e do aumento da economia local. Esta forma decorre da busca por mão de obra mais barata, terceirização de serviços, mercados informais. Já a rurbanização, é caracterizada pelo fluxo pendular das pessoas que moram nas zonas rurais, mas que trabalham em

	<p>áreas urbanas, mudando assim a configuração das áreas rurais por meio da valorização imobiliária e elevação da prestação de serviços. Esse tipo de pluriatividade é caracterizado pelas novas relações de trabalho que são estabelecidas.</p>
<p>Pluriatividade de base agrária</p>	<p>Acontece dentro do campo da agropecuária, porém é identificada pela associação de atividades não agrícolas com atividades agrícolas, como aluguel de ferramentas, maquinário, terceirização de processos produtivos, subcontratação de mão de obra, dentre outros. Esta forma de pluriatividade desenrola-se de três formas. A primeira refere-se aos trabalhadores que prestam serviços na atividade agrícola. A segunda, concerne a contratação de pessoas rurais para trabalharem em atividades como processamento, beneficiamento, transporte, comercialização além de outras da produção agrícola. Por último, ocorre a venda da força de trabalho, que muitas vezes é coordenada pela sazonalidade dos procedimentos de produção agrícola.</p>
<p>Pluriatividade para-agrícola</p>	<p>Essa pluriatividade é a consequência de serviços de processamento de produtos agrícolas ou derivados para a comercialização. São organizados em agroindústrias, cooperativas, associações dentre outras formas de acessarem ao mercado. É tida como uma alternativa de geração de renda, emprego e ou ocupação para os pequenos agricultores familiares.</p>

Fonte: Informações adaptadas de Schneider (2009).

No exercício da pluriatividade no Brasil, pela interpretação do Censo Agropecuário 2006, foi detectado que um terço das famílias pertencentes a agricultura familiar (identificadas no tópico 1 desta pesquisa) são pluriativas. Ou seja, os membros das famílias exercem não só a atividade agrícola, mais também alguma outra atividade para compor a renda da família que esteja vinculada a agricultura (SILVA, 2016). A maior fonte de renda dessas famílias de acordo com o censo é proveniente das atividades agrícolas, o que representa mais de dois terços do total da renda familiar.

As diversas formas de pluriatividades que são praticadas pelos agricultores rurais, é denominada de reprodução social e econômica ou como estratégia de sobrevivência em países em desenvolvimento (ELLIS, 1998). A essa diversificação, Schneider e Conterato (2006) afirmam que através da combinação de atividades agrícolas com atividades não agrícolas, o acesso aos mercados pelos agricultores será mais facilitado. Contudo, a diversificação através da pluriatividade é um caminho pelo qual os agricultores podem exercer outras atividades para a geração de renda e consequentemente ajudar no desenvolvimento rural.

Portanto, analisando a diversificação por esse ângulo, a combinação da atividade extrativista com a prática agrícola resultando no Agroextrativismo, também pode ser considerado uma atividade pluriativa (SCHNEIDER et al., 2006). A lógica da diferenciação das táticas produtivas e comerciais para os agricultores familiares é vista como sendo aquela que obtém mais vantagem. Em consequência disso, a utilização da biodiversidade nativa das regiões, é introduzida na rotina familiar como uma possível atividade complementar, tanto para a geração de renda como para o autoconsumo (BRASIL, 2015).

2.1.3 O extrativismo como atividade agrícola – Agroextrativismo

A atividade extrativista se apresenta como uma alternativa de subsistência para os agricultores e de acréscimo de renda, onde possibilita ao agricultor familiar obter produtos da natureza sem deixar suas atividades produtivas. Segundo Drummond (1996, p. 117), o extrativismo pode ser definido como “uma maneira de produzir bens na qual os recursos naturais úteis são retirados diretamente da sua área de ocorrência natural, em contraste com a agricultura, o pastoreio, o comércio, o

artesanato, os serviços ou a indústria”. A definição legal de extrativista é “aquele que pratica o extrativismo ou Agroextrativismo” (MAPA; MMA, 2009; Art. 2º parágrafo VIII).

A atividade extrativista geralmente é praticada como secundária em relação a agricultura e a pecuária, no que diz respeito a principal atividade produtiva para a geração de renda e a garantia da segurança alimentar (HIRONAKA, 2000). Muitos são os problemas enfrentados pelos extrativistas pois, a produção dos produtos nativos não ocorre em grande escala para atender ao mercado consumidor, existem falhas na padronização, no transporte, na distribuição, na comercialização, entre outros problemas na cadeia. Mesmo que a natureza disponha de muitos recursos para o extrativismo, estes não são aproveitados em sua totalidade, o que gera espaço para agriculturas mecanizadas e padronizadas (BRASIL, 2015).

Os produtos extraídos da natureza podem ser animais, vegetais ou minerais. Com base em sua forma de exploração, estes podem ser classificados em extração de aniquilamento ou depredação e de coleta (HOMMA, 2008). Segundo o autor, os casos onde se atinge a extinção da fonte ou quando a velocidade da regeneração é inferior à da extração é o extrativismo de aniquilamento. O extrativismo de coleta compreende os casos em que se coletam produtos extrativos produzidos por plantas e animais.

Assim, a caça, a pesca e a coleta de frutas representam os exemplos clássicos de extrativismo, sendo estas atividades praticadas por diferentes sociedades desde a antiguidade até os tempos de hoje (DRUMMOND, 1996). No entanto, o extrativismo vegetal é o mais expressivo quanto à produção e importância econômica (HIRONAKA, 2000). Os produtos advindos do extrativismo apresentam importância elevada “para a economia rural de países em desenvolvimento” (BRASIL, 2015; p.451).

Segundo o Instituto Nacional de Educação Ambiental (2017), a atividade extrativista combinada com atividade agrícola, o cultivo de árvores frutíferas, a pesca, entre outras, compõem o agroextrativismo. Este, segundo o Ministério de Agricultura, Pecuária e Abastecimento e o Ministério do Meio Ambiente (2009) constitui:

“... combinação de atividades extrativas com técnicas de cultivo, criação e beneficiamento; é orientado para a diversificação, consórcio de espécies, imitação da estrutura e dos padrões do ambiente natural, e uso de técnicas geralmente desenvolvidas a partir dos saberes e práticas tradicionais, do

conhecimento dos ecossistemas e das condições ecológicas regionais" (Art. 2º parágrafo I).

Com essa definição, a atividade agroextrativista pode ser enquadrada como um modelo de agricultura familiar, pois todas as agriculturas familiares exercem a prática extrativista em algum momento da produção agrícola (NOGUEIRA; FLEISCHER, 2005).

O Agroextrativismo pertence ao grupo dos modelos agroalimentares alternativos, pois este torna oportuno a diversificação produtiva para os pequenos agricultores. Esse modelo, se opõe ao método de destruição da biodiversidade local e a "monocultura extensiva e intensiva", uma vez que possuem uma relação íntima com os extrativistas e os recursos oferecidos pelo meio ambiente (BRASIL, 2015).

A diversificação produtiva do agroextrativismo se constitui em formas de valorização para os produtos regionais provenientes de pequenos agricultores, pois esses possuem maior valor quando são comercializados, constituindo assim sistema de obtenção de renda (BISPO, 2014).

O agroextrativismo no Cerrado, segundo Silva (2009), é realizado por povos tradicionais ou agricultores familiares que por meio de seus saberes e formas de manejo característicos, praticam a atividade extrativa pluriativa de forma a conservar a biodiversidade local. Esses agricultores atuam não somente na preservação do ambiente que promove o desenvolvimento sustentável, mais também na valorização do bioma e dos produtos advindos dele.

2.2. Cerrado e Agroextrativismo

O bioma característico do Planalto Central do Brasil é o Cerrado (MATTEUCCI et al., 1995), presente nos estados de Ceará, Distrito Federal, Goiás, Maranhão, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Minas Gerais, Piauí, Rondônia, São Paulo e Tocantins. Também ocorre em parte do estado da Bahia, do Amapá, Amazonas, Pará e Roraima (RIBEIRO, J. F., & WALTER, 1998). É o segundo maior bioma brasileiro em extensão ocupando cerca de 21% do território nacional (KLINK; MACHADO, 2005; OLIVEIRA,

LEONARDO DOS SANTOS; PALUDO, ADRIANO; FRANÇA, LEONICE VIEIRA; VILELA, MARIA DE FÁTIMA; DUBOC, 2008; OLIVEIRA; ROCHA, 2008; SCARIOT; SILVA; FELFLI, 2005; SILVA et al., 2007).

O Cerrado possui uma das floras mais abundantes em espécie, estimando-se cerca de sete mil espécies (KLINK; MACHADO, 2005; VILA VERDE; PAULA; CANEIRO, 2003). Possuindo uma grande diversidade de plantas e animais endêmicos, povos tradicionais que se beneficiam através do uso dos recursos disponíveis na natureza, fazendo parte da paisagem natural juntamente com o fogo (SAMPAIO et al., 2010; SCARIOT; SILVA; FELFLI, 2005).

O termo Cerrado é utilizado tanto para designar o tipo de vegetação (tipos fitofisionômicos), caracterizando-a, como também para demarcar as formas de vegetação (RIBEIRO, J. F., & WALTER, 1998). Da mesma forma, o vocábulo Cerrado é usualmente utilizado para designar os tipos de vegetação que o compõem. São eles: campos (campo-sujo, campo-rupestre e campo-limpo), cerradão, matas de galeria, mata ciliar, mata seca, savanas, veredas (KLINK; MACHADO, 2005; RIBEIRO, J. F., & WALTER, 1998).

A biodiversidade presente nesse domínio é elevada em relação a outros biomas. As principais características são o clima que segundo a escala *Aw de Köppen* (tropical chuvoso) (RIBEIRO, J. F., & WALTER, 1998), é marcado por períodos de seca, de abril a setembro, com períodos chuvosos, de outubro a março, solos ácidos pobres em nutrientes, árvores de pequeno porte e tronco tortuoso, grande escala de frutos e plantas medicinais (BISPO, 2014b; KLINK; MACHADO, 2005).

O Cerrado é ainda considerado a maior savana tropical da América Latina, ocupando uma boa parte do território brasileiro, além de outros países. Este faz limite com mais quatro biomas brasileiros observados na figura 1.

Figura 1 – Localização do bioma Cerrado.



Fonte: IBGE (2004).

A flora presente no bioma é diferenciada dos demais biomas do país (RIBEIRO, J. F., & WALTER, 1998), extremamente rica em espécies medicamentosas, comestíveis e ornamentais que abastecem a indústria com matérias-primas (MATTEUCCI et al., 1995). A abundância da flora e da fauna do Cerrado exhibe o potencial a ser explorado nesse domínio, pois possuem plantas com valor nutricional relevantes, importância socioeconômica e cultural (OLIVEIRA, LEONARDO DOS SANTOS; PALUDO, ADRIANO; FRANÇA, LEONICE VIEIRA; VILELA, MARIA DE FÁTIMA; DUBOC, 2008; OLIVEIRA; ROCHA, 2008).

Desse modo, os potenciais exploráveis através do extrativismo são inúmeros favorecendo a coleta de frutos, flores, sementes, raízes, cascas entre outros para a alimentação ou a comercialização de produtos manufaturados para a fabricação de remédios, artesanatos entre outras utilidades encontradas pelos povos (OLIVEIRA; SCARIOT, 2010).

A atividade agroextrativista, nesse contexto do Cerrado, desempenha ponto estratégico importante para a valorização da biodiversidade e dos produtos manufaturados dela advindos. Não somente auxilia no desenvolvimento da região na geração de renda como também na sobrevivência dos produtores que deles vivem (BISPO; DINIZ, 2014; SAMPAIO et al., 2010).

O agroextrativismo praticado na região visa não só a conservação do Cerrado mas também a geração de renda para os produtores (SAMPAIO et al., 2010). Assim, os diversos métodos de agregação de valor que são investidos pelos produtores agroextrativistas, visam a valorização de seu trabalho.

A principal característica dessa atividade no bioma Cerrado consiste na ressignificação do espaço rural em associação com a natureza, que serve de auxílio ao pequeno produtor rural na questão da reprodução social e da preservação do domínio. Desse modo, o produtor agroextrativista desempenha a função de “guardião da natureza e dos saberes tradicionais a ele associados” (NOGUEIRA; FLEISCHER, 2005, p. 132).

Contudo há autores que afirmam que a pratica agroextrativista no Cerrado é realizada de modo predatória, com vista a obtenção de lucros em cima do produto nativo através da comercialização a preços competitivos (AVIDOS; FERREIRA, 2004; MMA, 2006). Entretanto, a maior parte dos pesquisadores ratificam que o agroextrativismo visa a conservação do bioma e de seus povos, seja por meio de políticas públicas ou ações de ONG's (CARVALHO, 2005; KLINK; MACHADO, 2005; NOGUEIRA; FLEISCHER, 2005; OLIVEIRA; HESPANHOL, 2011; SILVA, 2009).

Portanto, a realização do agroextrativismo no Cerrado quando objetiva a valorização da sua fauna e da sua flora nativas por meio de seus povos integra o escopo da conservação. Muitas espécies de plantas nativas apresentam potencial econômico, podendo ser medicinal, madeireiro, forrageiro, nutricional ou frutífero. O cajuzinho do Cerrado, objeto de estudo desta pesquisa, é uma dessas espécies potencias ao agroextrativismo, segundo EMBRAPA (2007).

2.2.1 O cajuzinho-do-cerrado

Figura 2 – Foto Cajuzinho-do-Cerrado



Fonte: Fotografado pela autora (2017).

O cajuzinho-do-cerrado (foto anterior – figura 2) é uma das frutas do Cerrado que se destacam das demais devido ao seu potencial extrativo e comercial (BRASIL, 2015). As espécies nativas da família *anacardiácea* no planalto central do Brasil encontradas são: *Anacardium othonianum* (apresentam porte médio, ex: cajueiro arbóreo-do-cerrado), *Anacardium humile* (porte arbustivo como o cajueiro do campo), *Anacardium nanum* e *Anacardium corymbosum* (porte rasteiro) (GONÇALVES et al., 2009). Podendo ser popularmente conhecidas como cajuí, cajuzinho-do-cerrado, cajuzinho do campo, dentre outros nomes (BRASIL, 2015; MEDEIROS, 2011).

De origem amazônica, do Cerrado e da mata atlântica, esse arbusto que habita o cerradão, o Cerrado (*strictu sensu*), campo sujo e o campo rupestre, está distribuído por diversos estados brasileiros. São eles: Bahia, Distrito Federal, Goiás, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Minas gerais, Paraná, Piauí, Roraima, São Paulo e Tocantins (MEDEIROS, 2011).

Essas espécies nativas do Cerrado produzem frutos comestíveis, no qual o fruto é aromático, pequeno, possuindo sabor ácido e textura succulenta, além de se apresentarem de diversas cores (BRASIL, 2015; GONÇALVES et al., 2009; SILVA; SILVA; OLIVEIRA, 2004). O cajuzinho-do-cerrado possui duas partes: “o fruto verdadeiro (noz acinzentada e reniforme) e o pseudofruto - caracterizado como pedúnculo avermelhado de polpa succulenta, de sabor doce e levemente ácido” (ALVES; ALVES; NAVES, 2013, p. 328).

Esses frutos possuem tamanho pequeno entre 2 e 4 cm de comprimento e 2 a 3 cm de diâmetro. Geralmente o fruto pesa em gramas entre 5 e 12g, possuindo uma semente por fruto. O período para a coleta dos frutos maduros ocorre nos meses de setembro e outubro, chegando as vezes ao mês de dezembro (BRASIL, 2015; SILVA et al., 1992).

Os frutos dessas espécies são consumidos pelas populações locais na forma *in natura* ou processados (SILVA; SILVA; OLIVEIRA, 2004). A parte do pedúnculo do cajuí é utilizada na produção de fermentados como os vinhos, o vinagre, em destilados como a aguardente (caium), compotas, passas de caju (quando desidratados), geleias, sucos, doces, sorvetes entre outros. Com o fruto verdadeiro, é produzido as amêndoas ou castanhas (BRASIL, 2015; GONÇALVES et al., 2009; REGINA et al., 2010; SILVA; SILVA; OLIVEIRA, 2004).

Por apresentar aceitação por parte dos consumidores, o cajuzinho-do-cerrado, se destaca como um produto potencial para a indústria, para o desenvolvimento sustentável por meio de produtores, para a comercialização e para a geração de renda para os produtores (CARVALHO et al., 2012). Essas formas de aproveitamento integral do fruto, fazem com que ocorra a valorização da cadeia do cajuzinho-do-cerrado como também da população que o produz e preserva (CARVALHO; SANTANA; RANAL, 2005; CARVALHO et al., 2012; GONÇALVES et al., 2009).

A produção do cajuzinho-do-cerrado por pequenos produtores do Cerrado geralmente ocorre através do extrativismo com o intuito de se comercializar o produto para a geração de renda adicional para a família. As diversas técnicas de processamento e aproveitamento integral do fruto representam algumas das formas de valorização da cadeia, como também, “o resgate de hábitos culturais da região” e também da memória gustativa (ALMEIDA, 1998).

2.3 Valorização de produtos regionais do cajuzinho-do-cerrado

A valorização por meio da pluriatividade de produtos regionais, tem ganhado reconhecimento nos últimos anos na União Europeia e posteriormente em outros países. Estes mesmos produtos (produtos com história), podem ser vistos como aqueles que são capazes de revigorar a economia dos meios rurais (ZUIN; ZUIN, 2008).

Zuin e Zuin (2008), também afirmam que “a produção desses alimentos seria uma alternativa para o desenvolvimento local, assegurando aos pequenos produtores a valorização de sua cultura, de sua história e de sua produção” (p.112). Esse novo sistema agroalimentar, tem proporcionado uma relação entre o produtor e o consumidor no qual os consumidores buscam os produtos regionais, afim de alcançarem uma qualidade diferenciada em relação ao alimento industrial que não apresenta um *background* relevante para a escolha de consumo do indivíduo, conforme afirmam (CRUZ; SCHNEIDER, 2010)

2.3.1 O processo da valorização

“ Os valores eram padrões que orientavam e determinavam, entre outros: as ações; atitudes em relação a objetos e situações; ideologia e apresentação de si mesmo aos outros; julgamentos; justificativas; comparações de si com os outros; e tentar influenciar outras pessoas” (ERDEM; BEN OUMLIL; TUNCALP, 1999, p. 137).

O conceito de valor pode ser aplicado sob diversos vieses de acordo com o objetivo proposto em cada estudo. Assim, sob a ótica da valorização, o valor pode ser caracterizado, segundo De Chernatony et al. (2000), sob três aspectos: o preço, o comportamento do consumidor e a estratégia. O autor afirma que dentro da literatura há várias definições de valor dentro desses aspectos por ele identificados.

Perante o aspecto do preço, o valor é identificado por Leszinski e Marn (1997), como sendo o *“trade-off”* (troca) entre a percepção dos consumidores em relação aos benefícios recebidos de um produto/serviço e o preço pago por ele. Neste contexto, De Chernatony et. al. (2000) afirmam que os consumidores não adquirem um produto/serviço somente com base no preço, pois este exerce um papel bastante complexo. Além de que os consumidores avaliam outras questões que não só o preço no momento da compra de um produto/serviço, como a qualidade, a satisfação que se irá ter, as informações acerca do produto/serviço, sacrifício sobre as percepções de valor dos consumidores.

Diante da perspectiva do comportamento do consumidor, o valor é conceituado de acordo com as necessidades dos clientes e do que estes desejam (DE CHERNATONY et al., 2000). Do ponto de vista do consumidor, o atributo valor pode ser caracterizado como preço baixo (com foco no sacrifício), qualquer coisa que o consumidor desejar em um produto/serviço (foco em benefício), a qualidade obtida no preço pago (a troca entre um benefício e um sacrifício) e os benefícios totais obtidos para o total de sacrifícios (ZEITAML, 1988).

Sob o aspecto da estratégia, Porter (2008) diz que valor é o que os consumidores estão dispostos a pagar. Em relação a estratégia, esse mesmo autor descreve, que a *“estratégia competitiva consiste em ações ofensivas ou defensivas para estabelecer uma posição sustentável dentro de uma empresa”* (p.51). Essas ações servem para enfrentar as cinco forças competitivas (rivalidade entre as empresas; poder de negociação dos compradores; poder de negociação dos

fornecedores; ameaça de produtos ou os serviços que são substituídos e ameaça de novos entrantes).

Para confrontar essas cinco forças, Porter (2008) identificou três estratégias genéricas que podem ser utilizadas de modo conjunto ou individual. São elas: liderança em custos, diferenciação e enfoque ou concentração. A liderança em custo exige a redução de custos em busca da eficiência. Na diferenciação, esta tem por objetivo diferenciar o produto ou o serviço oferecido pela empresa, gerando características que os tornem únicos. O enfoque se refere a concentrar uma ou as duas estratégias anteriores em uma determinada região geográfica, “nicho”.

Centrando na estratégia de diferenciação, a pormenorização de um produto ou serviço, se configura nos fatores de individualização, como também na valorização/agregação de valor para os compradores, o que gera a competitividade ou a rivalidade. Com isso, se cria laços de fidelidade entre fornecedor e consumidor (PORTER, 2008).

Essa diferenciação também ocorre em produções de alimentos regionais nas propriedades rurais. Desse modo, com o saber-fazer do agricultor mais a qualidade das matérias-primas em conjunto, imprimem ao produto uma diferenciação característica de uma determinada região, o qual tem por objetivo valorizar as populações que os produzem, além de sua cultura, história, região geográfica (ZUIN; ZUIN, 2008).

Desta maneira, esses alimentos carregam em si características intrínsecas como o saber-fazer do agricultor, o local da produção não muda, eles perduram no tempo, sempre tem as mesmas características sensoriais, sabores e texturas, que são atrelados a cultura e a memória de um povo (ZUIN; ZUIN, 2008).

Assim, os valores demonstram o quão são importantes para o estudo do comportamento do consumidor, pois estes o influenciam de diversas maneiras (VINSON; SCOTT; LAMONT, 1977). Além do fato de os valores apresentarem relevância não só para a compreensão do pensamento como também para as ações humanas. Devido a isso, existem diversas teorias para analisar o comportamento humano, dentre elas a Teoria de Valores Humanos ou a Teoria de Schwartz, sintetizada a seguir (TAMAYO; PORTO, 2005).

2.3.2 Teoria dos Valores Humanos (Teoria de Schwartz)

A Teoria dos Valores Humanos (ou Teoria de Schwartz) “descreve aspectos da estrutura psicológica humana que são fundamentais, aspectos presumivelmente comuns a toda a humanidade” (pag. 21). Esta teoria identifica dez tipos motivacionais distintos e relaciona a dinâmica de conflito e congruência entre esses tipos (SCHWARTZ, 2005).

Schwartz, (1992, 2005) e Schwartz e Bilsky (1990), identificaram as cinco principais características de todos os valores humanos, que estão resumidas no quadro a seguir.

Quadro 2 – Características dos valores humanos

Características	Descrição
1) Crenças	As crenças são ligadas às emoções. Assim, quando os valores são ativados, eles tendem a expulsar os sentimentos positivos ou negativos dos indivíduos. Ex: Uma pessoa que sente-se ameaçada em relação a sua independência (valor importante para ela), tende a se tornar uma pessoa agressiva quando desprotegida, porém, no momento no qual retoma sua segurança através de ações, ficam felizes.
2) Constructo motivacional	São os objetivos que as pessoas desejam ter e se esforçam para tal. Ex: a justiça, saúde, dentre outros. Essa característica é importante para que as pessoas se sintam motivadas a agir de maneira correta.

3) Transcendência de ações e situações específicas	“São objetivos abstratos” (p.23). Em decorrência disso, os conceitos desses tipos de valores são diferentes daqueles tipos que se referem as ações ou situações específicas. Ex: Obediência e honestidade.
4) Guiam a seleção e avaliação de ações, políticas, pessoas e eventos	Desempenham função de critérios ou padrões. Ex: Nossos valores só são percebidos quando estes entram em conflito entre si no momento da tomada de decisão.
5) Ordenam a importância relativa aos demais	Os valores pessoais são dispostos de um jeito organizado de prioridades hierárquicas de forma a caracterizar os indivíduos. É diferente das normas e atitudes.

Fonte: Elaborado pela Autora (2017), adaptado de Schwartz (2005).

As características acima descritas são distinguidas umas das outras através do “tipo de objetivo ou motivação que o valor expressa” (SCHWARTZ, 2005, p. 23). A teoria de valores estabelece 10 tipos motivacionais que são regidos pela motivação implícita de cada valor. Esses tipos de valores são comuns aos indivíduos de diversas culturas, ou seja, são universais, pois são fundados nas premissas básicas da existência humana. Sendo assim, todas as populações precisam estar de acordo com estes fundamentos: “as necessidades dos indivíduos como organismos biológicos, requisitos de ação social coordenada e necessidade de sobrevivência e bem-estar dos grupos” (SCHWARTZ, 2005, p. 24; SCHWARTZ; BILSKY, 1987).

Os 10 tipos de valores motivacionais são expostos a seguir juntamente com seus objetivos e o contexto de cada um. Schwartz (2005), também adiciona para cada valor os itens que utiliza para medição dos tipos motivacionais e os significados múltiplos que alguns valores apresentam. Ver quadro 3.

Quadro 3 – 10 tipos de valores motivacionais.

Tipos	Objetivo	Contexto	Itens de medição	Outros significados
Auto-determinação	Pensamento e ação independente: escolher, criar e explorar.	É derivado de necessidades orgânicas por controle e dominância e de requisitos de autonomia e independência que interagem entre si.	Chatevidade, liberdade, escolher os próprios objetivos, cursos, independente.	Auto-respeito, inteligência, privacidade.
Estimulação	Excitação, novidade, desafio na vida.	São derivados da necessidade orgânica de variedade e estimulação de forma a manter um nível de ativação ótimo e positivo, ao invés de amesquidar. Necessidade de estimulação e excitação, condicionadas pela experiência social, podem produzir diferenças individuais na importância dada a valores de estimulação.	Uma vida variada, uma vida excitante, onívoro.	
Heidonismo	Prazer ou gratificação sensual.	Derivados de necessidades orgânicas e do prazer associado a sua satisfação.	Prazer, vida de prazer, auto-indulgência.	
Realização	Êxito pessoal por meio de demonstração de competência de acordo com padrões sociais.	Enfatizam a demonstração de competências em termos de padrões culturais prevalentes e, portanto, aprovados socialmente. Foco em estímulos sociais, enfatizando a demonstração ativa de desempenho bem-sucedida em interações concretas.	Ambições, bem-sucedido, capaz, influente.	Inteligente, auto-respeito, reconhecimento social.
Poder	Status social e prestígio, controle ou domínio sobre pessoas e recursos.	Podem ser transformações de necessidades individuais de domínio e controle identificadas por análises de motivações sociais. Foco em estímulos sociais, enfatizando a conexão ou manutenção de uma posição dominante dentro do sistema social geral.	Autoridade, saúde, poder social.	Preservar minha imagem pública, reconhecimento social.
Segurança	Segurança, harmonia e estabilidade da sociedade, dos relacionamentos e de si mesmo.	Derivam de requisitos básicos do indivíduo e dos grupos. Têm dois tipos: individual e geral.	Ordem social, segurança da família, segurança nacional, impulso, reciprocidade de favores saudável.	Senso de pertencer.
Conformidade	Restrição de ações, inclinações e impulsos que tendem a desafiar ou prejudicar outros e que violam expectativas ou normas sociais.	Derivam do requisito de que as inclinações dos indivíduos que possuem competência e delicada intenção e funcionamento dos grupos sejam inibidas. Esses valores enfatizam a auto-restricção na intenção cotidiana.	Obediente, auto-disciplinado, polidez, respeito para com os pais e filhos.	Leal, responsável.
Tradição	Respeito, compromisso e aceitação dos costumes e idéias que a cultura ou a religião do indivíduo fornecem.	Subordinação do indivíduo a práticas e objetos abstratos, símbolos, idéias e crenças que são compartilhados e evitam que se acabem.	Respeito à tradição, humilde, devoto, ciente dos meus limites, modesto.	Vida espiritual.
Benevolência	Preservar e fortalecer o bem-estar daqueles com que o contato pessoal do indivíduo é mais frequente.	Derivam dos requisitos básicos para o delicado funcionamento do grupo e da necessidade orgânica de afiliação. Enfatizam a preocupação voluntária com o bem-estar dos outros.	Presentivo, honesto, piedoso, responsável, leal, amável, verdadeiro, amor maduro.	Senso de pertencer, sentido da vida, uma vida espiritual.
Universalismo	Compreensão, agradecimento, tolerância e proteção do bem-estar de todas as pessoas e da natureza.	Derivam das necessidades de sobrevivência dos grupos e dos indivíduos. Essas necessidades são satisfeitas quando os participantes dos grupos entram em contato com outras pessoas fora dos grupos e tornam consciência de algum fator importante para a manutenção da vida. Esse valor combina dois subtipos de preocupação: o bem-estar da sociedade como um todo e do mundo e, com a natureza.	Mente aberta, justiça social, igualdade, um mundo em paz, mundo de beleza, unidade com a natureza, sabedoria, proteger o meio ambiente.	Harmonia interior, uma vida espiritual.

Fonte: Elaborado pela autora (2017) adaptado de Schwartz (2005).

Os 10 tipos motivacionais descritos no quadro acima da teoria dos valores podem ser analisados de forma que todos os valores têm motivações relacionadas umas com as outras. Esse fato demonstra que esses tipos de valores são capazes de ser relacionadas com outras variáveis de estudo de forma conjunta (SCHWARTZ, 2005).

Assim, Tamayo; e Porto (2005, p.17), afirmam que:

“os valores favorecem o aparecimento de comportamentos adaptativos a ambientes variáveis, aumentam a flexibilidade do indivíduo para enfrentar ambientes novos, sem a necessidade de especificar uma resposta comportamental para cada situação.”

Ou seja, os valores implicam diretamente no comportamento do consumidor em diferentes níveis, que serão melhor descritos no item abaixo.

2.3.3 Comportamento do consumidor sob a ótica de valor

Como mencionado no tópico acima, o comportamento do consumidor atua conforme as escolhas de consumo do indivíduo em relação a um produto/serviço. Esse comportamento pode ser analisado através de normas sociais (códigos de conduta implícitos que fornecem um guia de comportamento para uma ação apropriada). Essas normas também permitem influenciar o comportamento, pois estas podem ser ou não seguidas pelos consumidores, que estão relacionadas a julgamentos sociais. A respeito dessa obediência às normas, ocorre quando existe uma incerteza quanto ao que compõem um comportamento considerado correto e também quando há um maior compartilhamento de identidade com um grupo social padrão (HIGGS, 2015).

A Teoria dos Valores de Consumo é o meio mais utilizado para explicar e prever o comportamento do consumidor, pois de acordo com Sheth Newman e Gross, (1991), a escolha do consumidor e seu respectivo comportamento está baseado na função múltipla dos valores de consumo. Para tanto foram identificados cinco tipos de valor de consumo que serão apresentados no Quadro 4.

Quadro 4 – Os cinco tipos de valores que influenciam a escolha do consumidor

Tipo	Definição
1) Valor Funcional	É uma alternativa percebida através de um grupo de atributos funcionais e de desempenho físico do produto, úteis, que oferecem a possibilidade de o consumidor poder escolher o produto.
2) Valor Social	Ocorre quando há uma associação entre normas sócias com grupos sociais específicos. Podendo ser ligado a imagens positivas ou negativas. Desse modo, o valor surge a partir de interações sociais.
3) Valor Emocional	Esse valor é capaz de despertar sentimentos ou estados afetivos. É associado a sentimentos específicos, esses sentimentos também podem adquirir características de precipitação ou perpetuação dependendo do caso.
4) Valor Epistêmico	Apresenta o objetivo de despertar a curiosidade do consumidor, satisfazer um desejo de conhecimento de um produto/serviço, a novidade. O valor epistêmico surge do ponto onde esse conjunto de características passam a influenciar na tomada de decisão dos consumidores.
5) Valor Condicional	Ocorre a partir de uma alternativa que só adquire valor quando ocorre a presença condicional ou de contingências físicas ou sociais antecedentes que elevam seu valor funcional ou social.

Fonte: Adaptado de Sheth, Newman e Gross (1991).

Esses cinco valores de consumo de acordo com Sheth, Newman e Gross (1991), afetam o comportamento de escolha do consumidor, como também preveem o comportamento de consumo, explicando e descrevendo detalhadamente o comportamento. Erdem, Ben Oumlil e Tuncalp (1999) também afirmam que essa teoria é muito útil para explicar o comportamento do consumidor, pois os valores influenciam o indivíduo em relação as suas escolhas e aos diversos tipos de produtos.

Em função dos objetivos desta pesquisa, vale lembrar que o valor emocional quando associado a certos tipos de “alimentos despertam o sentimento de conforto

através da sua associação com experiências de infância...” (SHETH; NEWMAN; GROSS, 1991, p. 161). Esse fato remete a memória involuntária em Proust, na obra intitulada “Em Busca do Tempo Perdido” quando ele narra sobre sua memória gustativa da infância (as *madeleines* mergulhadas em chá preto).

O estudo da memória é realizado em diversas áreas do conhecimento como a literatura, a medicina, a psicologia, as ciências sociais dentre outras (BRITO; GUIMARÃES; REZENDE, 2012; LE GOFF, 1990). Porém, foi apenas a partir de Bergson, filósofo francês, que o tema passou a ser abordado com mais veemência.

2.4 Teoria da Memória

“A memória é a vida, sempre carregada por grupos vivos e, nesse sentido, ela está em permanente evolução, aberta à dialética da lembrança e do esquecimento, inconsciente de suas deformações sucessivas, vulnerável a todos os usos e manipulações, susceptível de longas latências e de repentinas revitalizações... A memória é um fenômeno sempre atual, um elo vivido no eterno presente” (NORRA, 1993, p. 9).

Segundo Le Goff (1990), a definição de memória é de fundamental importância, principalmente após o seu surgimento nas ciências humanas, pois esta é tida “como propriedade de conservar certas informações” (p.423) passadas. Estas informações passadas armazenadas pelo homem, também são chamadas de lembranças. Para Bergson (2006), a memória é formada por dois tipos de lembrança, a lembrança aprendida e a lembrança espontânea.

A primeira remete as lembranças de maior utilidade para o ser humano, aquelas que são adquiridas através da repetição, pelo hábito. Esse tipo de lembrança é o que se denomina de memória por excelência, sendo assim, “a lembrança aprendida sairá do tempo à medida que a lição for melhor sabida; tornar-se-á cada vez mais impessoal, cada vez mais estranha à nossa vida passada” (p.91). O segundo tipo, a lembrança espontânea, “é a que conservará para a memória seu lugar e sua data” (p. 91), a esta o tempo não interfere/modifica e nem abala a imagem armazenada, tornando-a única (BERGSON, 2006). Para Norra (1993), não há memória espontânea, pois é preciso criar marcos teóricos para guardar o momento vivido, visto que esses

momentos não são naturais. Ele alega que a memória nasce e vive de um sentimento e por isso não há memória espontânea.

Bona (2013), alega que a memória é um meio de transmissão de ações e de conhecimento adquirido através das imagens do passado que afirmam o presente. Essas imagens segundo Bergson (2006), são uma releitura e compreensão do mundo, e a compreensão dessa leitura é feita através do corpo.

A memória também assume o papel de persistir no tempo da história de um sujeito, na duração. A duração, de acordo com (BERGSON, 2005), consiste “no progresso contínuo do passado que rói o porvir e que incha ao avançar” (p. 5). Essa duração exige um trabalho maior da memória para armazenar e ao mesmo tempo prorrogar os momentos vividos; ela também caracteriza a consciência do ser humano (Bergson, 2006). Nessa mesma obra, o autor traça um paralelo entre a memória e a consciência. Para ele a consciência está ligada a funções corporais, apresentando por características uma atividade prática que seja ligada a especulação. O principal papel da consciência é o de “presidir a ação e iluminar uma escolha” (p. 165). Ou seja, ela analisa os antecedentes antes de formar uma decisão com base nas lembranças passadas.

“A memória, praticamente inseparável da percepção, intercala o passado no presente, condensa também, numa intuição única, momentos múltiplos da duração, e assim, por sua dupla operação, faz com que de fato percebamos a matéria em nós, enquanto de direito a percebemos nela” (p. 77).

A Teoria da Memória nasce através do narrador, do que há ao seu redor, é ele quem vai recordando as suas lembranças e discorrendo a sua memória. Portanto, a principal incumbência dessa Teoria é “o caminho para se chegar a uma interpretação mais próxima daquilo que se entende por real, pela verdade do sujeito” (MARCHIOLI, 2017, p. 7).

Esse sujeito pode ser interpretado sob a perspectiva da memória individual. Esta representa as lembranças vividas pelo homem através de palavras e ideias que servem de instrumentos de linguagem para a apreensão dos acontecimentos que o circundaram (HALBAWACHS, 1990; MARCHIOLI, 2017). As memórias individuais, muitas vezes são entrelaçadas e tem por base as memórias coletivas, pois “um homem, para evocar seu próprio passado, tem frequentemente necessidade de fazer

apelo às lembranças dos outros. Ele se reporta a pontos de referência que existem fora dele, e que são fixados pela sociedade” (HALBAWACHS, 1990, p. 36).

Desse modo, Pollak (1989), afirma a partir da análise de Halbwachs (1990), que a memória coletiva e conseqüentemente a memória individual é reafirmada com suporte nos pontos de referência que existem na sociedade, como as datas comemorativas, as tradições, as regras de interação, dentre outros. Logo, Pollak também fala sobre as tradições culinárias, que nessa pesquisa será fundamentada através da memória gustativa advinda de uma memória individual.

Por conseguinte, a Teoria da Memória no contexto desse trabalho será abordada como um critério de avaliação nos processos de valorização, através da memória gustativa e da memória involuntária.

2.4.1 Memória gustativa

Os alimentos que persistem no tempo, no campo da memória, são designados de alimentos que constituem uma categoria histórica, pois estes possuem um saber-fazer, uma cultura própria, uma dinâmica social característica do povo que o produz. Nesse sentido, os alimentos são percebidos como esferas além do alimento propriamente dito, pois ele possui significados, valores, aspectos nutricionais e biológicos (SANTOS, 2005). Partindo desse contexto, a memória gustativa será abordada como uma ferramenta de diferenciação de um produto na promoção da valorização do mesmo.

Lévi-Strauss (1985), em seu livro *Antropologia Estrutural*, afirma que a comida é uma linguagem assim como a unidade de formação da língua, que o ser humano tem, como uma unidade mínima de fonema. Então ele cria o termo dizendo que a comida pode ser analisada como uma forma de unidade de gosto, o gustema. Portanto, foi a partir dessa definição que se tem a origem da unidade gustativa e posteriormente a memória gustativa.

Sendo assim a memória gustativa é:

“A memória gustativa é uma das formas de memória que representam, no nível individual, o valor da permanência de vestígios passados. O indivíduo atribui importância àquele elemento pelo o que aquilo representa para ele próprio, não há necessidade de construir um discurso para legitimar sua significância social. O patrimônio que considera elementos da memória

involuntária coletiva tem sua legitimidade suportada na própria dinâmica do tradicional no social” (CORÇÃO, 2007a, p. 109).

Esta autora também considera que a memória gustativa é “associada ao cotidiano dos indivíduos” (p. 4), salientando os hábitos alimentares (CORÇÃO, 2007b). Para Perullo (2013), existem aspectos do alimento que são mais importantes que os hábitos alimentares, para ele é preciso haver uma relação do alimento com a pessoa que o ingere, ocasionando no prazer que é provocado por determinados alimentos. Ele associa esse prazer de comer “à memória, à inteligência, à consciência e à linguagem” (p.52). Essa descrição do prazer de comer só ocorre quando a relação indivíduo-alimento é positiva e gratificante. Evocando assim recordações ou memórias que são associadas a sabores já antes experimentados e que são associados num contexto específico a cada uma o que as tornam características. Assim, ele conclui que o prazer e o saber quase sempre caminham juntos.

A memória gustativa é muitas vezes reafirmada quando um indivíduo se coloca em um meio social onde ele pode expressar suas tradições gustativas e/ou culinárias (SANTOS, 2005). Sendo assim, esse mesmo indivíduo a partir do momento em que ele começa a imprimir suas memórias nos alimentos que ele produz e comercializa-los, ele automaticamente estará promovendo a valorização do mesmo além da valorização da sua memória ou tradição alimentar. Com isso, poderá ocorrer a geração de rendas, tanto para esse produtor como para o comércio local ou até mesmo a indústria (FLANDRIN; MONTANARI, 1998).

Para pactuar com a memória gustativa e já ir introduzindo a memória involuntária, Perullo (2013) em seu ensaio sobre a filosofia e estética do alimento, questiona se é possível medir a duração e a intensidade do prazer, com base no argumento de que o prazer gustativo seja somente um modo passageiro. Em resposta ele constata que:

“A *Madeleine* de Proust é o paradigma do prazer gustativo entendido como memória involuntária, como surpresa, um reflorescer de estados emocionais que se supunham ultrapassados e esquecidos. Pela memória é inclusive possível demonstrar a profundidade potencial do prazer e do gosto dos alimentos e, contudo, não é certo que uma experiência breve, mas intensa, produza um prazer menos significativo “(p.35).

2.4.2 Memória involuntária

A memória involuntária segundo Proust (1913, p. 5), “é a que não depende do nosso esforço consciente de recordar, que está adormecida em nós e que um fato qualquer pode fazer subir à consciência.” Ou seja, é o tipo de memória que quando vem toma conta da pessoa e deixa que o passado se reconstrua no presente, como afirma Bona (2013).

Esse tipo de memória é explicada por ser aquela em que o indivíduo não tem o poder de escolha sobre ela, assim as pessoas não podem colher nela informações específicas ou reativa-las (BONA, 2013). O caso mais famoso e comentado de memória involuntária é a cena do sabor, da identidade e do perfume da *Madeleine* descrita pelo filósofo francês Marcel Proust na série em Busca do Tempo Perdido (BONA, 2013; DELEUZE, 2003; GATTI, 2003; PROUST, 1913).

Essa memória faz com que Proust retorne a sua infância e descreva o intenso sabor juntamente com o momento vivido no passado. As extensas páginas da descrição desse momento são de extrema importância, visto que o autor traça a importância da gastronomia, no caso a gastronomia francesa, atrelado a literatura (BONA, 2013). Outro caso relevante, é o que ocorre no filme de animação infantil *Ratatouille* dirigido por Brad Bird e Jan Pinkava, quando um importante crítico gastronômico come um prato de verduras que o transporta de volta à mesa da casa onde ele passou sua infância (BIRD, 2007).

Descrição de Proust sobre a *madeleine*:

“E de súbito a lembrança me apareceu. Aquele gosto era o do pedacinho de *madeleine* que minha tia Léonie me dava aos domingos pela manhã em Combray (porque nesse dia eu não saía antes da hora da missa), quando ia lhe dar bom-dia no seu quarto, depois de mergulhá-lo em sua infusão de chá ou de tília. A vista do pequeno biscoito não me recordara coisa alguma antes que o tivesse provado; talvez porque, tendo-o visto desde então, sem comer, nas prateleiras das confeitarias, sua imagem havia deixado aqueles dias de Combray para se ligar a outros mais recentes; talvez porque, dessas lembranças abandonadas há tanto fora da memória, nada sobrevivesse, tudo se houvesse desagregado; as formas e também a da pequena conchinha de confeitaria, tão gordamente sensual sob as suas estrias severas e devotas tinham sido abolidas, ou, atormentadas, haviam perdido a força de expansão que lhes teria permitido alcançar a consciência. Mas, quando nada subsiste de um passado antigo, depois da morte dos seres, depois da destruição das coisas, sozinhos, mais frágeis, porém mais vivazes, mais imateriais, mais persistentes, mais fiéis, o aroma e o sabor permanecem ainda por muito tempo, como almas, chamando-se, ouvindo, esperando, sobre as ruínas de

tudo o mais, levando sem se submeterem, sobre suas gotículas quase impalpáveis, o imenso edifício das recordações.

E logo que reconheci o gosto do pedaço da *madeleine* mergulhado no chá que me dava minha tia (embora não soubesse ainda e devesse deixar para bem mais tarde a descoberta de por que essa lembrança me fazia tão feliz), logo a velha casa cinzenta que dava para a rua, onde estava o quarto dela, veio como um cenário de teatro se colar ao pequeno pavilhão, que dava para o jardim, construído pela família nos fundos (o lanço truncado que era o único que recordara até então); e com a casa, a cidade, da manhã à noite e em todos os tempos, a praça para onde me mandavam antes do almoço, as ruas aonde eu ia correr, os caminhos por onde se passeava quando fazia bom tempo. E como nesse jogo em que os japoneses se divertem mergulhando numa bacia de porcelana cheia de água pequeninos pedaços de papel até então indistintos que, mal são mergulhados, se estiram, se contorcem, se colorem, se diferenciam, tornando-se flores, casas, pessoas consistentes e reconhecíveis, assim agora todas as flores do nosso jardim e as do parque do Sr. Swann, e as ninféias do Vivonne, e a boa gente da aldeia e suas pequenas residências, e a igreja, e toda Combray e suas redondezas, tudo isso que toma forma e solidez, saiu, cidade e jardins, de minha xícara de chá” (PROUST, 1913, p. 28, 29).

Para Deleuze (2003), a memória involuntária apresenta uma característica particular, “ela interioriza o contexto, torna o antigo contexto inseparável da sensação presente “ (p.56). Portanto, ela tem o poder de fazer a pessoa sentir como que se estivesse em outra dimensão no tempo, numa dimensão indeterminada cujo o indivíduo não consiga distinguir o espaço e o tempo à medida que a imagem da memória e da tradição são reproduzidas. Nesse momento, Freitas (2015), alega que as informações armazenadas por meio da memória do indivíduo podem ser acessadas espontaneamente e sem estarem poluídas pela memória oficial.

Desse modo, tanto a memória gustativa como a involuntária assumem nessa pesquisa papel fundamental no processo de valorização do cajuzinho-do-cerrado, pois irão atuar como ferramentas metodológicas e também como principais junções do ciclo agronegócio-gastronomia-antropologia.

3. MÉTODO

Neste capítulo é apresentado o método utilizado para fazer a coleta e a análise dos dados, com o propósito de alcançar os objetivos propostos nesta pesquisa. O objetivo proposto nesta pesquisa foi analisar o papel da memória involuntária e da memória gustativa como ferramenta de diferenciação tanto para o agricultor como para o consumidor na promoção de valorização do cajuzinho-do-cerrado.

3.1 Caracterização do estudo

A presente pesquisa é caracterizada como um estudo exploratório (GIL, 2002; MARCONI; LAKATOS, 2002), pois visa fazer levantamento de referencial teórico, entrevistas semiestruturadas auxiliadas de fichas de verificação para agricultor/agroextrativista e um para consumidor, com agricultores/extrativistas e consumidores de cajuzinho-do-cerrado acerca do objetivo da pesquisa.

Com base nos procedimentos técnicos utilizados para delinear o modelo conceitual e operacional desta pesquisa, o delineamento (planejamento da pesquisa, modelo) que melhor se adequa a proposta de pesquisa é o estudo de caso, uma vez que esta procura aprofundar as questões propostas, conforme Gil (2002).

O estudo de caso “consiste no estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento” (GIL, 2002, p. 54). O principal objetivo de um estudo de caso é o de tornar oportuno a visão de um todo de determinado problema ou “identificar possíveis fatores que o influenciam ou são por eles influenciados” (GIL, 2002, p. 55).

Portanto, a pesquisa se enquadra na abordagem qualitativa, visto que ela tem por objetivo entender o porquê das coisas e uma melhor compreensão sobre significados e símbolos de agricultores/agroextrativistas e consumidores de cajuzinho-do-cerrado (GERHARDT; SILVEIRA, 2009). De acordo com Deslandes et al. (1994), a pesquisa qualitativa

“trabalha com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das

relações, dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis” (p. 21-22).

Em relação aos objetivos desta pesquisa, ela é caracterizada como descritiva pois visa descrever, registrar, analisar e interpretar características, fenômenos atuais, variáveis ou outro ponto importante para o estudo (GIL, 2002; MARCONI; LAKATOS, 2002). Gil (2002), também destaca que a característica mais importante desse tipo de pesquisa é o uso de técnicas padronizadas de coleta de dados, como o questionário e a observação sistemática.

3.2 Amostra e Coleta de dados

A amostra deste trabalho compreendeu os agricultores extrativistas de frutos do Cerrado que comercializam seus produtos nas feiras e eventos do Distrito Federal, e os consumidores que adquirem esses produtos. Para tanto, os extrativistas foram identificados por meio de contatos da EMATER – DF, da empresa Central do Cerrado, além de feiras e eventos frequentados pela pesquisadora.

O processo para identificação dos consumidores ocorreu de forma diferente. Os consumidores do fruto foram identificados no ato da compra do fruto ou derivado dele, por indicação dos extrativistas de consumidores fiéis e antigos, e também por indicação de outros entrevistados. As entrevistas foram realizadas em diversos ambientes.

O período da coleta de dados tanto para extrativistas como para os consumidores foi do dia 26/08/2017 ao dia 01/12/2017, resultando em 17 entrevistas com agroextrativistas e 22 com consumidores, conforme quadros abaixo.

Quadro 5 – Amostra de entrevistas com agroextrativistas

Entrevistas Agroextrativistas		
Local da Coleta	Data da Coleta	Quantidade
Feira da Agricultura Familiar – CEASA DF	26/08/2017	4
Congresso de Agroecologia – Brasília, DF	13/09/2017	1
Congresso de Agroecologia – Brasília, DF	14/09/2017	1
Congresso de Agroecologia – Brasília, DF	15/09/2017	1
Feira da Agricultura Familiar – CEASA DF	14/10/2017	1
Feira de Produtos Orgânicos da 715 Sul	21/10/2017	1
Evento Eixão Agro	22/10/2017	1
Assentamento Veredas – Padre Bernardo, GO	05/11/2017	7
Total de Entrevistas 17		

Fonte: Elaborado pela autora (2017).

Quadro 6 – Amostra de Entrevistas com Consumidores

Entrevistas Consumidores		
Local da Coleta	Data da Coleta	Quantidade de Entrevistas
Feira da Agricultura Familiar – CEASA DF	26/08/2017	1
Faculdade de Gastronomia	22/09/2017	1
UnB	04/10/2017	1
Feira da Agricultura Familiar – CEASA DF	07/10/2017	4
Evento Varanda Pátio	07/10/2017	1
Evento Sebrae Nacional – O Sabor da Experiência	10/10/2017	1
Feira da Agricultura Familiar – CEASA DF	14/10/2017	1
Mercadinho Brasília Shopping	14/10/2017	1
Restaurante	23/10/2017	1
Restaurante	30/10/2017	1
UnB	01/11/2017	1
Restaurante	10/11/2017	1
Restaurante	14/11/2017	1
UnB	16/11/2017	1
PET – AGRO UnB	17/11/2017	4
Restaurante - Pirenópolis	01/12/2017	1
Total de Entrevistas		
22		

Fonte: Elaborado pela autora (2017).

Esta coleta de dados se trata de um estudo de casos múltiplos, pois foram conduzidos vários estudos simultaneamente nos dois grupos analisados

(GERHARDT; SILVEIRA, 2009). Para tanto, a coleta de dados compreendeu o levantamento dos entrevistados e posteriormente a utilização das fichas de verificação nas entrevistas semiestruturadas como instrumento de pesquisa.

As fichas de verificação destinadas aos agroextrativistas (Apêndice A) são divididas em quatro temas que tem por finalidade identificar e localizar o agricultor, entender sobre o agroextrativismo praticado por ele, as formas de valorização que ele emprega ao fruto e sobre a percepção que o agricultor tem do cajuzinho-do-cerrado.

As fichas destinadas ao consumidor (Apêndice B), possuem uma abordagem um pouco diferente. Primeiramente, identificação do consumidor e posteriormente as suas percepções sobre o fruto, além da relação que o consumidor possui com ele.

Foi realizado um pré-teste com o intuito de assegurar que as perguntas fossem claras e de fácil entendimento por parte dos entrevistados. O procedimento foi feito, inclusive, para garantir a validade das variáveis analisadas. Com os resultados do pré-teste, as sugestões e conselhos foram acatados para a elaboração de um novo questionário que foi aplicado em feiras, eventos, restaurantes e faculdade de gastronomia.

3.3 Análise dos dados

Em primeiro lugar, os dados levantados foram transcritos/degravados para o Word Microsoft Office®, para facilitar a transferência dos mesmos para o software SPHINX® *Survey Edição Lexical*², que possibilitou a análise de conteúdo.

O sistema *Sphinx*® foi criado na França e é comercializado desde o ano de 1989 na Europa. A sua comercialização no Brasil só começou em 1995. Esse sistema é destinado para pesquisas e análises de dados, além de outros usos (FREITAS et al., 2008).

Como essa pesquisa buscou investigar com profundidade as unidades de sentido da memória involuntária e da memória gustativa de consumidores e extrativistas através da análise da fala desses atores, optou-se pela utilização desse sistema para auxiliar na análise dos dados/análise de conteúdo das falas.

² Licença adquirida em 23/11/2017, versão 5.1.0.8

3.3.1 Análise de Conteúdo

A técnica de pesquisa de análise de conteúdo (AC) é datada da época da inquisição, final dos anos 1600, da igreja católica, quando esta tinha preocupação com a propagação de materiais impressos de natureza não religiosa que pudessem ameaçar sua autoridade (KRIPPENDORFF, 2004). Séculos mais tarde, no início do século XX esse método foi identificado novamente nos Estados Unidos através da comunicação em massa (jornais impressos) (KRIPPENDORFF, 2004), no qual se empregava a análise quantitativa de conteúdo, que era a “contagem da frequência da aparição de características nos conteúdo das mensagens veiculadas” (DESLANDES et al., 1994, p. 74).

De acordo com Bardin (1977, p. 19), “a análise de conteúdo é uma técnica de investigação que tem por finalidade a descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto da comunicação.” Esse método é caracterizado por um conjunto de ferramentas metodológicas que são aplicadas a discursos bastante divergentes entre si. Por ser uma técnica e uma ferramenta científica, a AC fornece ao pesquisador novos conhecimentos, aprofunda a compreensão de um fenômeno particular, dispõe de abordagem própria para analisar os dados oriundos da forma como o objetivo da análise e o conteúdo foram concebidos. Essa técnica também faz inferências replicáveis do conteúdo analisado nos contextos de uso (KRIPPENDORFF, 2004).

Como esse método de pesquisa possui diferentes fontes de dados, pode-se utilizar diversos modelos para analisar, explorar e processar os dados (FREITAS; JANISSEK, 2000; MOSCAROLA; JENKINS, 1998), apresentados no quadro a seguir.

Quadro 7 – Tipos de análise de conteúdo

Tipos	Função	Autores
	<ul style="list-style-type: none"> • Verificação de hipóteses: objetivo preciso, e os resultados podem ser quantificados. 	

Verificação x Exploração	<ul style="list-style-type: none"> • Exploração ou definição de hipóteses: análise menos rigorosa e sistemática. Adota técnicas e regras que não podem ser padronizadas. É baseada nas experiências e intuições. 	Deslandes et al. (1994); Freitas e Janissek (2000); Moscarola e Jenkins (1998).
Análise Quantitativa x Análise Qualitativa	<ul style="list-style-type: none"> • Análise quantitativa: acumular frequências de temas, palavras ou símbolos. • Análise qualitativa: presença ou ausência de determinada característica. • Análise quali-quantitativa: impressões x sistematização; hipóteses ao invés de verificações e flexibilidade opondo a rigidez. <p>Adoção de categorias representativas, ou reagrupar</p>	Moscarola e Jenkins (1998)

	deliberadamente os dados em um pequeno número de categorias, sacrificando informações.	
Análise Direta x Análise Indireta	A mais utilizada é a análise quantitativa direta a qual conta as respostas exatamente como elas aparecem. A análise quantitativa indireta pode ir além do resultado, buscando inferências.	Moscarola e Jenkins (1998)
Descoberta implícita dos conteúdos	Vai além do que está escrito, comunicado. Complementa o primeiro tipo. Pode ser utilizado tanto para princípios quantitativos como qualitativos.	Deslandes et al. (1994).

Fonte: Elaborado pela autora.

Com base no quadro 7 acima, a AC aplicada nesta pesquisa foi a descoberta implícita dos conteúdos juntamente com o modelo de Bardin (1977).

3.3.1.1 A categorização na análise de conteúdo

Antes da categorização propriamente dita, é importante determinar as unidades de registro que segundo Deslandes et al. (1994, p. 75), são “elementos obtidos através da decomposição do conjunto da mensagem .” As frases e as orações também fazem parte dessas unidades. Outra unidade relevante para a análise de conteúdo, são as unidades de contexto que atuam, como o próprio nome já diz, em contextos maiores.

A operação mais relevante e utilizada pela AC é categorização que, de acordo com Bardin (1977, p. 117), ‘é uma operação de classificação de elementos

constitutivos de um conjunto, por diferenciação e, seguidamente, por reagrupamento segundo o gênero (analogia), com os critérios previamente definidos”. Gil (2002, p. 134) também corrobora com esse conceito ao afirmar que “a categorização consiste na organização dos dados de forma que o pesquisador consiga tomar decisões e tirar conclusões a partir deles.” Gil (2002), também alega que as categorias podem ser delimitadas tanto *a priori* quanto *a posteriori* da pesquisa de campo, da fase de exploração da pesquisa ou da coleta de dados (DESLANDES et al., 1994).

As categorias podem ser obtidas através das várias leituras do referencial teórico ou da análise dos dados colhidos pelo pesquisador. Elas também são empregadas para se determinar classificações, ou seja, agrupar informações, ideias, elementos em torno de um conceito que abrange tudo isso (DESLANDES et al., 1994; GIL, 2002).

Segundo Freitas e Janissek (2000), a definição das categorias é a principal parte da análise de conteúdo, pois elas conectam os objetivos da pesquisa com os resultados. Dessa forma, a seriedade da análise depende da autenticidade das categorias de análise.

Portanto, de acordo com Bardin (1977), as categorias devem ser exclusivas (um mesmo elemento não pode pertencer a mais de uma categoria), exaustivas (percorrem todo o conteúdo do texto) (FREITAS; JANISSEK, 2000), homogêneas (os elementos precisam permanecer no mesmo nível de análise), pertinentes (possuem relação com os objetivos de pesquisa e com o conteúdo tratado), objetivas e fiéis (os elementos precisam ser claros de modo a permitir que esses, mesmo quando submetidos a diversas análises por diferentes pesquisadores, estes possam analisar os dados da mesma forma) e produtivas (quando oferecem resultados ricos).

A seguir serão apresentadas as etapas da análise de conteúdo que foram seguidas nessa pesquisa.

3.3.1.2 Etapas da análise de conteúdo

Toda pesquisa que utiliza a análise de conteúdo deve seguir de forma clara as fases do método, de modo que comecem pela definição do universo pesquisado, previamente definido e delimitado pelo pesquisador (FREITAS; JANISSEK, 2000).

A análise de conteúdo possui três fases principais:

- **Pré – análise** – corresponde a fase de organização do material coletado, objetivando fazer com que as ideias iniciais se tornem operacionais e sistemáticas, de modo que possa ser construído um esquema de desenvolvimento das operações. Esta fase é composta de três missões: a escolha dos documentos que serão analisados, a formulação das hipóteses e dos objetivos e a criação de indicadores que arrematam a interpretação final.
- **Exploração do material** – nada mais é do que a seleção e classificação dos dados de acordo com regras previamente definidas. Aplicação do que foi definido na fase anterior. É a fase mais longa, pois requer várias leituras do material.
- **Tratamento dos resultados obtidos e interpretação** – os resultados brutos podem ser dispostos de diferentes formas, como quadros, gráficos, figuras e outros que auxiliam o refinamento da análise por meio de tratamentos estatísticos simples ou mais complexos, além de dar vida aos resultados e seus significados. Os testes de validação também são submetidos a esses tratamentos (Adaptado de Bardin (1977)).

A seguir são descritas as fases da AC realizadas nessa pesquisa, de acordo com o modelo acima descrito.

3.3.1.1 Pré-análise

Durante a primeira fase da AC, foi identificado o tema de pesquisa. Foi feita uma leitura flutuante em matérias disponíveis em bases de pesquisa acadêmica, com a finalidade de encontrar gargalos e lacunas sobre o tema. Nessa leitura preliminar, foram verificadas pouquíssimas ou quase inexistentes pesquisas acadêmicas ou de outra origem sobre a valorização do cajuzinho-do-cerrado através da memória involuntária e da memória gustativa. Este fato despertou o interesse da pesquisadora para o assunto ao evidenciar a carência não só de conhecimento científico como também a necessidade de dar visibilidade do fruto.

Após, foi realizada uma revisão longitudinal da literatura a fim de construir o corpo do referencial teórico do trabalho, definir os objetivos a serem alcançados e

identificar o objeto de pesquisa. O referencial teórico deste trabalho é composto por assuntos que circundam o objeto de pesquisa escolhido, o cajuzinho-do-cerrado.

Os documentos analisados foram:

- Artigos nacionais e internacionais publicados em *journals*;
- Revistas;
- Livros;
- Documentos oficiais do governo brasileiro;
- Relatórios;
- Manuais;
- Teses e dissertações.

Para a constituição do *corpus* (conjunto de documentos submetidos a análise), foram utilizadas as regras (BARDIN, 1977) que melhor se adequassem ao escopo da pesquisa. Foram elas:

- A exaustividade;
- A exclusividade;
- A homogeneidade;
- A objetividade e
- A pertinência.

Os assuntos foram elencados a partir do universo macro para o micro, ou seja, partiu-se do universo da agricultura familiar no Brasil até chegar ao estudo da Teoria da Memória, temas que, em princípio, não estão relacionados. O conteúdo do referencial teórico contribuiu para a formação das fichas de verificação utilizadas nas entrevistas semiestruturadas tanto para os extrativistas (**Apêndice A**), como para as entrevistas semiestruturadas com os consumidores do fruto (**Apêndice B**).

Com o auxílio das hipóteses surgidas ao longo da formação do referencial teórico foram formulados indicadores para as fichas com o intuito de guiar as entrevistas semiestruturadas. São eles: (i) O cajuzinho-do-cerrado não é valorizado; (ii) A produção do fruto é desvalorizada/Não existe produção do fruto; (iii) A prática do agroextrativismo predatório; (iv) A Teoria da Memória pode auxiliar na promoção de valorização do fruto e do extrativista.

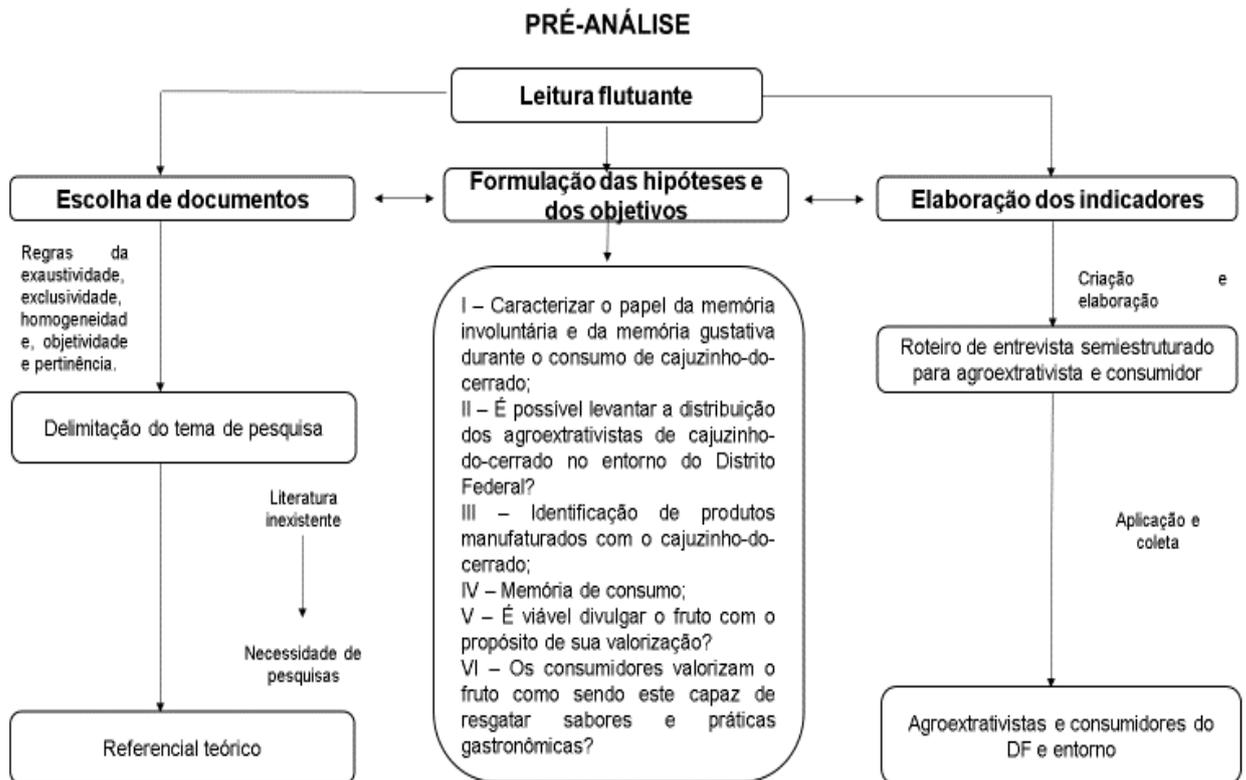
Após elaboradas as fichas para as entrevistas os agroextrativistas foram localizados por meio de indicação em feiras locais, congressos, em eventos da área da gastronomia/agroecologia. Do mesmo modo, foram identificados os consumidores

do fruto. As entrevistas foram guiadas pela ficha, foram gravadas e posteriormente degravadas.

Os contatos iniciais com os entrevistados foram realizados por meio de e-mail (sem resultados), seguidos de ligações telefônicas e também por contato direto em feiras ou na própria propriedade do entrevistado.

Posteriormente, e antes da exploração do material coletado, foi feita a degravação na íntegra das entrevistas para o *Word Microsoft Office*®, conforme explicado no item 3.3 acima. A figura 3 exemplifica a descrição da primeira fase da análise de conteúdo.

Figura 3 – Síntese da fase de pré-análise



Fonte: Adaptado do modelo de Bardin, (1977) pela autora (2018).

3.3.1.2 Exploração do material

A segunda etapa da AC, referente à exploração do material, consistiu na exploração das entrevistas semiestruturadas dos dois grupos pesquisados. Assim, as

unidades de registro e as unidades de contexto acima explicadas foram determinadas para cada grupo com base no conteúdo das entrevistas selecionadas e analisadas. Posteriormente, foram elaboradas as categorias, classificadas como *posteriori*, pois foram determinadas após a pesquisa de campo.

As unidades de registro definidas para o grupo de agroextrativistas foram o conjunto das falas dos atores entrevistados que compõem os quatro temas das fichas de verificação. A unidade de contexto é a percepção do agroextrativista em relação ao fruto cajuzinho-do-cerrado na conjuntura da memória individual e da memória gustativa.

As categorias semânticas para o grupo dos agroextrativistas são organizadas de acordo com as variáveis analisadas no *software* SPHINX® Survey Edição Lexical, conforme os Quadros 8 e 9 abaixo.

Quadro 8 – Variáveis e categorias agroextrativistas

Quadro de variáveis e categorias agroextrativistas			
Tipos de variáveis	Variação	Categorias	Subcategorias
Variáveis de controle	Gênero	Feminino	
		Masculino	
	Faixa etária	18 - 24 anos	
		25 - 30 anos	
		31 - 40 anos	
		41 - 50 anos	
		51 - 60 anos	
		61 - 70 anos	
		70 ++	
	Raça	Branca	
		Indígena	
		Negra	
		Parda	
	Escolaridade	Nenhuma	
		Baixa	
		Média	
		Alta	
	Estado civil	Solteiro (a)	
		Casado (a)	
		Divorciado (a)	
Viúvo (a)			
Origem	Estado	Residência atual	
	Município		

	Renda familiar	Baixa	
		Média	
		Alta	
	Situação propriedade	Alugada	
		Arrendada	
		Assentamento	
		Financiada	
		Posse	
		Própria	

Fonte: A autora (2018).

Quadro 9 – Categorias agroextrativistas

Categorias agroextrativistas	
Variáveis	Categorias
Dificuldades da coleta	Condições ambientais
Diferenciamento do fruto/formas de processamento	Com cocção
	Sem cocção
Diferenças no produto	Valores motivacionais
Lembrança ao comer o fruto	Infância
	Cerrado
	Família
Principal forma de consumir o fruto	<i>In natura</i>
	Processado

Fonte: A autora (2018).

Para o grupo dos consumidores, as unidades de registro também são as falas dos consumidores nas entrevistas sobre o fruto cajuzinho-do-cerrado e como estes atores o percebem e relacionam ao seu cotidiano. A unidade de contexto é a percepção do consumidor em relação a esse fruto e as memórias estudadas/abordadas nesse trabalho.

As categorias para os consumidores também são classificadas como semânticas e foram organizadas em variáveis para uma melhor compreensão da análise. Seguem nos quadros 10 e 11 abaixo as categorias para os consumidores.

Quadro 10 – Variáveis de controle consumidores

Quadro de variáveis de controle consumidores			
Tipos de variáveis	Variação	Categorias	Subcategorias
Variáveis de controle	Gênero	Feminino	
		Masculino	
	Faixa etária	18 - 24 anos	
		25 - 30 anos	
		31 - 40 anos	
		41 - 50 anos	
		51 - 60 anos	
		61 - 70 anos	
		70 ++	
	Raça	Branca	
		Indígena	
		Negra	
		Parda	
	Escolaridade	Não alfabetizado	
		Fundamental 1ª a 4ª	
		Fundamental 5ª a 8ª	
		Ensino Médio	
		Ensino Superior	
		Pós-Graduação	
	Estado civil	Solteiro (a)	
		Casado (a)	
		Divorciado (a)	
		Viúvo (a)	
Origem	Estado	Residência Atual	
	Município		
Renda familiar	Alta		
	Média		
	Baixa		

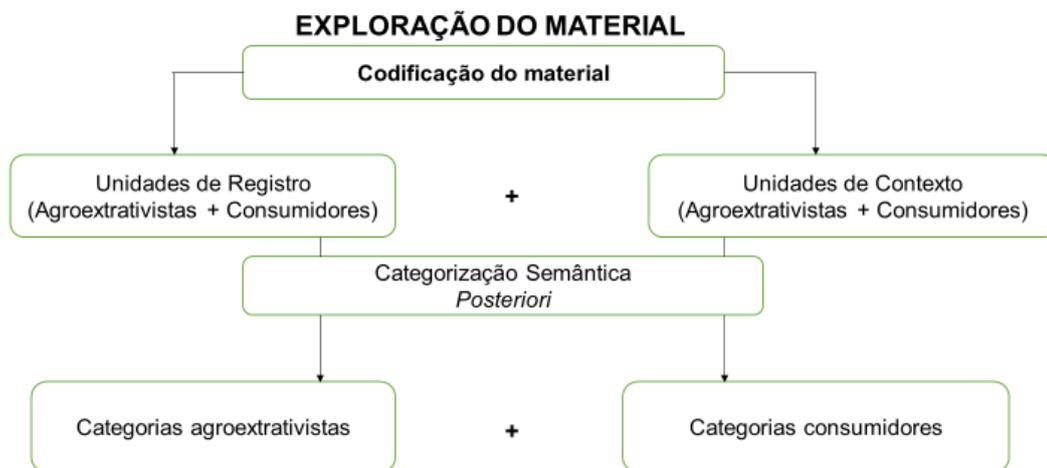
Fonte: A autora (2018).

Quadro 11 – Variáveis e categorias consumidores

Categorias consumidores	
Variáveis	Categorias
Características do fruto	Características organolépticas
Formas de apresentação do fruto	<i>In natura</i>
	Processado
Memória ao consumir o fruto	Infância
	Família
	Cerrado

Fonte: A autora (2018).

A figura 4 abaixo exemplifica o processo adotado nessa segunda fase AC com resumo das operações descritas por Bardin (1977).

Figura 4 – Resumo da fase de exploração do material

Fonte: Elaborado pela autora (2018).

3.3.1.3 Tratamento dos resultados obtidos e interpretação

A última fase da AC consistiu no tratamento dos resultados obtidos com as entrevistas de forma válida e significativa. Em um primeiro momento o conteúdo das entrevistas foram degravados para o *Word Microsoft Office*® e posteriormente foram transferidos para o *software SPHINX*® *Survey Edição Lexical* para operações estatísticas simples nos dados das variáveis de controle, demonstrados através de gráficos na seção seguinte. Para as variáveis restantes, utilizou-se o método da AC para a interpretação e inferências dos dados, com o intuito de se alcançar os objetivos propostos na pesquisa, conforme demonstrado na figura 5 abaixo.

Figura 5 – Síntese da etapa de tratamentos dos resultados e interpretações



Fonte: Adaptado do modelo de Bardin (1977) pela autora (2018).

Os testes de validação também foram submetidos aos testes estatísticos e a AC a fim de conferir fidelidade a análise. Para garantir o sigilo dos entrevistados, os nomes foram descartados da análise dos resultados descrita na seção a seguir. Essa mesma também apresenta a discussão dos dados coletados durante a pesquisa de campo.

4. RESULTADOS DAS ANÁLISES E DISCUSSÕES

Nesta seção os resultados e discussões dos dados são descritos em dois módulos. O primeiro discorre sobre os agroextrativistas e o segundo traz a abordagem dos consumidores. Aqui também são apresentados e discutidos os dados obtidos com a AC para os múltiplos casos do estudo.

4.1 Agroextrativistas

4.1.1 *Análise da caracterização do agroextrativista*

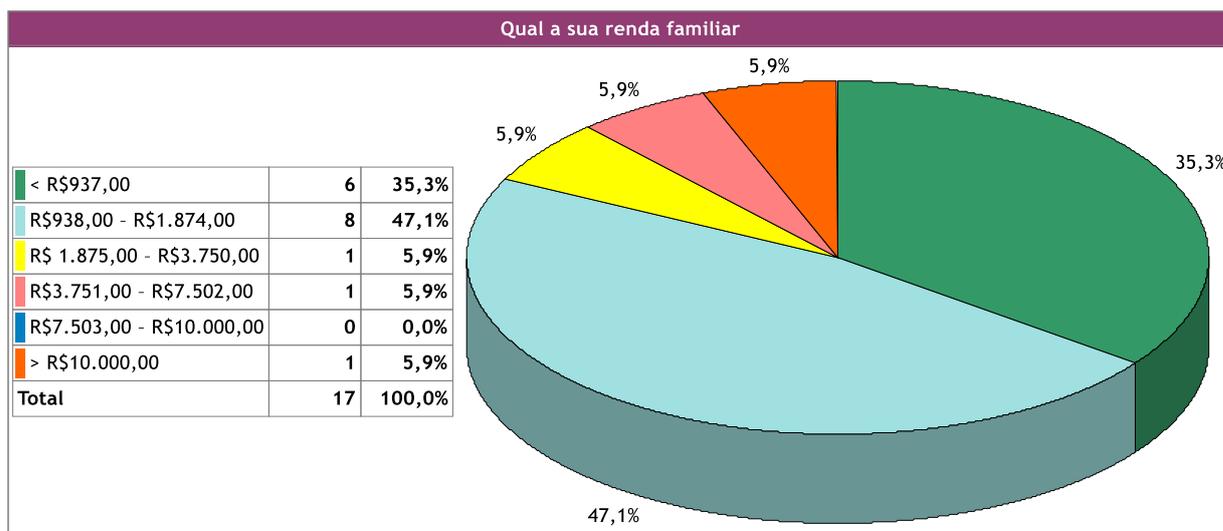
A primeira parte da análise dos dados apresenta a caracterização do agricultor participante da pesquisa, e visa responder ao terceiro objetivo específico da pesquisa - fazer o levantamento da distribuição dos agroextrativistas do cajuzinho-do-cerrado na região do entorno do Distrito Federal.

Os agroextrativistas participantes da pesquisa correspondem aos pré-requisitos da Lei nº 11.326 de 24 de julho de 2006 que determinou as diretrizes para a agricultura familiar no Brasil conforme descrito no tópico 2.1 desta pesquisa. Assim, todos eles possuem até 4 módulos fiscais, utilizam mão-de-obra familiar para as atividades econômicas do estabelecimento, a renda familiar é composta por atividades praticadas na propriedade, com exceção de um entrevistado que, além da atividade em sua propriedade, também administra o estabelecimento agropecuário de um parente; e o comando da propriedade ou do negócio é somente familiar.

O gráfico 1 abaixo mostra a renda familiar dos agroextrativistas entrevistados. Devido a questionamentos mais profundos para descobrir qual a composição da renda familiar, foi verificado que a composição da renda familiar se deve unicamente à prática agrícola mais o agroextrativismo, visto que a maior parte dos interrogados possuem renda

familiar entre um e dois salários mínimos³. Os entrevistados afirmaram não receber auxílio do governo, sendo que somente um ou outro caso recebem bolsa- família e/ou aposentadoria. Os participantes também não exercem outra atividade fora da propriedade rural com carteira assinada.

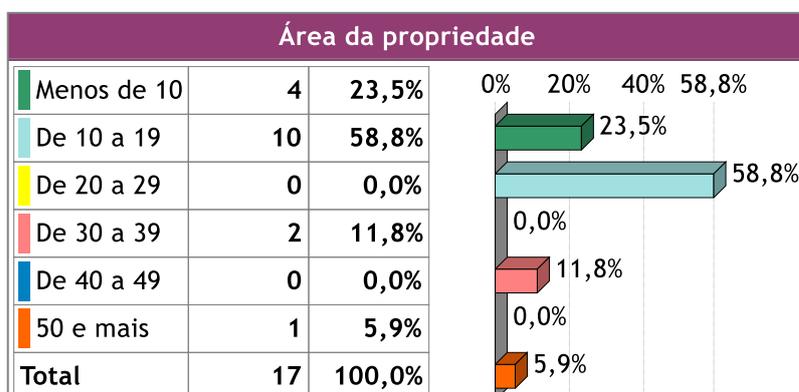
Gráfico 1 – Renda familiar dos agroextrativistas



Fonte: Elaborado pela autora (2018).

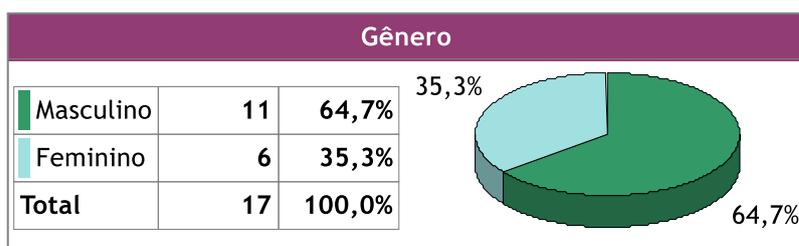
O gráfico 2 mostra que a área da propriedade está de acordo com a Lei que define a agricultura familiar no país. Essa área é medida em hectares e os módulos fiscais para cada município identificado na pesquisa variam, porém não ultrapassam os 4 módulos fiscais determinados pela legislação.

³ O salário mínimo vigente em 2018 é R\$954,00 de acordo com (DIÁRIO OFICIAL DA UNIÃO, 2017).

Gráfico 2 – Área da propriedade em hectares

Fonte: Elaborado pela autora (2018).

Apesar do Censo Agropecuário 2006 identificar que o percentual de mulheres que administram os estabelecimentos agropecuários nesse segmento de agricultura ser maior que na não familiar, a pesquisa apontou que, na maior parte dos participantes, a propriedade rural é gerenciada pelo homem (Gráfico 3), representando mais da metade dos entrevistados.

Gráfico 3 – Percentual de mulheres que administram o estabelecimento agropecuário

Fonte: Elaborado pela autora (2018).

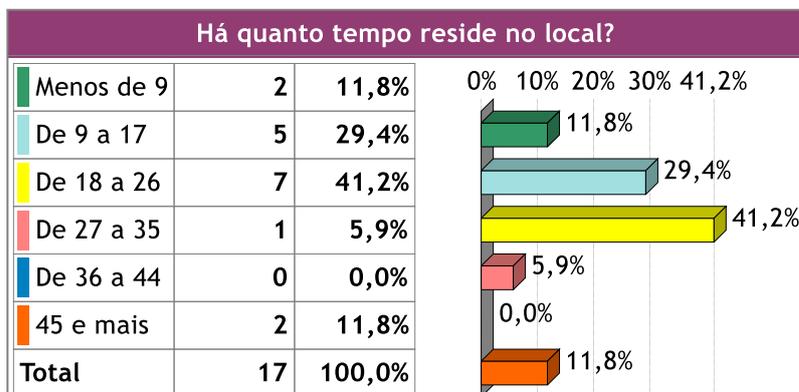
Outro dado relevante apontado pelos entrevistados são os problemas logísticos para o escoamento da produção. Nenhum deles recebe algum tipo de assistência técnica, fato que corrobora com a afirmativa de Castro (2014). A falta de infraestrutura dos estabelecimentos visitados é visível e impacta diretamente na prática da agricultura, afetando a sobrevivência da família no meio rural. Esses problemas estruturais têm consequência direta na comercialização dos produtos.

Foi observado durante as visitas que as estradas de acesso às propriedades são precárias, a maior parte é de chão; o transporte dos produtos e dos agricultores é feito em péssimas condições (caso do grupo do assentamento que comercializa na Feira da Agricultura Familiar no CEASA – DF). Muitos agricultores reclamaram que nunca receberam qualquer tipo de assistência técnica, mesmo depois de requisitarem aos órgãos responsáveis. Além disso, é importante mencionar que o local para a comercialização da produção na feira do CEASA – DF não é o melhor. O sol bate diretamente nas bancas expositoras logo no início da manhã se estendendo até o final da feira, fato que “espanta” os consumidores e deteriora os produtos.

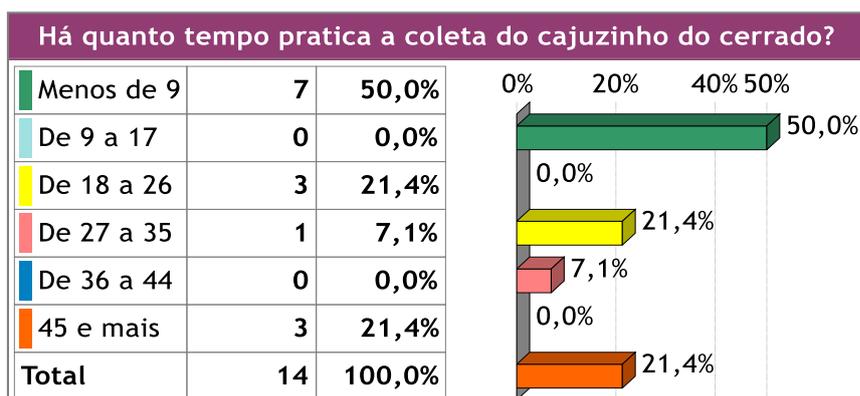
Todas as famílias que participaram da pesquisa combinam práticas agrícolas dentro e fora da propriedade, comprovando a prática da pluriatividade para-agrícola descrita no quadro 1. O agroextrativismo, como atividade pluriativa, mostrou ser a segunda atividade mais praticada pelos agricultores (HIRONAKA, 2000), pois há a riqueza dos frutos do Cerrado e a sua sazonalidade. Sempre tem um fruto da região para ser coletado e comercializado *in natura* ou processado.

O agroextrativismo, no contexto dos entrevistados, atua como uma alternativa de subsistência no acréscimo de renda. Os agricultores alegaram que a prática agroextrativista sozinha não é suficiente para a sobrevivência da família. No caso da pesquisa, essa pergunta foi relacionada ao fruto cajuzinho-do-cerrado. Quando questionados quanto à soma da coleta de outros frutos do Cerrado, a resposta foi que ajuda. Porém, todos eles praticam alguma outra atividade agrícola primária e no tempo livre o agroextrativismo.

A maior parte dos agricultores reside na propriedade relativamente há pouco tempo, sendo esta a época em que conheceram e iniciaram a coleta do cajuzinho-do-cerrado. Os dados do gráfico (Gráfico 4 e 5) abaixo são apresentados em anos.

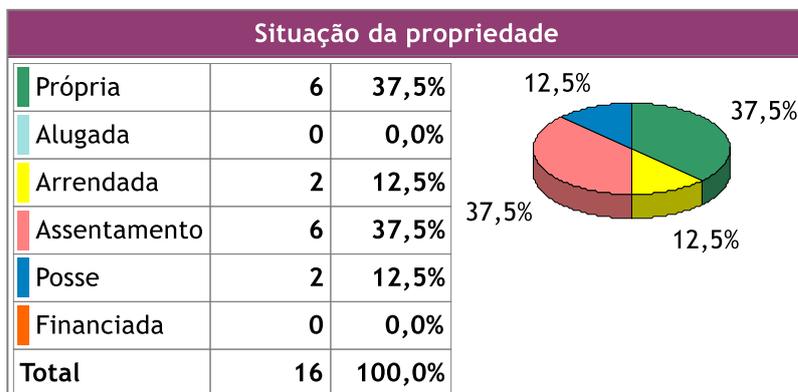
Gráfico 4 – Tempo de residência na propriedade agrícola

Fonte: Elaborado pela autora (2018).

Gráfico 5 – Tempo de coleta do cajuzinho-do-cerrado

Fonte: Elaborado pela autora (2018).

Os entrevistados do assentamento também alegaram que o INCRA doou a terra, não receberam assistência e que até hoje ninguém ainda possui a titularidade da terra. Esse problema inviabiliza que eles consigam qualquer tipo de crédito rural e afins para auxiliar na atividade agrícola. O gráfico (Gráfico 6) abaixo exibe a situação das propriedades dos interrogados.

Gráfico 6 – Situação da propriedade

Fonte: Elaborado pela autora (2018).

Foi identificado também um ponto muito importante para as discussões nas categorias dos módulos, que mostra que o cajuzinho-do-cerrado fruto desta pesquisa, não é o principal fruto do Cerrado coletado pelos agroextrativistas. Essa questão ficará mais clara com as categorias abaixo.

A distribuição geográfica dos agroextrativistas é concentrada no município de Padre Bernardo – Goiás, conforme tabela abaixo. A célula que indica duas cidades diferentes é referente ao agricultor que reside em duas cidades e pratica o agroextrativismo do fruto também nas duas localidades.

Essa concentração em um município ocorreu totalmente ao acaso, visto que os agricultores eram encontrados para a entrevista em seus locais de trabalho e poucos foram encontrados em suas propriedades. Em Padre Bernardo também se localiza o assentamento que muitos agricultores indicaram como residência atual, além de um vilarejo pertencente a esse mesmo município, denominado de Taboquinha do Goiás.

Tabela 3 – Distribuição geográfica dos agroextrativistas de cajuzinho-do-cerrado

Distribuição geográfica dos agroextrativistas de cajuzinho-do-cerrado		
Município e UF	Nº	%
Brasília DF + Unaí GO	1	5,88
Brazlândia DF	1	5,88
Cristalina GO	1	5,88
Padre Bernardo GO	14	82,35
Total	17	100,00

Fonte: Elaborado pela autora (2018).

4.1.2 Categoria 1: Dificuldades da coleta – condições ambientais

Essa categoria traz informações acerca da coleta do fruto e as dificuldades que os agroextrativistas enfrentam no período de sua colheita, que normalmente os consumidores desconhecem.

A principal dificuldade da coleta apontada pelos agricultores refere-se à questão das queimadas no Cerrado. Segundo eles, existem pessoas que colocam fogo propositalmente, o que acarreta a perda do fruto (ainda não há registro de produção de cajuzinho-do-cerrado).

“A distância, os morros, as pedras, tudo. E tem as dificuldades de concorrer com o fogo desleal. Meus “botador” de fogo não para, né.”

O período para a coleta do fruto maduro compreende os meses de setembro e outubro (BRASIL, 2015; SILVA et. al., 1992). Porém, como no ano passado não teve a chuva para a floração do cajuzinho-do-cerrado em agosto e os agricultores tiveram que enfrentar incêndios criminosos, a colheita foi fortemente prejudicada. Os entrevistados também disseram que, se em um ano dá pouco fruto, no ano seguinte a tendência é dar mais.

Outra dificuldade também levantada é a questão das condições adversas que o Cerrado representa para o agroextrativista. Muitos morros, terreno acidentado, distâncias consideráveis (as áreas para a coleta são muito grandes). Além disso, devido à exposição ao sol durante muito tempo, o agricultor precisa se proteger e levar

utensílios para poder se manter por mais tempo no mato, como evidenciado na fala de um ator abaixo:

“... primeiro porque a área é muito grande. O sol dessa época do ano lá, na época da safra do cajuzinho é um sol muito ardente, então temos que estar bem protegidos, com filtro solar, tem que carregar uma matula para o mato, água, um lanche, chapéu, bota. Tudo isso dificulta porque o calor é demais.”

Alguns agroextrativistas apontaram a questão das cobras, pois estas também se alimentam do fruto e ficam embaixo da árvore enroladas no tronco, mescladas na folhagem, fato que dificulta a percepção da presença delas no ambiente de coleta e representa perigo para os coletadores.

“As dificuldades do cajuzinho são muito perigosas, a gente tem que tomar bastante cuidado por causa da cobra, porque tem muita cobra embaixo do pezinho, a cobra também come cajuzinho, ainda mais com um calor desse, cascavel, a gente tem que ser bastante protegido, calçado com botas e camisas de mangas longas por causa do sol, a temperatura é muito alta. Em Goiás é muito quente. Essas são as dificuldades que o cajuzinho expõe.”

“A prevenção, a prevenção por causa dos bichos, cobras, você anda no meio do mato. Elas se enrolam e você vai apanhar, arrisca a ser picado. Elas estão no ambiente delas.”

4.1.3 Categoria 2: Diferenciamento do fruto/formas de processamento – com cocção e sem cocção

Essa categoria tem por objetivo especificar as formas de diferenciação que os agroextrativistas empregam ao fruto como forma de valorização, não só do produto como também do próprio agroextrativista. Também aborda questões da memória do produtor com relação ao modo de fazer/método com o qual ele diferencia o produto. Esta categoria responde ao segundo objetivo específico da pesquisa.

Como já descrito no referencial teórico, o cajuzinho-do-cerrado apresenta potencial extrativo e comercial (BRASIL, 2015). Esse fruto é consumido pela

população local e pelos consumidores *in natura* ou processado (CARVALHO et. al., 2012; SILVA; SILVA; OLIVEIRA, 2004).

Foi observado que a maior parte dos produtores não emprega nenhum tipo de beneficiamento do fruto, ou seja, não ocorre a agregação de valor por parte do produtor. Dez dos entrevistados dizem que preferem o fruto *in natura* ou somente o colhem e levam para comercializar. Outros quatro que responderam a essa questão sinalizaram positivamente, além de mencionar a forma como fazem, se o fruto passa por cocção no caso dos doces, compotas, geleias; ou se não sofre cocção.

“...alguns são produzidos pela infusão como o licor, outros são produzidos cozidos, que são os doces e geleias, e outros são só processados no liquidificador que são os sucos. Então existe diferença, alguns são crus, outros cozidos, outra infusão, fermentação.”

Vários são os produtos produzidos com o cajuzinho-do-cerrado, mas poucos são os agricultores que o fazem ou que tenham condições de fazer.

“Lá nós produzimos o suco, o doce, os licores, a geleia. Agora tem os produtos novos que é a kombucha que é uma bebida probiótica, que também usa bastante o cajuzinho, e polpa para fornecer para algum cliente.”

Com relação a diferenciação e como descrito no referencial teórico no item 2.3.1, a estratégia de diferenciação tem por característica tornar único o produto/serviço, gerando a competitividade e conseqüentemente cria laços entre produtor e consumidor (PORTER, 2008).

Porém, foi verificado que no universo pesquisado não ocorre esse processo de diferenciação do produto, situação que afeta toda a cadeia do cajuzinho-do-cerrado. Os agroextrativistas, em sua maior parte, não demonstraram interesse em aplicar processos de diferenciação no produto para valorizar não só o produto como também a ele mesmo e o seu saber fazer, a sua região e outros fatores descritos por Zuin e Zuin (2008) no decorrer do referencial teórico.

Assim, a maior parte desses produtos derivados do fruto não possuem a característica de permanecerem/persistirem no tempo, conservando as

características organolépticas da memória de um povo. Inclusive, esses agricultores, em sua maioria, só tomaram conhecimento da existência do fruto quando adultos. Então, eles também não possuem lembrança de consumo ou convivência consolidada com o fruto.

No item 2.4, são aprofundadas as questões sobre memória e como esta pode ser útil nos processos de valorização de produtos que possuem história. Os poucos produtores que afirmaram fazer algum tipo de estratégia de diferenciação, o fazem porque aprenderam no ambiente familiar, possuem lembranças disso e continuam fazendo, contribuindo assim para a persistência no tempo do sabor da infância (memória gustativa). Essa lembrança praticada pelos agricultores, Bergson (2006) denomina de lembrança aprendida.

Esses agricultores também comercializam os produtos em feiras e eventos locais, propiciando a valorização conjunta (fruto/produto + agricultor). Isso também contribui para valorizar a região de origem de ambos (local da produção), individualização do produto, laços de fidelização entre produtor e consumidor, dentre outros aspectos listados no referencial teórico.

A seguir são exibidas algumas fotos de produtos encontrados ao longo da pesquisa. No canto superior esquerdo se encontra picolé de Cajuzinho-do-cerrado; no canto superior direito, cachaça do fruto encontrada durante a coleta de dados no município de Pirenópolis – GO; da esquerda para a direita no sentido horário e abaixo da cachaça está outra cachaça comprada diretamente de um dos agroextrativistas entrevistados durante a visita em sua propriedade em Taboquinha - GO; abaixo e também seguindo o sentido horário vê-se um doce de cajuzinho em calda elaborado por uma agroextrativista durante a visita de campo em sua propriedade; e por último, encerrando o ciclo horário, o *chutney* de cajuzinho encontrado em uma feira de produtos da agricultura familiar durante o Congresso de Agroecologia, ocorrido em Brasília no mês de setembro de 2017.

Figura 6 – Fotos de produtos elaborados com o cajuzinho-do-cerrado



Fonte: Fotografado pela autora (2017).

Na categoria a seguir será abordada a questão das diferenças no produto imprimidas pelos próprios agroextrativistas. Vale lembrar que há o encadeamento das categorias em todo o processo.

4.1.4 Categoria 3: Diferenças no produto – valores motivacionais

Esta categoria é consequência da categoria acima e visa aprofundar os aspectos da valorização do produto, de como o agroextrativista o faz, do como ele faz

para competir com o seu vizinho tornando o seu produto único. Esta categoria pode ser entendida como uma continuação da segunda categoria, sendo que esta envolve aspectos pessoais dos produtores, os valores que os motivam a fazer diferente do vizinho e assim se destacarem mais.

Os valores universais da Teoria de Schwartz (SCHWARTZ, 2005) (subitem 2.3.2), guiam a forma como o ser humano se expressa e age de modo inconsciente diante de determinadas situações. Os valores motivacionais, no contexto do agroextrativista e nas diferenças do produto dele em relação ao produto do vizinho, são percebidos quando eles dizem o modo como produzem o produto, o que os leva a fazerem dessa forma, o entusiasmo com o qual se expressaram durante as entrevistas.

Mesmo que a maioria dos agricultores não tenham respondido a essa questão ou afirmaram não ter diferenças entre os produtos, os poucos que o fizeram transmitiram os valores de autodeterminação, realização, tradição, benevolência e universalismo, conforme pode ser observado nos depoimentos de alguns entrevistados abaixo.

“Olha, não vou dizer que é melhor, mas é diferente. Eu acho que o nosso diferencial em relação aos produtos do Cerrado é a nossa motivação e o nosso entusiasmo. A gente tem um verdadeiro amor, quando a gente encontra o fruto maduro do Cerrado, a gente tem o maior interesse em preservar a semente, mesmo que a gente não plante tudo, mas a gente pode distribuir sementes. Aqui em Brasília a gente já trouxe para o Jardim Botânico, viveiros no Lago Norte, alguns estudantes, até algum vendedor de mudas que tem viveiros, a gente tem toneladas de sementes. Então temos distribuído, porque é semente pra caramba.”

“Uai, eu não sei, sei lá, o meu é certificado, né? Eu acho que lá no município é o único produto que está certificado é o meu.... Lá só eu. Eu não tenho assim concorrentes, tenho concorrentes pequenos, né, mais o que está mais avançado é o meu. Agora eu encontrei um rapaz da EMATER lá, lá tudo mundo me conhece, então eu procuro, tudo que tem, eu vou me informar, eu vou atrás, aprendo, então...”
(Agroextrativista do município de Cristalina – GO).

“Não, meu produto, ele é mais nativo lá do cerrado, porque aqui, o pessoal da cidade, tem os sucos, mas é o suco plantado aqui, você sabe, não é? É colhido por aqui, faz suco de limão, tem que botar um veneno para o pé subir, e lá não, lá é orgânico, diretamente do mato, não tem veneno, não tem pulgão, não tem nada. Ele é sadio, você pode pegar lá no pé e comer. Você não vai adoececer, porque ele é da terra.”

“O meu produto é diferente? Cada um tem uma diferença (risos). Muitos já não sabem desse negócio aqui, fazer o furinho nele para ele poder fazer o doce mais rápido, então essa diferença é ser mais rápido, primeiro, você economiza o gás, porque ele seca mais rápido para fazer o doce, por isso a diferença nossa. Cada um tem uma diferença. Muita gente procura a gente: “Como é que você faz?”, aí você passa pra eles ou pra elas. “Não, você dá uns furinhos”, a Madalena sabe disso.”

“Ah, o jeito de fazer, né.”

Conforme os depoimentos acima, também é possível perceber que uma agricultora está sendo reconhecida por seu produto, pois possui certificação, atributo de qualidade que o consumidor valoriza ao buscar por produtos locais. A última fala abrange aspectos diferentes da valorização de produtos regionais, visto que, como o próprio agricultor diz, cada um tem uma diferença, seja ela no modo de preparo ou no modo de pré-preparo do alimento.

Inclusive, esse depoimento levanta aspectos importantes acerca das gerações mais novas que não sabem mais fazer certos preparos produzidos por seus antepassados, provocando assim a perda do alimento no tempo. Não há uma continuidade do saber-fazer, o alimento perde a história dele, também perde as características organolépticas, a memória do povo se perde. Ou seja, fica impossibilitado de ser reproduzido e com isso de gerar a valorização ao produto e ao produtor.

Essa categoria conclui que os agricultores carecem de informações sobre como podem fazer para que seus produtos sejam valorizados, seja com métodos de cocção e receitas ou em formas de resgate de práticas das comunidades locais. A categoria

a seguir visa fazer exatamente isso, tentar resgatar memórias de consumo do fruto e com isso aplicar aos produtos e conseguir valoriza-los.

4.1.5 Categoria 4: Lembrança ao comer o fruto – infância, Cerrado e família

Esta categoria, conforme mencionado acima, tem por objetivo resgatar as memórias dos produtores e aplicar essas memórias (involuntária e gustativa) como ferramenta nos processos de valorização de produtos locais. Aqui também é solucionado o primeiro objetivo específico da pesquisa.

Para isso, os agroextrativistas foram questionados a respeito da principal lembrança que vem à mente ao consumir o fruto, seguindo das perguntas 4 a 6 da quarta parte do roteiro de entrevista (**APÊNDICE A**).

Com base no exposto no referencial teórico, o estudo da memória no contexto desta pesquisa se insere no sentido de ser utilizada juntamente com a valorização de produtos regionais com o intuito de auxiliar no resgate das lembranças que contenham práticas antigas e talvez fora do uso, do saber-fazer de certos produtos advindos do cajuzinho-do-cerrado. Além disso, visa incentivar o uso por parte dos agroextrativistas dessas técnicas e métodos para a promoção desse seu produto e como consequência, a sua própria promoção.

A análise das falas demonstrou que os poucos respondentes que não fugiram ao tema, ou que não entenderam a pergunta, ou mesmo que não tiveram convivência com o fruto, apontaram que a principal lembrança ao consumir o fruto ocorreu na infância junto de parentes quando estavam no Cerrado. Isto é, estes três contextos aparecem juntos nas falas dos entrevistados. Por exemplo, o agricultor recorda do momento da infância no qual estava com os seus irmãos colhendo o fruto e brincando no Cerrado.

São exibidos abaixo alguns depoimentos de entrevistados separados por variáveis que foram análises na pesquisa. Para uma mesma variável será colocado várias respostas em sequência por agroextrativista. Assim o agroextrativista “a)” será representado por essa mesma letra em todas as variáveis.

Principal lembrança ao consumir o fruto:

- a) *“Lembro das brincadeiras de infância, como a gente colhia o fruto distraído pelo Cerrado, a gente saía assim distraído e de repente estava com o balde cheio. Era muito bom.”*
- b) *“Meus 10/12 anos. Eu aproveitei muito desse fruto.”*
- c) *“Lembro muito da minha mãe. A minha mãe ainda é viva, mas ela não mora mais na roça, ela mora na cidade, porque ela tem problemas de saúde. Mas eu lembro muito quando a gente saía no mato que ela já encontrava o fruto madurinho e dava pra gente, sabe, me lembra muito.”*
- d) *“Ah, é quando eu saía com os meus irmãos para colher. A gente era tudo pequeno e a gente saía, era muito bom, eu e os meus irmãos. Saía cedo e ficava o dia todo pro campo, colhendo. Essas coisas assim.”*

Quando e como o agroextrativista conheceu o fruto:

- a) *“Andando pelo Cerrado.”*
- b) *“Ah, com meu pai, ele deixava a gente dentro do carro e saía no meio do mato catando caju e gabioba.”*
- c) *“Ah, eu conheci no próprio quintal nosso lá.”*
- d) *“Ah, desde criança, né. A gente sempre morou na fazenda, né, então, a gente sempre convivia com a natureza, assim. Conheci desde criança.”*

Quando o agroextrativista no ato de comer o fruto, lembrou da forma em que consumia antes:

- a) *“É a mesma coisa. Nunca muda, viu?”*
- b) *“Me lembra o jeito de preparar, lavar, cortar.”*
- c) *“Sim, vem. A aparência dele, o sabor, eu lembro bastante. Inclusive na nossa infância tinha um pé de caju que ele não era tão pequeno a gente subia nele e tal.”*
- d) *“Não. A não ser com os meus irmãos. Só lembro dos meus irmãos. Que era... A gente estava sempre juntos, que a gente saía pra coletar, era*

com eles, então... Mas, não tem mais nenhuma lembrança, assim, específica, não.”

E a memória das pessoas que estavam junto no momento de comer o fruto:

- a) *“Lembro, as minhas primas quando a gente saía às vezes brincando, passeando pelo Cerrado, lembro sim.”*
- b) *“Não sei, na minha infância, a gente saía catando e ia enchendo a capanga, ia matando passarinho e enchendo a capanga de cajuzinho e saía chupando no meio do mato e jogando as castanhas de estilingue (risos).”*
- c) *“Sim, minha tia, gostava muito de fazer o doce do cajuzinho em calda, sempre que a gente está colhendo cajuzinho eu sempre faço um pouco também. Mas logo me vem a lembrança da minha tia que fazia os potinhos de cajuzinho em calda, e a gente ia comendo o cajuzinho e ia ficando só a calda no pote (risos).”*

As falas acima expostas não são muito diferentes daquelas que não foram colocadas aqui. Elas dão uma visão geral do como será difícil alcançar esse objetivo ao qual a categoria responde, visto que as lembranças relatadas são vazias em informações mais concretas a fim de construir uma memória. Essa memória deveria resgatar técnicas e modos de fazer dos produtos advindos do fruto, porém as informações não foram suficientemente claras para tal.

A próxima categoria e última, abordará as principais formas de consumo do fruto eleitas pelos agroextrativistas.

4.1.6 Categoria 5: Principal forma de consumir o fruto – in natura ou processado

Esta última categoria visa responder ao segundo objetivo específico, o de identificar quais são os produtos manufaturados com o cajuzinho-do-cerrado a partir das preferências de consumo dos agroextrativistas.

No item 2.2.1 do referencial teórico, o texto fala de algumas preparações com fruto tanto *in natura* como processado. Diz também que as diversas formas de

aproveitamento do fruto geram a valorização da sua cadeia e das pessoas envolvidas nela.

Foi observado que as escolhas do agricultor pela forma de consumo do fruto praticamente empataram entre os participantes da pesquisa. Alguns entrevistados apontaram as duas formas e ainda citaram exemplos de preparação que consomem, como pode ser observado nas falas abaixo:

“O próprio fruto in natura, o suco. O que a gente não consome muito são os que são alcoólicos, porque somos hipertensos. Mas consumimos também os licores, as cachaças (risos).”

“Ele puro e ele no doce. Qualquer tipo, o caju é muito saboroso. Qualquer jeito que vier. Mas mais sabor que eu tenho mesmo é ele in natura.”

“Eu gosto mais dele em doce, cajuzinho em calda, sucos, eu adoro demais.”

“In natura, o principal. É. E o suco.”

Como muitos agroextrativistas não possuem o hábito de consumir o fruto, fica difícil de extrair dele informações mais pessoais em relação ao fruto. Para muitos deles, o cajuzinho-do-cerrado é visto somente como uma fonte de renda extra e não como um alimento rico em nutrientes que pode complementar a alimentação. Inclusive, por não terem ligação afetiva com o fruto, não desenvolvem a criatividade de utilizá-lo de diversas formas, criando e recriando produtos manufaturados para serem comercializados.

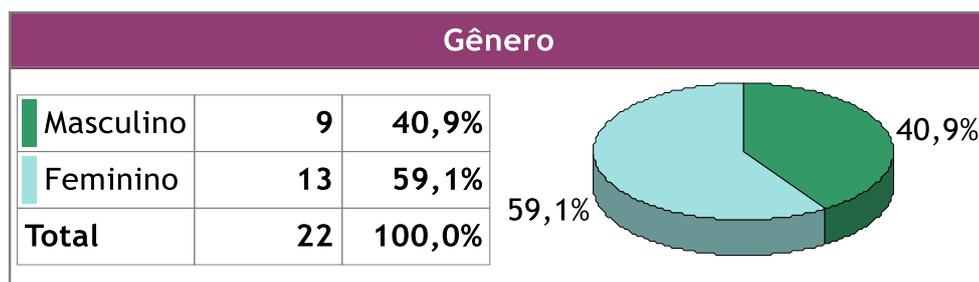
A seguir é apresentado o módulo dos consumidores com seus resultados e discussões em cima das categorias.

4.2 Consumidores

4.2.1 Retrato da Análise do consumidor entrevistado

A pesquisa mostrou como resultado que a maior parte dos consumidores entrevistados são do sexo feminino, conforme representado no gráfico 7 abaixo. E que a maior parte do público feminino participante da pesquisa corresponde a segunda e a terceira faixa etária, ou seja, é um público relativamente jovem (Gráfico 8).

Gráfico 7 – Gênero dos consumidores entrevistados



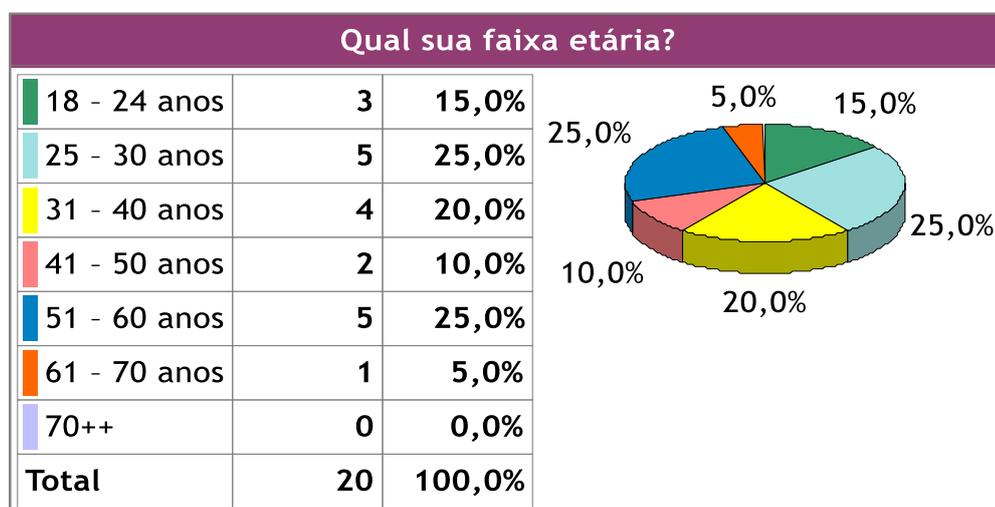
Fonte: Elaborado pela autora (2018).

Gráfico 8 – Relação da idade do consumidor com o gênero

Idade do consumidor x gênero																
idade * Gênero																
	18 - 24 anos		25 - 30 anos		31 - 40 anos		41 - 50 anos		51 - 60 anos		61 - 70 anos		70++		Total	
	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.										
Masculino	1	14,3%	1	14,3%	0	0,0%	1	14,3%	3	42,9%	1	14,3%	0	0,0%	7	100,0%
Feminino	2	15,4%	4	30,8%	4	30,8%	1	7,7%	2	15,4%	0	0,0%	0	0,0%	13	100,0%

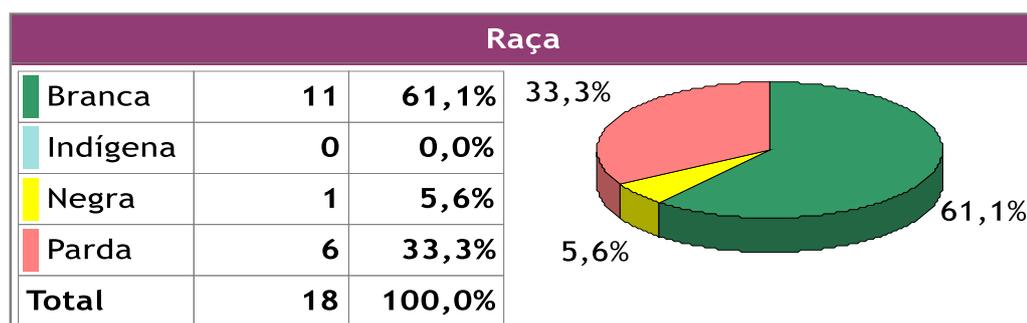
Fonte: Elaborado pela autora (2018).

O retrato dos consumidores também mostrou que a faixa etária dos entrevistados varia bastante (gráfico 9). Esse fato impacta diretamente na categoria 3, onde será tratada a questão da memória de consumo. Assim, quanto mais novo o consumidor há menos chances de se conseguir uma memória mais solidificada de sua relação com fruto. E quanto mais velho for o consumidor maiores são as possibilidades de resgatar estórias e saberes.

Gráfico 9 – Faixa etária dos consumidores de cajuzinho-do-cerrado

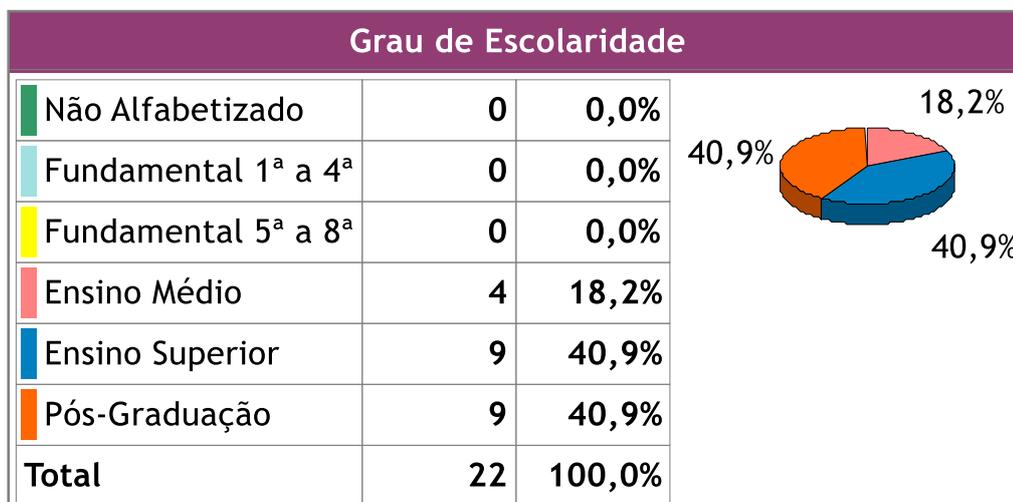
Fonte: Elaborado pela autora (2018).

A maior parte dos entrevistados se autodeclararam como raça branca e alguns não quiseram responder (gráfico 10).

Gráfico 10 – Declaração de Raça dos consumidores

Fonte: Elaborado pela autora (2018).

O grau de escolaridade do consumidor pode ser considerado alto pois de acordo com o gráfico 11, 40,9% dos entrevistados possuem ensino superior e outros 40,9% possuem pós-graduação. O restante dos entrevistados, declarou ter somente o ensino médio. A relação do grau de escolaridade do consumidor versus a idade pode ser observada logo abaixo (gráfico 12).

Gráfico 11 – Grau de escolaridade do consumidor

Fonte: Elaborado pela autora (2018).

Gráfico 12 – Relação do grau de escolaridade do consumidor x a idade

Grau de escolaridade do consumidor x idade														
Grau_de_Escolaridade * idade														
	Não Alfabetizado		Fundamental 1ª a 4ª		Fundamental 5ª a 8ª		Ensino Médio		Ensino Superior		Pós-Graduação		Total	
	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.
18 - 24 anos	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	2	66,7%	1	33,3%	0	0,0%	3	100,0%
25 - 30 anos	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	2	40,0%	3	60,0%	5	100,0%
31 - 40 anos	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	25,0%	2	50,0%	1	25,0%	4	100,0%
41 - 50 anos	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	50,0%	1	50,0%	2	100,0%
51 - 60 anos	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	20,0%	4	80,0%	5	100,0%
61 - 70 anos	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	100,0%	0	0,0%	1	100,0%
70++	0		0		0		0		0		0		0	100,0%

Fonte: Elaborado pela autora (2018).

Essa relação não apresentou resultados significativos, apenas indica em qual faixa etária está localizado o consumidor por tipo de escolaridade. Enquanto no próximo gráfico (gráfico 13), essa relação fica mais clara e expõe resultados mais relevantes, incluindo também o estado civil do consumidor.

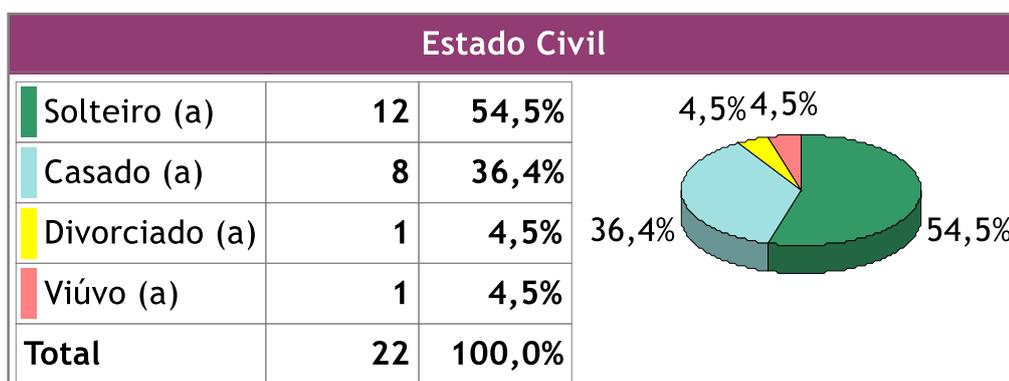
Logo a seguir é mostrado o perfil do consumidor no âmbito do estado civil declarado (gráfico 14).

Gráfico 13 – Relação do estado civil versus a idade versus o grau de escolaridade do consumidor

Relação do estado civil x a idade x grau de escolaridade do consumidor										
Estado_Civil * idade, Grau_de_Escolaridade										
	Solteiro (a)		Casado (a)		Divorciado (a)		Viúvo (a)		Estado Civil	
	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.
18 - 24 anos	3	100,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	3	100,0%
25 - 30 anos	2	40,0%	3	60,0%	0	0,0%	0	0,0%	5	100,0%
31 - 40 anos	4	100,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	4	100,0%
41 - 50 anos	0	0,0%	1	50,0%	1	50,0%	0	0,0%	2	100,0%
51 - 60 anos	0	0,0%	4	80,0%	0	0,0%	1	20,0%	5	100,0%
61 - 70 anos	1	100,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	100,0%
70++	0		0		0		0		0	100,0%
Não Alfabetizado	0		0		0		0		0	100,0%
Fundamental 1ª a 4ª	0		0		0		0		0	100,0%
Fundamental 5ª a 8ª	0		0		0		0		0	100,0%
Ensino Médio	4	100,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	4	100,0%
Ensino Superior	6	66,7%	3	33,3%	0	0,0%	0	0,0%	9	100,0%
Pós-Graduação	2	22,2%	5	55,6%	1	11,1%	1	11,1%	9	100,0%

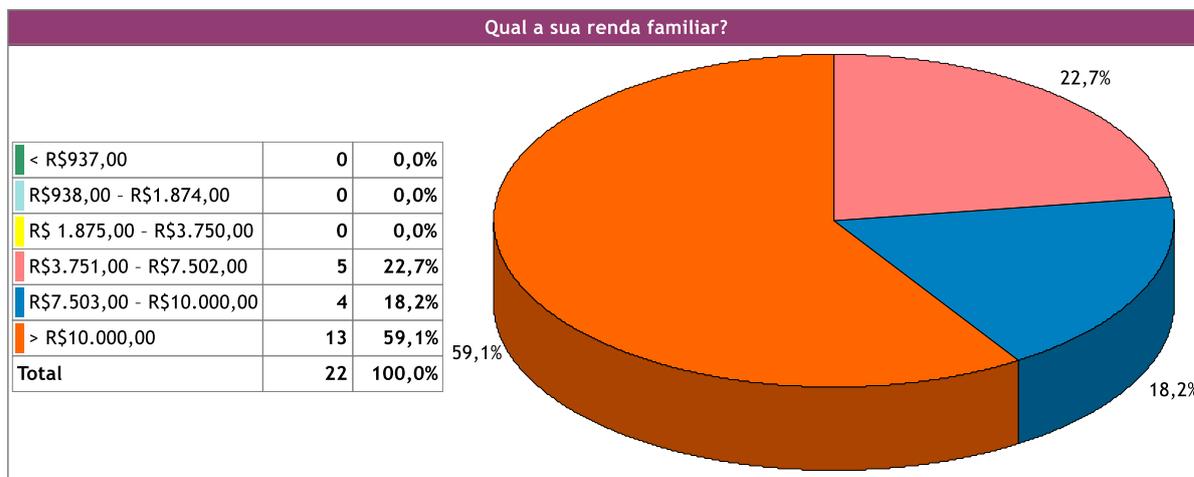
Fonte: Elaborado pela autora (2018).

Gráfico 14 – Estado civil do consumidor



Fonte: Elaborado pela autora (2018).

O último retrato do consumidor relevante para a pesquisa e para a caracterização do consumidor é a renda familiar (gráfico 15) e posteriormente a sua relação com o grau de escolaridade (gráfico 16). Essas relações entre as variáveis de controle servem de apoio na análise do consumidor e para ilustrar melhor o universo.

Gráfico 15 – Renda familiar do consumidor

Fonte: Elaborado pela autora (2018).

Gráfico 16 – Relação da renda familiar do consumidor versus o grau de escolaridade

Relação da renda familiar do consumidor versus o grau de escolaridade

renda_familiar * Grau_de_Escolaridade

	< R\$937,00		R\$938,00 - R\$1.874,00		R\$ 1.875,00 - R\$3.750,00		R\$3.751,00 - R\$7.502,00		R\$7.503,00 - R\$10.000,00		> R\$10.000,00		Total	
	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.
Não Alfabetizado	0		0		0		0		0		0		0	100,0%
Fundamental 1ª a 4ª	0		0		0		0		0		0		0	100,0%
Fundamental 5ª a 8ª	0		0		0		0		0		0		0	100,0%
Ensino Médio	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	3	75,0%	0	0,0%	1	25,0%	4	100,0%
Ensino Superior	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	2	22,2%	0	0,0%	7	77,8%	9	100,0%
Pós-Graduação	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	4	44,4%	5	55,6%	9	100,0%

Fonte: Elaborado pela autora (2018).

A seguir são apresentadas as categorias do estudo identificadas na AC dos estudos de caso que visaram identificar lacunas nos estudos sobre o fruto cajuzinho-do-cerrado.

4.2.2 Categoria 1: Características do fruto – características organolépticas

Essa categoria visa enumerar as principais características organolépticas do fruto cajuzinho-do-cerrado para os consumidores. Com essa categoria também é possível extrair questões que serão discutidas com mais afinco nas categorias subsequentes.

A característica mais destacada e comentada entre o universo dos consumidores entrevistados foi o sabor do fruto. Este, conforme explicado no referencial teórico no item 2.2.1, possui sabor peculiar para os consumidores do fruto. Dentre as características do sabor, a mais destacada foi a acidez dele em comparação com o caju tradicional, mais conhecido, conforme pode ser observado em depoimentos de consumidores entrevistados abaixo.

“Olha, eu vejo muito o sabor, mesmo comparada com o caju mesmo, fruta do Cerrado, então eu vejo questão de gosto mesmo, né, o sabor. A aparência também tem por ser um fruto menor, mas, enfim, livre de agrotóxico, transgênicos, essas coisas.”

“Então, pra mim, o cajuzinho é sempre pequeno, de cor avermelhada, bem saboroso, assim bem mais doce com menos cica do que o caju normal. Ele deixa a boca menos adstringente.”

“O sabor e textura. Ele é peculiar. Não sei se seria a adstringência, mas é diferente, é bem peculiar.”

A segunda característica mencionada foi a aparência, seguida da cor, do odor e da textura. Há também consumidores que contribuíram com valores pessoais para listar as características do fruto, imprimindo às falas valores que atribuem ao fruto e relacionando este ao seu dia-a-dia.

Sobre esses valores pessoais de consumo, conforme descrito no item 2.3.3 do referencial teórico, Higgs (2015), menciona que o comportamento do consumidor diante de um produto/serviço é orientado por normas sociais associadas a julgamentos sociais. No quadro 4 desse mesmo item são apresentados cinco tipos de valores que influenciam a escolha do consumidor (SHETH NEWMAN; GROSS, 1991).

Dos valores presentes nesse quadro, o que teve o maior peso para os participantes da pesquisa foi o valor emocional, pois este despertou nos entrevistados estados afetivos, recordações de consumo do fruto, perpetuação de sentimentos em relação ao fruto, fruto ↔ consumidor e momentos vividos. Ou seja, o fruto cajuzinho-do-cerrado desperta no consumidor um sentimento de bem-estar associado ao

consumo do fruto e as memórias que esse traz e se reconstrói no presente juntamente com a memória gustativa.

A memória involuntária se mostrou muito presente na fala dos consumidores, quando estes descreviam quais características do fruto eram as mais importantes. Em alguns depoimentos ela se mostrou bastante presente (esse aspecto será abordado novamente na categoria 3).

“Odor, sabor, aparência, textura, afetividade, cor, afetividade de novo, cheiro, afetividade, acidez, dentro dos meus pratos, eu sou muito ácida, eu gosto muito de ácido.”

Nesse depoimento é possível perceber não só o valor emocional como também o valor funcional do fruto para o entrevistado, que relaciona uma das características com a forma com a qual utiliza o fruto.

“Eu acho um fruto mais gracinha do mundo, mais bonitinho assim, ele parece uma joia, não é? Primeiro por conta do tamanho. Então, assim, pra gente que trabalha com gastronomia é difícil você trabalhar com caju gigante, porque você não pode colocar um caju gigante no prato, não é, é brega (risos), mas se você tem um cajuzinho, que é uma perolazinha, a coisa mais linda, aí você o coloca para finalizar um prato, ele engrandece o prato, é muito bonito. A segunda coisa é a questão da cor. A cor dele é um magenta, então a gente tem poucas cores rosa na natureza, temos flores que são cor-de-rosa, temos frutas que são puxadas para o roxo, para o lilás, pouquíssimas para a azul, mas rosa mesmo só temos mesmo a pitáia e a pitáia também é uma fruta grande, então você não pode jogar uma pitáia inteira, a pitáia dentro é rosa. Tem a fruta do mandacaru que também é rosa, mas é mais difícil de encontrar. Então, assim, o cajuzinho tem essa peculiaridade da cor, então se você quer deixar o prato mais feminino, mais delicado e, ao mesmo tempo, com uma impressão que realmente as pessoas se surpreendam, o cajuzinho é perfeito para isso. E a terceira coisa é em relação ao sabor. O sabor dele, ele lembra muito do caju normal, da caatinga, que é o cajuzão, mas ele é mais ácido. Só que não é uma acidez que incomoda. Não é uma acidez tânica, assim, que vai te doer aqui na mandíbula, ela é uma acidez perfeita, porque como ele é pequenininho, ele concentra muito

frutose, então ele bate acidez, mas depois ele já amacia com o sabor dele. Então é um sabor muito interessante, muito complexo. Me lembra muito a cajuína, é como se fosse um caviar assim de cajuína que explode na boca, só que um tom de acidez perfeito, porque a cajuína já é muito doce, então me incomoda um pouco. Então ele está entre a cajuína e o caju normal. Então, realmente, me agrada muito. E o aroma dele também é muito legal, porque o caju grande, ele te deixa um pouco inebriada, assim, até demais, ele chega a ser enjoativo, se você deixa o caju dentro da geladeira, tudo fica com gosto de caju e depois que passa é um cheiro que não é mais caju, você não sabe exatamente o que é e aí você fala: “Nossa “eca”!”, e o cajuzinho não tem esse problema. O aroma do cajuzinho é muito delicado. Então tudo no cajuzinho, até o nome, traz essa delicadeza, então ele é muito bom para a gastronomia justamente por isso, temos poucas frutas como ele que não precisam ser domadas, ele já é assim equilibrado, lindo, delicado e, ao mesmo tempo, muito diferente, muito surpreendente.”

Esse outro depoimento é carregado de valores pessoais e valores de consumo. O consumidor, ao descrever as características mais importantes para ele, faz associações com situações que vive no seu dia-a-dia, com áreas do conhecimento onde julga ser importante a presença do fruto, além de envolver o pesquisador e leitores futuros em sua fala. O valor social mostrou estar fortemente presente nessa fala juntamente com o valor condicional, o hedonismo (tipo motivacional de valor – quadro 3).

Na próxima categoria serão abordadas as preferências de apresentação do fruto pelos consumidores e os tipos de preparações que eles gostam, além de falas demonstrativas.

4.2.3 Categoria 2: Formas de apresentação do fruto – in natura e processado

Como mencionado na categoria anterior, essa tem por objetivo não só expor as preferências dos consumidores como também os tipos de preparações que estes preferem e dar continuação ao item anterior. Além disso, busca aprofundar a discussão sobre as preferências de consumo. Esta categoria corresponde ao segundo objetivo específico da pesquisa.

A preferência dos consumidores foi majoritariamente pela forma *in natura* do fruto, fato que fecha um pouco a discussão sobre as formas de apresentação do fruto processado. Essa preferência “prejudica” também algumas das formas de valorização da cadeia do fruto e do resgate de hábitos e sabores dos produtos processados do fruto (ver discussão no item 2.2.1).

Poucos consumidores afirmaram consumir o fruto nas duas formas e que tanto faz ser *in natura* ou processado. Outros enfatizam porquê o consomem de determinada forma, conforme observado nas falas a seguir, quando questionados por qual preferência de apresentação preferiam.

*“Ah, difícil. Não, temos momentos, não é? Eu acho, assim, eu gosto de trabalhar, por exemplo, de ir fazer a colheita do cajuzinho e comer o cajuzinho direto da árvore, mas eu também gosto, por exemplo, de fazer um vinagre de cajuzinho, uma ceviche de cajuzinho, um, sei lá, um doce de cajuzinho, uma geleia de cajuzinho, uma moqueca de cajuzinho. Então, assim, gosto de trabalhar receitas com ele também. Então eu diria que são momentos diferentes. Agora a dona agroextrativista que você entrevistou, ela faz o cajuzinho em passa, que ali ele explode na boca, que é um negócio assim que você fala: “Velho, é a melhor coisa do mundo, deixa eu me jogar dentro desse cajuzinho, eu só quero comer isso, com queijo ou sem queijo, só ele, você coloca, ele é doce e ele tem gosto de cajuzinho e ele explode, é um negócio.... Pode ser os dois, mas é que são momentos diferentes mesmo. É que ele *in natura*, ele é extremamente refrescante. Então você pode trabalhar com ele nesse sentido. Agora ele na comida, em qualquer tipo de preparo, ele adéqua ao sabor, exatamente. Ele traz aquele...”*

Esse mesmo consumidor também discursou que se for processado a preferência de consumo é:

“Então na moqueca, eu amo fazer moqueca de cajuzinho, pra mim, assim, não existe prato melhor no mundo, para todo mundo que eu faço, as pessoas falam: “Cara, não acredito”, é muito bom. Eu faço com cajuzinho e cagaita, porque eles dão mais ou menos na mesma época, fica muito bom. Faço a ceviche, mas eu não faço a do cajuzinho. Eu faço com o suco da cajuzinho, ao invés de usar a marinada com limão,

eu uso o suco do cajuzinho. Não faço como o da dona agroextrativista a passa de cajuzinho que é incrível, não tem nada melhor, não existe doce de fruta melhor do que esse e suco de cajuzinho também. Há outras coisas, mas acho que esses são os principais mesmo.”

Outro consumidor disse preferir consumir de qualquer forma.

“Cara, eu o prefiro de qualquer jeito, mas eu o prefiro ao natural na minha galinhada, eu o prefiro ao natural no meu drinque, no suco processado.”

Muitos dos entrevistados ao explicarem o motivo pelo qual não consomem o fruto processado explicam a questão da alimentação mais saudável livre de agrotóxicos (questões para serem abordadas em pesquisas futuras). Ver falas abaixo:

“Processado não. In natura, até porque a questão de utilizar alimentos processados na minha alimentação mesmo, não só a questão de cajuzinho, eu evito. Então eu prefiro aquilo que é cultivado na terra, então até a questão de saber a origem, de onde veio, essas coisas, eu tenho uma preferência maior de estar me alimentando com produtos assim e até com produtos mais simples, digamos, que não têm muitos até de tempero, essas coisas assim, eu não sou muito adepta. Então eu prefiro produtos mais naturais mesmo.”

Nessa fala é possível ver a importância que o consumidor atribui à valorização do produto regional, valorização do povo que o cultiva e preserva; mesmo não sendo o produto processado ocorre o processo de renovação da economia da comunidade rural conforme mencionado no item 2.3 acima. Também traz a questão dos alimentos com história que são capazes de ajudar na promoção do desenvolvimento rural/local (ZUIN; ZUIN, 2008).

Esse tipo de preferência do consumidor abarca também a questão dos laços que são criados entre o produtor e o consumidor, pois estes estão cada vez mais em busca por alimentos com história, diferença que uma indústria de alimentos não pode oferecer ao consumidor, já que seus produtos são produzidos em alta escala. Assim, os produtos industriais não dão chance para se criar essa relação de fidelidade entre

produtor-consumidor e muito menos a história do alimento e de quem o produziu (CRUZ; SCHNEIDER, 2010).

Foram citadas as mais diversas formas de aproveitamento do produto processado como doces, compotas, suco, pratos salgados dentre alguns outros destacados nas falas acima. A versatilidade do fruto faz com que este possa ser aproveitado integralmente (ALVES; ALVES; NAVES, 2013) não só pelo consumidor como também pelo agricultor.

Além das preparações citadas no referencial teórico também foram identificadas cajuzinho cristalizado, *kombucha*, estrogonofe, risoto, moqueca, *ceviche*, galinhada e a castanha do cajuzinho no arroz.

Nessas formas de processamento do fruto é bastante visível a valorização do fruto por parte do consumidor e conseqüentemente a valorização da cadeia do fruto, do produtor e como último elo a gastronomia que proporciona a criatividade e as técnicas para a criação de pratos e releituras de preparações internacionais. Como comentado no item 2.2.1 por Carvalho et. al. (2002), o fruto tem potencial para a indústria, para a comercialização (seja na gastronomia ou em manufaturados processados) e para a geração de renda para os agroextrativistas.

A foto (figura 4) a seguir mostra o fruto *in natura* sendo comercializado na feira da agricultura familiar no CEASA DF por um agroextrativista. A foto foi tirada em outubro de 2017.

Figura 7 – Foto do cajuzinho-do-cerrado em feira



Fonte: Fotografado pela autora (2017).

A seguir são ilustradas duas possíveis preparações com o cajuzinho-do-cerrado que foram comentados durante as entrevistas e que os consumidores já experimentaram.

Figura 8 – Foto de preparos com o fruto



Fonte: Fotografado pela autora (2017; 2016).

A foto acima na esquerda é uma preparação denominada de releitura de cajuzinho-do-cerrado e na direita é um risoto.

Na categoria a seguir e última serão abordadas questões referentes à memória de consumo dos consumidores e seus principais aspectos.

4.2.4 Categoria 3: Memória ao consumir o fruto – infância, família e Cerrado

Essa categoria tem por objetivo resgatar as memórias de consumo do fruto que o consumidor tem e através dessa memória elencar formas de valorização do fruto. Assim, essa categoria responde ao primeiro e ao último objetivo específico proposto na pesquisa. Também diferencia o consumidor que o consome desde sua infância daquele que o consome há pouco tempo. Traz histórias dos entrevistados e suas relações com o fruto.

Esta categoria, inclusive, aborda aspectos das perguntas 4 a 8 do roteiro de entrevista para consumidores na segunda parte (**APÊNDICE B**), pois uma traz a outra no âmbito de fazer o consumidor recordar a lembrança e constituir a memória.

O primeiro ponto destacado pelos consumidores e citado em maior peso foi a recordação da infância, seguido da família e por último o Cerrado. Contudo uma resposta não exclui a outra, em muitos casos ocorreu delas virem associadas em uma mesma resposta. Observou-se também momentos em que o consumidor, ao ser questionado sobre a sua principal lembrança ao consumir o fruto, este respondeu contando a sua relação com o fruto, como conheceu, com quem estava no momento, as pessoas com a qual relaciona o fruto, dentre outros.

Ou seja, com somente uma pergunta o consumidor foi capaz de recordar todos esses aspectos e à medida em que os questionamentos foram avançando também foi avançando a riqueza de detalhes das respostas. Esse dado comprova a citação de Norra (1993) no início do item 2.4 sobre Teoria da Memória e o que vem a ser memória. Consoante com a fala de um entrevistado logo abaixo:

“...na minha adolescência, a gente ia muito na serra pegar o caju, fazer a colheita dele e a Serra do Jaraguá é uma serra bastante íngreme, muito perigosa de andar, muita cobra, então não era um lugar muito fácil não. Se fosse nos dias de hoje, eu não deixaria meu filho ir, era perigoso. Então aquilo era bom demais, uma aventura, a meninada ia e enchia latas e latas, num peso danado para descer a serra, perigoso, mas era muito bom. Era divertido. Boas lembranças dessa época.”

Quando e como o consumidor conheceu o fruto:

“Exatamente nessa época de criança. Jaraguá é uma cidade que fica numa região de Cerrado e a minha casa é uma das últimas casas da rua, era a última rua, então no fundo da casa era quase como um começo de uma fazenda e tinha muitos cajuzinhos por ali. E menino gosta dessas coisas. A época é bem diferente de hoje, então a gente ia comer cajuzinho ali, até antes de ficar maduro a gente já estava comendo. Desde esse tempo.”

Quando o consumidor no ato de comer o fruto, lembrou da forma em que consumia antes:

“É, quando eu era criança, eu só comia o caju de duas formas: ou ele in natura, colhia, colocava na boca e comia ou em forma de doces que a minha mãe fazia.”

E a memória das pessoas que estavam junto no momento de comer o fruto:

“Sim. Tive por esse problema da serra que eu te falei que era um lugar perigoso, nós já tivemos que carregar uma senhora que estava com a perna quebrada, ela caiu e quebrou a perna e não conseguia andar de jeito nenhum. E eu era pequeno nessa época, muito pequeno, mesmo assim tive que dar a minha contribuição para carregar a senhora. É meio custoso, que até não tinha esse negócio de ambulância não. Mas é uma coisa difícil de esquecer.”

Uma objeção a essa fala, é o depoimento de um outro consumidor que conheceu o fruto recentemente e não possui uma memória mais consistente em relação ao fruto.

Principal lembrança ao consumir o fruto:

“Que é gostoso (risos).”

Quando e como conheceu o fruto:

“Eu conheci o fruto quando eu vim morar em Brasília, que aí entre os frutos do Cerrado é que eu conheci o cajuzinho-do-cerrado também.”

Quando o consumidor no ato de comer o fruto, lembrou da forma em que consumia antes:

“Eu o conheci quando eu vim morar aqui então faz um ano e meio que eu sou amiga do cajuzinho do Cerrado (risos).”

E a memória das pessoas que estavam junto no momento de comer o fruto:

“A primeira vez que eu comi foi numa oficina com uma culinária que eu lembro, mas eu já devo ter comido antes isso no sorvete ou esses picolés do Cerrado, já é algo que eu acho que consumi antes dessa oficina, mas a lembrança mais marcante que eu tenho é dessa oficina que foi quando eu comi o estrogonofe de cajuzinho-do-cerrado, que é uma delícia. É incrível.”

Por último é apresentado a fala de um consumidor que já está no processo de construção da memória gustativa e apresenta indícios de uma memória involuntária.

Principal lembrança ao consumir o fruto:

“No momento é a passa de cajuzinho da dona Ana, porque, na verdade, acho que foi a primeira vez que eu comi o cajuzinho. Foi em 2009... Foi em 2010 que eu estava participando de um concurso de receitas do Cerrado e aí eu falei com uma professora minha e aí ela, ela não era da gastronomia não, mas nós tínhamos um projeto e tal, daí ela falou: “Ah, para você incrementar a receita, você podia usar um... eu estou com uma taça de cajuzinho-do-cerrado”. Ela me deu e aí eu experimentei, fiquei enlouquecida: “Nossa, não vou usar na receita, porque eu vou...” (risos). Essa foi a primeira vez que eu comi o cajuzinho. Não foi in natura, engraçado, não é, eu não comi a primeira vez in natura. Mas é a minha primeira lembrança assim com ele. Eu amei, eu me lembro: “Nossa, isso aqui maravilhoso”. E daí eu lembrei até no dia do concurso, mas foi só para finalizar. E eu me lembro que eu estava com um tipo bandana assim, rosa-magenta para combinar com o cajuzinho e eles até falaram: “Ah, você veio de propósito”. Eu falei sim, e aí falei várias coisas, é o cajuzinho, ele é lindo, a cor dele, não sei o quê. Eu enalteci essas coisas, as características dele.”

Quando e como conheceu o fruto:

“Então foi nessa experiência.”

Quando o consumidor no ato de comer o fruto, lembrou da forma em que consumia antes:

“Sim, porque daí eu sempre busco na verdade a dona Ana, eu sempre gosto de comprar a pasta de cajuzinho dela e quando eu como a moqueca, porque daí eu fui trabalhando o cajuzinho, daí me apaixonei, enfim, por ele, fui trabalhando, mas sempre me vem isso: “Ah, que legal que a gente tem esse fruto que daí vem dos agricultores”, e daí tem toda uma carga simbólica para mim o cajuzinho. Eu rememoro esse ponto. Mas ele é mais assim sempre no sentido, assim, é um produto do Cerrado que fica bom com tudo, então, na verdade, ele vai ressignificando ao longo do tempo, pelo menos comigo. Aí eu vejo que com outras pessoas também...”

E a memória das pessoas que estavam junto no momento de comer o fruto:

“Ah, a dona Ana. A dona Ana é a que é a mais cara para mim, e a minha professora Janaína, porque ela teve um papel assim essencial em tudo relacionado ao Cerrado, mas o cajuzinho posso dizer que foi ela que me apresentou.”

A fala desses três consumidores ilustrou muito bem o que essa categoria objetivava, além de clarear o caminho para especificar as formas de valorização da cadeia do cajuzinho-do-cerrado.

Na parte seguinte são apresentadas as considerações finais da pesquisa juntamente com as sugestões para pesquisas futuras.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A valorização de produtos regionais (ou produtos com história) surge na atualidade como um método de fortalecer a economia dos meios rurais, pois estes se apresentam como uma alternativa para a geração de renda extra para o agroextrativista, assim como o reconhecimento de sua produção e de quem o produziu (ZUIN; ZUIN, 2008). No entanto, esse enaltecimento do produto por parte do produtor requer estratégias de diferenciação (individualização) e região geográfica específica (PORTER, 2008), para o posicionamento e destaque do produto.

Para tanto, diversos fatores devem ser empregados na cadeia para que o agricultor possa não só produzir como também ter acesso ao mercado local e conseqüentemente gerar renda extra. A diversificação (pluriatividade na agricultura, no caso desta pesquisa a pluriatividade para-agrícola), para a agricultura familiar se mostra como sendo vantajosa, pois os agricultores utilizam a biodiversidade nativa disponível em suas propriedades, em horários alternativos à prática agrícola tradicional, para a geração de renda bem como para o consumo (BRASIL, 2015; SCHNEIDER et. al., 2006).

O consumidor desempenha papel importante no processo de valorização de produtos regionais, visto que eles são os que buscarão por produtos alternativos, produtos com história, em relação aos produtos tradicionais. Eles, ao mesmo tempo em que são o ponto final da cadeia, são também o elo intermediário que conectam o produtor aos mercados, aos restaurantes e a outros consumidores. Os consumidores, inclusive, consideram esse tipo de produto diferenciado, pensam que possuem melhor qualidade que os industriais, visto que são mais naturais, contém menos produtos químicos (aditivos, conservantes, flavorizantes, dentre outros) e, como são menos processados, fazem menos mal à saúde.

Para que essa conexão fosse efetivada com primor, o estudo da teoria da memória teve importância fundamental ao fazer a junção das áreas do conhecimento fundamentais para a pesquisa. Portanto, o estudo da memória ligou a área do agronegócio ao contexto da gastronomia, fechando o ciclo com a antropologia.

Desse modo, as memórias empregadas neste trabalho operaram como ferramentas na investigação de memórias de consumo de agroextrativistas e

consumidores, com o intuito de resgatar práticas e saberes da produção de manufaturados (gastronomia) com o cajuzinho-do-cerrado que eram utilizados por seus antepassados. Desta forma, as estórias coletadas tinham a função de expor métodos que eram utilizados antigamente e que poderiam voltar a ser empregados pelos agroextrativistas no processamento de seus produtos para gerar a agregação de valor de ambos – produto e produtor.

O resgate de práticas e saberes atua como uma recuperação dos modos de vida das gerações anteriores. A forma de preparar determinado alimento, a tradição da família associada ao modo de preparo e aos costumes e cultura locais, apesar de ser o alimento disponível na época (para muitos os alimentos industrializados não eram acessíveis devido ao baixo poder aquisitivo das famílias). A produção caseira/local era considerada como boa, mais natural, até a chegada dos produtos fabricados por grandes empresas alimentícias, que, de certa forma, impuseram uma nova tendência para o consumo alimentar das famílias, passando a imagem de que este produto processado era melhor que aquele que o consumidor fazia em casa, além de outras características que impactaram na vida da população.

Porém, este modelo de alimentação proveniente da indústria está decrescendo frente a novos modelos alimentares e aos resgates de práticas e saberes e alimentos com história. São tendências cíclicas, que se repetem ao longo da história.

A análise dos resultados obtidos dos agroextrativistas mostrou que estes estão concentrados no município de Padre Bernardo, cidade do entorno do Distrito Federal, evidência que corresponde ao terceiro objetivo específico da pesquisa, presente na análise da caracterização do agroextrativista. A referida análise revelou que os agroextrativistas não valorizam o fruto, seja ele *in natura* ou processado. Ainda, muitos deles não demonstram interesse ou conhecimento sobre formas de agregar valor ao produto e, conseqüentemente, desconhecem como proceder para a geração de renda extra.

É importante salientar que os produtos locais são considerados pelos agroextrativistas como produtos sem valor. Eles não reconhecem a importância que este tem perante os consumidores. Para eles, os produtos industriais são considerados como bons, que possuem qualidade, por que além de terem uma marca (o que pode ser um chamativo para pessoas com pouco conhecimento sobre processamento de alimentos industrializados), a indústria emprega um conjunto de

estratégias para supervalorizarem um produto/serviço, de forma que estes se mostrem mais atraentes para o consumidor.

Assim, os agricultores tendem a preferir, para consumo próprio, o alimento industrializado ao alimento fabricado por eles. Ou seja, eles subvalorizam a sua própria produção, o que acarreta perdas de ganho em relação a renda extra.

A pesquisa demonstrou também que eles praticam o agroextrativismo de forma sustentável (mesmo este não sendo um dos objetivos da pesquisa, foi um fator importante na discussão). O segundo objetivo específico da pesquisa para os agroextrativistas foi insuficiente, visto que esses praticamente não realizam o beneficiamento do fruto.

O cajuzinho-do-cerrado, poderia vir a ser uma fonte de renda extra para esse grupo de agroextrativistas se estes conferissem o devido valor ao fruto e aos seus derivados. Assim, como eles não eram agricultores natos (a maioria dos entrevistados só começaram a atuar como agricultores após se mudarem para a zona rural mediante a doação de terras), só passaram a conhecer o produto em questão depois que se mudaram para a zona rural e conseqüentemente não possuem memória afetiva com o cajuzinho-do-cerrado.

Em decorrência dessa ausência ou quase inexistente memória de consumo, para eles esse fruto é como outro qualquer do quintal de casa. Todo mundo tem e não há interesse e/ou conhecimento mais específico a respeito das propriedades nutritivas e funcionais do fruto, que poderiam ser grandes aliados do produtor para a geração de renda extra. Na época da colheita do cajuzinho-do-cerrado, a procura destes pelos consumidores é elevada e esta seria uma estratégia de comercialização dele e de seus derivados, visando implicitamente a valorização do produtor e do fruto *in natura*.

O primeiro objetivo específico também foi difícil de ser alcançado, pois as lembranças coletadas foram carentes de informações concretas. Ou seja, a qualificação do papel das memórias para os agroextrativistas não trouxe informações relevantes acerca do objeto de estudo.

Porém, para o cenário dos consumidores, todos os objetivos foram alcançados de forma promissora. A categoria Formas de apresentação do fruto – *in natura* e processado (categoria 2) observou que os consumidores valorizam o fruto e os produtos manufaturados, e ajudou na identificação de mais produtos produzidos com o fruto. A categoria Memória ao consumir o fruto – infância, família e Cerrado

(categoria 3) também apresentou contribuições importantes para pesquisa, contribuindo para alcançar com êxito o primeiro e o último objetivo específico. Conforme abaixo:

- Caracterizar o papel da memória involuntária e da memória gustativa em extrativistas e consumidores no ato do consumo de cajuzinho-do-cerrado;
- Identificar quais são os produtos manufaturados com o cajuzinho-do-cerrado nos locais da coleta de dados;
- Levantar a distribuição dos agricultores extrativistas de cajuzinho-do-cerrado na região do Centro-Oeste (entorno do Distrito Federal);
- Elencar estratégias de divulgação e agregação de valor ao produto.

A análise mostrou que, apesar do cajuzinho-do-cerrado ser um fruto comum na região, ainda não há a conscientização sobre a necessidade de sua valorização. As memórias estudadas, não obstante auxiliarem no processo de resgate das práticas e saberes, não promovem a continuidade de seu uso na alimentação, seja por parte dos extrativistas seja por parte dos consumidores e não contribuem de maneira significativa para sua propagação na sociedade.

Tanto a memória involuntária como a memória gustativa não se mostraram eficientes por si só para a promoção e valorização desse fruto. Por parte dos agroextrativistas, praticamente não foram observados resultados positivos, visto que a maioria dos entrevistados não possui relações afetivas com o fruto, sendo somente um produto para ser comercializado. Por outro lado, os consumidores demonstraram, de modo geral salvo algumas exceções, possuir relação de longa data com o cajuzinho-do-cerrado. Os entrevistados desse grupo também revelaram os produtos manufaturados obtidos com o fruto que mais apreciam.

Desta forma, o objetivo geral da pesquisa foi alcançado mesmo levando em consideração os déficits observados nas informações recebidas por parte dos agroextrativistas. Embora as informações obtidas não tenham sido profundas e completas, contribuíram para dar visibilidade à situação de precariedade em que vivem e praticam a agricultura e o agroextrativismo.

A total ausência de políticas públicas nos locais onde a pesquisa foi feita evidencia o abandono e o esquecimento que essa classe de produtores rurais vivencia

em seu dia a dia. Esse aspecto da pesquisa que não foi estudado e discutido, é um tema promissor para pesquisas futuras.

Outra sugestão é que o estudo da cadeia do cajuzinho-do-cerrado seja complementado por outras pesquisas, no intuito de conhecer as especificidades não somente do cajuzinho-do-cerrado, mas também de outros frutos que possam integrar a cadeia de valorização de produtos locais.

Apesar de haver algumas iniciativas que contribuem para a divulgação do cajuzinho-do-cerrado e a pesquisa mostrar as diversas formas em que ele pode ser estudado, ainda faltam aspectos da sua comercialização, agroindustrialização e, quem sabe, futuramente, a sua exportação e internacionalização consciente.

Um exemplo de sucesso a citar, e que poderia ser seguido, ocorreu com a cadeia do açaí, fruto brasileiro valorizado e reconhecido nacional e internacionalmente.

É preciso que haja políticas que fomentem o interesse pelos produtos regionais tanto no âmbito da produção, quanto na extração e no consumo e que também suscitem aos pesquisadores motivação para embasar os critérios e técnicas necessários para que isso ocorra.

A integração das áreas que integram este trabalho – agronegócio, gastronomia e antropologia é um exemplo de como isso pode ser feito, sem excluir outras áreas relevantes do conhecimento.

6. REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, S. P. DE. **Cerrado: aproveitamento alimentar**. 1. ed. Planaltina: EMBRAPA - CPAC, 1998.
- ALTAFIN, I. **Reflexões sobre o Conceito de Agricultura Familiar** CDS/UnB. Brasília: [s.n.]. 2007. Disponível em: <<http://www.feis.unesp.br/Home/departamentos/fitotecniatecnologiadealimentosesoci oeconomia716/antoniolazarosantana/conceito-de-agricultura-familiar.pdf>>.
- ALVES, M. S. O.; ALVES, A. M.; NAVES, M. M. V. Compostos bioativos e atividade antioxidante de pseudofrutos de caju arbóreo do Cerrado. **Rev Inst Adolfo Lutz**, v. 72, n. 4, p. 327–331, 2013.
- AVIDOS, M. F. D.; FERREIRA, L. T. Frutos dos cerrados. **Biotecnologia Ciência e Desenvolvimento**, n. 15, p. 36–41, 2004.
- BALSADI, O. V. Agricultura familiar e pluriatividade no Centro-Oeste. **Revista de Política Agrícola**, p. 98–117, 2009.
- BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.
- BERGSON, H. **A Evolução Criadora**. tradução B ed. São Paulo: Martins Fontes, 2005.
- BERGSON, H. Reconhecimento da Memória - Matéria e Memória (1).pdf. In: **Matéria e Memória**. 3 Ed ed. São Paulo: Câmara Brasileira do Livro, 2006.
- BIRD, B. **Ratatouille**. Brasil. Disney PIXAR, 2007.
- BISPO, T. W. **AGROEXTRATIVISMO NO VALE DO RIO URUCUIA - MINAS GERAIS: FORMAS DE ORGANIZAÇÃO DA PRODUÇÃO E DA DISTRIBUIÇÃO**. [s.l.] Universidade de Brasília, 2014a.
- BISPO, T. W. **Agroextrativismo no vale do Rio Urucuia – Minas Gerais: formas de organização da produção e da distribuição**. [s.l: s.n.].
- BISPO, T. W.; DINIZ, J. D. DE A. D. Agroextrativismo no Vale do rio Urucuia- MG : uma análise sobre pluriatividade e multifuncionalidade no Cerrado. **Sustentabilidade em Debate**, v. 5, n. 3, p. 37–55, 2014.
- BŁĄD, M. Pluriactivity of farming families – old phenomenon in new times. **Rural Areas and Development**, v. 7, p. 155–165, 2010.
- BLUM, R. Agricultura familiar: Estudo Preliminar da Definição, Classificação e Problemática. In: TEDESCO, J. C. (ORG. . (Ed.). . **Agricultura Familiar: Realidades e Perspectivas**. 3. ed. Passo Fundo: UPF, 2001. p. 406.
- BONA, F. D. Memórias gastronômicas em Vinícius de Moraes Gastronomic memories in Vinicius de Moraes Fabiano Dalla Bona 1. **Todas as Musas**, v. 5, n. 1, p. 12–23, 2013.

BRASIL. **Decreto nº1.946, de 28 de junho de 1996.** Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/D1946.htm>. Acesso em: 6 mar. 2017.

BRASIL. **LEI Nº 11.326, DE 24 DE JULHO DE 2006** **Legislação Citada Anexada Pela Coordenação de Estudos Legislativos - CEDI,** 2006. Disponível em: <<http://www.camara.gov.br/sileg/integras/837541.pdf>>. Acesso em: 30 jan. 2017

BRASIL, M. DA S. **Alimentos Regionais Brasileiros.** 2. ed. Brasília: Departamento de Atenção Básica, 2015.

BRITO, A. M. P. DE; GUIMARÃES, J. F. S.; REZENDE, C. V. **O CONCEITO DE MEMÓRIA NA OBRA “ MATÉRIA E MEMÓRIA ” DE HENRI BERGSON** Eixo Temático: **Formação de Professores Memórias e Narrativas** **RESUMO: SUMMARY:** VI Colóquio Internacional - “Educação e Contemporaneidade”. **Anais...**São Cristóvão: 2012

BUAINAIN, A. M.; SABBATO, A. DI; GUANZIROLI, C. E. **Agricultura Familiar : Um estudo de Focalização Regional.** Congresso da Sociedade Brasileira de Economia e Sociologia Rural. **Anais...**Cuiabá: SOBER - Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural, 2004 Disponível em: <<http://www.sober.org.br/palestra/12/09O437.pdf>>

CARRAZZA, L. R. (ORG. .; FIGUEIREDO, I. (ORG. . **Cerrado que te quero Vivo! - Produtos e Meios de Vida Sustentáveis Apoiados pelo Programa de Pequenos Projetos Ecosociais (PPP-ECOS).** Brasília: Instituto Sociedade, População e Natureza (ISPN), 2010.

CARVALHO, M. P.; SANTANA, D. G.; RANAL, M. A. Emergência de plântulas de *Anacardium humile* A.St.-Hil. (Anacardiaceae) avaliada por meio de amostras pequenas. **Revista Brasileira de Botânica**, v. 28, n. 3, p. 627–633, 2005.

CARVALHO, R. DOS S. et al. Variabilidade genética de cajuzinho-do-cerrado (*Anacardium humile* St.Hill) por meio de marcadores RAPD. **Revista Brasileira de Fr**, v. 34, n. 1, p. 227–233, mar. 2012.

CARVALHO, I. S. H. DE. **Políticas Públicas para o Extrativismo Sustentável no Cerrado.** VI Encontro Da Sociedade Brasileira De Economia Ecológica – Ecoeco. **Anais...**Brasília: 2005 Disponível em: <http://www.ecoeco.org.br/conteudo/publicacoes/encontros/vi_en/artigos/mesa2/politicas_publicas_extrativismo_sust_cerrado.pdf>

CASTRO, C. N. DE. **A agropecuária na região Centro-Oeste: limitações ao desenvolvimento e desafios futuros.** Rio de Janeiro: [s.n.]. Disponível em: <http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/2655/1/TD_1923.pdf>.

CORÇÃO, M. **Os Tempos Da Memória Gustativa : Bar Palácio , Patrimônio Da Sociedade Curitiba (1930-2006).** [s.l.] Universidade Federal do Paraná, 2007a.

CORÇÃO, M. **Memória Gustativa e Identidades: De Proust à Cozinha Contemporânea.** XXIV Simpósio Nacional de História. **Anais...**São Leopoldo:

2007bDisponível em:
<http://www.historiadaalimentacao.ufpr.br/grupos/textos/memoria_gustativa.PDF>

CRUZ, F. T. DA; SCHNEIDER, S. Qualidade dos alimentos, escalas de produção e valorização de produtos tradicionais. **REVISTA BRASILEIRA DE AGROECOLOGIA**, v. 5, n. 2, 2010.

DE CHERNATONY, L. et al. Added value: its nature, roles and sustainability. **European Journal of Marketing**, v. 34, n. 12, p. 39–56, 2000.

DEL GROSSI, M. E.; MARQUES, V. P. M. DE A. Agricultura familiar no censo agropecuário 2006: o marco legal e as opções para sua identificação. **Estudos Sociedade e Agricultura**, v. 18, n. 1, p. 127–157, 2010.

DELEUZE, G. **Proust e os signos**. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2003.

DESLANDES, S. F. et al. **Pesquisa Social : teoria, método e criatividade**. 21. ed. Petrópolis, RJ: [s.n.].

DIÁRIO OFICIAL DA UNIÃO. **Salário mínimo sobe para R\$ 954 a partir de 1º de janeiro — Planalto**. Disponível em: <<http://www2.planalto.gov.br/acompanhe-planalto/noticias/2017/12/salario-minimo-sobe-para-r-954-a-partir-de-1-de-janeiro>>. Acesso em: 17 mar. 2018.

DOS ANJOS, F. S. Pluriatividade E Desenvolvimento Rural No Sul Do Brasil. **Cadernos de Ciência & Tecnologia**, v. 20, n. 1, p. 11–44, 2003.

DRUMMOND, J. A. A extração sustentável de produtos florestais na Amazônia brasileira. **Estudos Sociedade e Agricultura**, v. 6, p. 115–137, 1996.

ELLIS, F. The Journal of Development Studies Household strategies and rural livelihood diversification Household Strategies and Rural Livelihood Diversification. **The Journal of Development Studies**, v. 35, n. 1, p. 1–38, out. 1998.

EMBRAPA. **A Embrapa nos biomas brasileiros**. Brasília: [s.n.]. Disponível em: <<https://ainfo.cnptia.embrapa.br/digital/bitstream/item/82598/1/a-embrapa-nos-biomas-brasileiros.pdf>>.

ERDEM, O.; BEN OUMLIL, A.; TUNCALP, S. Consumer values and the importance of store attributes. **International Journal of Retail & Distribution Management**, v. 27, n. 4, p. 137–144, 1999.

FLANDRIN, J.-L.; MONTANARI, M. **História da Alimentação**. 6. ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998.

FREITAS, H. et al. **Sphinx Aprendiz**. 1. ed. Canoas: SPHINX Brasil, 2008.

FREITAS, H.; JANISSEK, R. **Análise Léxica e Análise de Conteúdo: Técnicas complementares, sequenciais e recorrentes para exploração de dados qualitativos**. Porto Alegre: Editora Sagra Luzzatto, 2000.

FREITAS, G. H. L. DE. O Papel da “Memória Involuntária” em Walter Benjamin Para o Historiador. **Revista Labirinto**, v. 23, p. 157–171, 2015.

FULLER, A. M. “From Part-Time to Pluriactivity: A Decade of Change in Rural Europe.” **Journal of Rural Studies**, v. 6, n. 4, p. 361–373, 1990.

GATTI, L. F. Marcel Proust e o inacabamento do passado. **Margem**, v. 11, n. 17, p. 197–216, 2003.

GERHARDT, T. E. (ORG. .; SILVEIRA, T. (ORG. . **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

GIL, A. C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Editora Atlas S.A., 2002.

GONÇALVES, M. A. B. et al. Aguardente de Cajuzinho do Cerrado: Produção e Análises Físicas e Químicas. **Revista Processos Químicos**, v. 3, n. 6, p. 31–35, 2009.

HALBAWACHS, M. **A memória coletiva**. São Paulo: Le Livro, 1990.

HIGGS, S. Social norms and their influence on eating behaviours. **Appetite**, v. 86, p. 38–44, 2015.

HIRONAKA, G. M. F. N. O extrativismo como atividade agrária. **Revista Jus Navigandi**, v. 5, n. 42, 2000.

HOMMA, A. K. O. **Extrativismo, biodiversidade e biopirataria na Amazônia** Embrapa Informação ecológica. Brasília, DF: [s.n.].

IBGE. **Mapa de Biomas e de Vegetação**. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/21052004biomashtml.shtm>>. Acesso em: 18 abr. 2017.

IBGE, I. B. DE G. E E. **Censo Agropecuário 2006 - Agricultura Familiar: Primeiros Resultados Brasil, Grandes Regiões e Unidades da Federação**. Rio de Janeiro: [s.n.].

IBGE - CENSO AGROPECUÁRIO. **Tabela 1258 - Número de estabelecimentos, Área, Valor total da produção, Renda, Despesa e Fincanciamento dos estabelecimentos agropecuários, segundo indicadores da agricultura familiar e não familiar - FAO**. Disponível em: <<http://www2.sidra.ibge.gov.br/bda/tabela/protabl.asp?c=1258&z=t&o=11&i=P>>. Acesso em: 17 abr. 2017.

INSTITUTO NACIONAL DE EDUCAÇÃO AMBIENTAL. **O que é agroextrativismo** Instituto Nacional de Educação Ambiental.

KLINK, C. A.; MACHADO, R. B. A conservação do Cerrado brasileiro. **Megadiversidade**, v. 1, n. 1, p. 147–155, 2005.

KRIPPENDORFF, K. **Content Analysis: An Introduction to Its Methodology**. 2. ed. [s.l.] SAGE Publications, 2004.

LE GOFF, J. **História e memória**. Campinas: Editora da UNICAMP, 1990.

LESZINSKI, R.; MARN, M. V. Setting value, not price. **The McKinsey Quarterly**, n. 1, p. 98–115, 1997.

LÉVI-STRAUSS, C. **Antropologia Estrutural**. São Paulo: Cosac Naify, 1985.

MAPA; MMA. **INSTRUÇÃO NORMATIVA CONJUNTA Nº 17, DE 28 DE MAIO DE 2009 - Normas técnicas para a obtenção de produtos orgânicos oriundos do extrativismo sustentável** Brasil, 2009. Disponível em: <<http://www.organicnet.com.br/midia/pdf/in17-29-05-2009.pdf>>

MARAFON, G. J.; RIBEIRO, M. Â. AGRICULTURA FAMILIAR, PLURIATIVIDADE E TURISMO RURAL: reflexões a partir do território fluminense/FAMILY AGRICULTURE, PLURAL ACTIVITIES. **Campo-território: Revista de Geografia Agrária**, n. 18–19, p. 17–40, 2006.

MARCHIOLI, G. F. **Memória e Gastronomia: Agricultura Orgânica e Afetiva**. [s.l.] Universidade de Brasília - UnB, 2017.

MARCONI, M. DE A.; LAKATOS, E. M. **Técnicas de Pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados**. 5. ed. São Paulo: Publicação Atlas, 2002.

MATTEUCCI, M. B. DE A. et al. A flora do Cerrado e suas formas de aproveitamento. **Pesquisa Agropecuária Tropical (Agricultural Research in the Tropics)**, v. 25, n. 1, p. 13–30, 1995.

MEDEIROS, J. D. D. **Guia de campo: vegetação do Cerrado 500 espécies** Biodiversidade, 43. Brasília: MMA/SBF, 2011a.

MEDEIROS, J. D. D. Guia de campo: vegetação do Cerrado 500 espécies. **Biodiversidade**, 43, p. 532, 2011b.

MMA. **Programa Nacional de Conservação e Uso Sustentável do Bioma Cerrado**. Brasília: [s.n.].

MOSCAROLA, J.; JENKINS, M. Content and Lexical Analysis : a Qualitative Practical Application. **Management**, n. 70498, p. 1–36, 1998.

NOGUEIRA, M.; FLEISCHER, S. Entre tradição e modernidade: potenciais e contradições da cadeia produtiva agroextrativista no Cerrado. **Estudos Sociedade e Agricultura**, v. 13, n. 1, p. 125–157, 2005.

NORRA, P. Entre Memória e História: a problemática dos lugares. **Projeto História. Revista do Programa de Estudos Pós - Graduados de História**, v. 10, p. 7–28, 1993.

OLIVEIRA, LEONARDO DOS SANTOS; PALUDO, ADRIANO; FRANÇA, LEONICE VIEIRA; VILELA, MARIA DE FÁTIMA; DUBOC, E. **Distribuição geográfica de espécies nativas do cerrado: Resultados preliminares.** IX Simpósio Nacional do Cerrado - Desafios e estratégias para o equilíbrio entre sociedade, agronegócio e recursos naturais. **Anais...**Brasília, DF: II Simpósio Internacional de Savanas Tropicais., 2008

OLIVEIRA, D. L.; ROCHA, C. Alternativas Sustentáveis para a Merenda Escolas com o Uso de Plantas do Cerrado, Promovendo Educação Ambiental. **Revista Eletrônica do Mestrado em Educação Ambiental**, v. 21, p. 35–53, 2008.

OLIVEIRA, R. M. DE; HESPANHOL, R. A. DE M. O agroextrativismo praticado pelos povos tradicionais do cerrado como alternativa de reprodução social econômica e cultural. **Revista Geográfica de América Central**, v. 2, n. 47, p. 1–19, set. 2011.

OLIVEIRA, W. L. DE; SCARIOT, A. **Boas práticas de manejo para o extrativismo sustentável do pequi.** Brasília: [s.n.].

PEREIRA SILVA, S. **A AGRICULTURA FAMILIAR E SUAS MÚLTIPLAS INTERAÇÕES COM O TERRITÓRIO: UMA ANÁLISE DE SUAS CARACTERÍSTICAS MULTIFUNCIONAIS E PLURIATIVAS.** Brasília: [s.n.]. Disponível em: <http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/4162/1/td_2076.pdf>. Acesso em: 31 jan. 2017.

PERULLO, N. **O Gosto Como Experiência: ensaio sobre filosofia e estética do alimento.** São Paulo: SESI -SP editora, 2013.

POLLAK, M. Mémória, Esquecimento, Silêncio. **Estudos Históricos**, v. 2, n. 3, p. 3–15, 1989.

PORTER, M. E. **Estrategia Competitiva: técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia.** 38° ed. Colonia San Juan Tihuaca: Grupo Editorial Patria, 2008a.

PORTER, M. E. **Estrategia competitiva : Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia.** 38° ed. Mexico, DF: Grupo Editorial Patria, 2008b.

PROUST, M. **Em Busca do Tempo Perdido - No Caminho de Swann - Combray.** vol. 1 ed. [s.l.] Digital Source, 1913. v. 1

REGINA, E. et al. **Avaliação agronômica do cajuzinho-do-cerrado (Anacardium othonianum Rizz.) em Goiás.** VII ENSub. **Anais...**Goiânia: 2010Disponível em: <https://www.agro.ufg.br/up/68/o/AVALIA____O_AGRON__MICA_DO_CAJUZINHO-DO-CERRADO.pdf>

RIBEIRO, J. F., & WALTER, B. M. T. Fitofisionomias do bioma Cerrado. In: SANP, S. M.; ALMEIDA, S. P. DE (Eds.). **Cerrado : ambiente e flora.** [s.l.] Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária, Centro de Pesquisa Agropecuária dos Cerrados, Ministério da Agricultura e do Abastecimento, 1998. p. 87–166.

SAMPAIO, M. B. et al. **Boas práticas de manejo para o extrativismo sustentável**

do capim dourado e buriti. Brasília: Embrapa Recursos Genéticos e Biotecnologia, 2010.

SANTOS, C. R. A. DOS. A alimentação e o seu lugar na história: Os tempos da memória gustativa. **Histórias Questões & Debates**, v. 42, n. 1, p. 21, 2005.

SCARIOT, A. (ORG. .; SILVA, J. C. S. (ORG. .; FELFLI, J. M. (ORG. . **Cerrado: Ecologia, Biodiversidade e Conservação.** Brasília, DF: Ministério do Meio Ambiente, 2005.

SCHNEIDER, S. TEORIA SOCIAL, AGRICULTURA FAMILIAR E PLURIATIVIDADE *. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 18, n. 51, p. 24, 2003.

SCHNEIDER, S. et al. A pluriatividade e as condições de vida dos agricultores familiares do Rio Grande do Sul. In: **A Diversidade da Agricultura Familiar.** 1. ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2006. p. 137–165.

SCHNEIDER, S. A pluriatividade no meio rural brasileiro: características e perspectivas para investigação. In: GRAMMONT, HUBERT C. DE; MARTINEZ VALLE, L. (COMP.). (ORG. . (Eds.). . **La pluriactividad en el campo latinoamericano.** 1. ed. Quito: Ed. Flacso - Serie FORO, 2009. v. 1p. 132–161.

SCHNEIDER, S.; CONTERATO, M. A. Tranformações Agrárias, Tipos de Pluriatividade e Desenvolvimento Rural: considerações a partir do Brasil. In: NEIMAN, G. (ORG. .; CRAVIOTTI, C. (ORG. . (Eds.). . **Entre el Campo 1 y la Ciudad - Desafíos y estrategias de la pluriactividad en el agro .** Buenos Aires: Ciccus, 2006. p. 1–29.

SCHWARTZ, S. H. Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. **Advances in Experimental Social Psychology**, v. 25, n. 1, p. 1–65, 1992.

SCHWARTZ, S. H. Valores humanos básicos: seu contexto e estrutura intercultural. In: TAMAYO, Á.; PORTO, J. B. (Eds.). . **Valores e comportamento nas organizações.** 1. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2005. p. 21–55.

SCHWARTZ, S. H.; BILSKY, W. Toward a universal psychological structure of human values. **Journal of Personality and Social Psychology**, v. 53, n. 3, p. 550–562, 1987.

SCHWARTZ, S. H.; BILSKY, W. Toward a theory of the universal content and structure of values: Extensions and cross-cultural replications. **Journal of Personality and Social Psychology**, v. 58, n. 5, p. 878–891, 1990.

SHETH, J. N.; NEWMAN, B. I.; GROSS, B. L. Why We Buy What We Buy: A Theory of Consumption Values. **Journal of Business Research**, v. 22, p. 159–171, 1991.

SILVA, C. E. M. **O Cerrado em Disputa: apropriação global e resistências locais.** Brasília: Confea, 2009.

SILVA, M. R.; SILVA, M. S.; OLIVEIRA, J. S. Estabilidade de ácido ascórbico em pseudofrutos de Caju-do-Cerrado refrigerados e congelados. **Pesquisa Agropecuária Tropical**, v. 34, n. 1, p. 9–14, 2004.

SILVA, S. P. Agricultura familiar e território: aspectos conceituais e analíticos sobre a multifuncionalidade e a pluriatividade / Family farm and territory: conceptual and analytical aspects on multifunctionality and pluriativity. **CAMPO - TERRITÓRIO: REVISTA DE GEOGRAFIA AGRÁRIA**, v. 11, n. 22, p. 243–270, 2016.

SILVA, C. J. DA et al. Produção de serrapilheira no Cerrado e Floresta de Transição Amazônia-Cerrado do Centro-Oeste Brasileiro. **Acta Amazonica**, v. 37, n. 4, p. 543–548, 2007.

SILVA, J. A. DA et al. **Coleta de sementes, produção de mudas e plantio de espécies frutíferas nativas dos Cerrados: informações exploratórias** Planaltina EMBRAPA - CPAC, , 1992.

TAMAYO, Á.; PORTO, J. B. **Valores e comportamento nas organizações**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2005.

VILA VERDE, G. M.; PAULA, J. R.; CANEIRO, D. M. Levantamento etnobotânico das plantas medicinais do cerrado utilizadas pela população de Mossâmedes (GO). **Revista Brasileira de Farmacognosia**, v. 13, p. 64–66, 2003.

VINSON, D. E.; SCOTT, J. E.; LAMONT, L. M. The Role of Personal Values in Marketing and Consumer Behavior. **Journal of Marketing**, v. 41, n. 2, p. 44–50, 1977.

WANDERLEY, N. B.; FAMILIAR, A. A valorização da agricultura familiar e a reivindicação da ruralidade no Brasil The importance of family farming and the demands of rurality in Brazil. **Desenvolvimento e Meio Ambiente**, n. 2, p. 29–37, 2000.

ZEITAML, V. A. Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. **Journal of Marketing**, v. 52, n. July, p. 2–22, 1988.

ZUIN, L. F. S.; ZUIN, P. B. **PRODUÇÃO DE ALIMENTOS TRADICIONAIS** Contribuindo para o desenvolvimento local/regional e dos pequenos produtores rurais. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, v. 4, n. 1, p. 109–127, 2008.

**APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA DE CAMPO AGROEXTRATIVISTAS
(PRÉ TESTE/ VALIDAÇÃO)**

**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA – UnB
FACULDADE DE AGRONOMIA E MEDICINA VETERINÁRIA – FAV
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM AGRONEGÓCIOS – PROPAGA**

MESTRANDA EM AGRONEGÓCIOS: ALINE DE OLIVEIRA MONTEIRO

ROTEIRO DE ENTREVISTA DE CAMPO – AGROEXTRATIVISTAS

DATA: ___/___/___

ENTREVISTADOR:

PARTE I – Identificação/Caracterização do Produtor

1. Nome: _____
2. Gênero: () Feminino () Masculino
3. Qual sua faixa etária?
() 18 – 24 anos () 25 – 30 anos () 31 – 40 anos () 41 – 50 anos () 51 – 60 anos
() 61 – 70 anos () 70++
4. Raça: () Branca () Indígena () Negra () Parda
5. Grau de Escolaridade:
() Não Alfabetizado () Fundamental 1ª a 4ª () Fundamental 5ª a 8ª
() Ensino Médio () Ensino Superior () Pós-Graduação
6. Estado Civil: () Solteiro (a) () Casado (a) () Divorciado (a) () Viúvo (a)
7. Onde reside/Qual sua origem (estado e município)?

8. Qual a sua renda familiar?

() < R\$937,00 () R\$938,00 – R\$1.874,00 () R\$ 1.875,00 – R\$3.750,00 ()
R\$3.751,00 – R\$7.502,00 () R\$7.503,00 – R\$10.000,00 () > R\$10.000,00

9. Há quanto tempo reside no local?

10. Possui filhos? () Sim () Não

10.1 Caso sim, quantos?

10.2. Moram com você? () Sim () Não

11. Há quanto tempo pratica a coleta do cajuzinho-do-cerrado?_

11.1. Qual é o principal fruto do Cerrado coletado?

11.2. Liste os produtos.

12. Situação da propriedade:

() Própria () Alugada () Arrendada () Assentamento () Posse
() Financiada () Outro _____

13. Área da propriedade:

14. Qual a principal fonte de renda da propriedade (termos de volume, receita)?

15. Recebe algum tipo de auxílio do governo (Programa Bolsa Verde, Bolsa Família...)?

16. Todos os membros da família participam da coleta e da atividade agrícola?

17. Exerce alguma outra atividade fora da propriedade rural (atividades com carteira assinada)? Ex: serviços domésticos, serviços gerais, professor, pedreiro...

18. Você exerce alguma atividade remunerada?

18.1. Qual a principal fonte de renda da família?

PARTE II – Agroextrativismo do cajuzinho-do-cerrado

1. Vocês trabalham com o cajuzinho-do-cerrado?
2. O cajuzinho-do-cerrado é o principal fruto coletado por sua família?
3. Sua família consome o cajuzinho-do-cerrado coletado?
4. Aonde o cajuzinho-do-cerrado é coletado?
5. Você acha que a renda obtida com a coleta do cajuzinho-do-cerrado é suficiente para a sobrevivência da sua família? E se juntar com a coleta dos outros frutos?
6. Quais são as principais dificuldades na coleta do cajuzinho?

PARTE III – Beneficiamento do fruto

1. Quais são os produtos produzidos em sua propriedade com o cajuzinho-do-cerrado?
2. Na produção desses manufaturados de cajuzinho-do-cerrado, você emprega ao alimento algum tipo de diferenciação?
3. Como você prepara/Qual o método?
4. Por que você faz assim?
5. Onde você aprendeu/Com quem você aprendeu?
6. O que no seu produto é diferente do produto do vizinho?
7. Você utiliza algum sabor que você costumava comer quando jovem?
8. Quais derivados de cajuzinho-do-cerrado você consumia? E agora, o que mudou?
9. Você gostaria de voltar a consumir algum derivado de sua infância?
10. Quais são as formas de processamento que você mais utiliza?
11. A comunidade local aprova os produtos produzidos?

PARTE IV – Percepção do cajuzinho-do-cerrado

1. Qual a sua principal lembrança ao consumir o fruto?
2. Você o consumia quando era criança/jovem?
3. Quais são as suas principais formas de consumo?
4. Quando e como você conheceu o cajuzinho-do-cerrado?
5. Quando você o consome vem alguma lembrança relacionada a forma como você o comia antes? Ex: sabor, modo de preparação, local de consumo...

6. Você lembra de algum fato ou pessoas relacionadas a esse fruto? (Ex: pessoas que estavam junto no momento)

**APÊNDICE B – ROTEIRO DE ENTREVISTA DE CAMPO CONSUMIDORES (PRÉ
TESTE/ VALIDAÇÃO)**

**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA – UnB
FACULDADE DE AGRONOMIA E MEDICINA VETERINÁRIA – FAV
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM AGRONEGÓCIOS – PROPAGA**

MESTRANDA EM AGRONEGÓCIOS: ALINE DE OLIVEIRA MONTEIRO

ROTEIRO DE ENTREVISTA DE CAMPO – CONSUMIDORES

DATA: ___/___/___

ENTREVISTADOR:

PARTE I – Identificação/Caracterização do Consumidor

1. Nome: _____

2. Gênero: () Feminino () Masculino

3. Qual sua faixa etária?

() 18 – 24 anos () 25 – 30 anos () 31 – 40 anos () 41 – 50 anos () 51 – 60 anos

() 61 – 70 anos () 70++

4. Raça: () Branca () Indígena () Negra () Parda

5. Grau de Escolaridade:

() Não Alfabetizado () Fundamental 1ª a 4ª () Fundamental 5ª a 8ª

() Ensino Médio () Ensino Superior () Pós-Graduação

6. Estado Civil: () Solteiro (a) () Casado (a) () Divorciado (a) () Viúvo (a)

7. Onde reside/Origem (estado e município)?

8. Qual a sua renda familiar?

< R\$937,00 () R\$938,00 – R\$1.874,00 () R\$ 1.875,00 – R\$3.750,00 () R\$3.751,00
– R\$7.502,00 () R\$7.503,00 – R\$10.000,00 () > R\$10.000,00

PARTE II – Percepção do cajuzinho-do-cerrado

1. Você conhece o cajuzinho-do-cerrado?
2. Quais são as principais características do fruto para você? Listar (aparência, cor, sabor, odor, textura).
3. Você prefere ele *in natura* ou processado?
 - 3.1 Se for processado, em quais tipos de preparação?
4. Qual a sua principal lembrança ao consumir o fruto?
5. Você o consumia quando era criança/jovem?
6. Quando e como você conheceu o fruto?
7. Quando você o consome vem alguma lembrança relacionada a forma como você o comia antes? Ex: sabor, modo de preparação, local de consumo...
8. Você lembra de algum fato ou pessoas relacionadas a esse fruto? (Ex: pessoas que estavam junto no momento).