



## **Mercado de hortaliças não convencionais em feiras de São Cristóvão – SE** *Unconventional vegetable market in São Cristóvão fairs - SE*

LANA, Maria Júlia Miranda de Paula<sup>1</sup>; SOUZA, Maria Regina de Miranda<sup>2</sup>; SANTOS, Débora Cristina Lucas<sup>3</sup>; PINTO, Cleide Maria Ferreira<sup>2</sup>; PINTO, Cláudia Lúcia de Oliveira<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> Universidade Federal de Sergipe, mariajulia.miranda@hotmail.com.<sup>2</sup> Empresa de Pesquisa Agropecuária de Minas Gerais, reginas.epamig@gmail.com; cleide@epamig.br; claudia.epamig@gmail.com<sup>3</sup>, Universidade Federal de Viçosa, debssantos92@gmail.com.

### **Eixo temático: Biodiversidade e Bens Comuns dos Agricultores, Povos e Comunidades Tradicionais**

**Resumo:** Hortaliças não convencionais (HNCs) são aquelas que, em determinadas regiões, faziam parte das refeições, mas foram esquecidas e ou desvalorizadas, pela ocorrência de mudanças dos hábitos alimentares. Objetivamos identificar e analisar a comercialização dessas hortaliças e o seu conhecimento por feirantes do município de São Cristóvão-SE. Aplicaram-se entrevistas semiestruturadas a três feirantes da Feira Agroecológica da Universidade Federal (UFS), quatro do Bairro Rosa Elze e um do Bairro Eduardo Gomes. Explicou-se o significado das “HNCs” e avaliou-se o conhecimento do feirante sobre consumo e comercialização destas hortaliças. Observou-se que o conhecimento dos feirantes sobre as HNCs está associado ao conhecimento popular de plantas medicinais. Conclui-se que é necessário conscientizar a população sobre os benefícios das HNCs como alternativa de consumo. Faz-se necessário implementar estratégias que estimulem a produção e comercialização destas hortaliças.

**Palavras-chave:** Hortaliças Tradicionais; HNCs; Mercado; Nutrição; Saúde.

**Key words:** Traditional Vegetables; HNCs; Market; Nutrition; Health

### **Introdução**

As hortaliças tradicionais, ou hortaliças não convencionais (HNCs), têm ou tiveram influência na cultura alimentar em algumas regiões, entretanto, tornaram-se desconhecidas pela maioria da população em função da disseminação do consumo de alimentos produzidos em grande escala e de produtos industrializados (MADEIRA; KINUPP, 2016). Incluí-las, novamente, na alimentação é uma forma de aumentar a diversificação e a possibilidade do fornecimento dos nutrientes em quantidade e qualidade necessárias para o organismo e, assim, promover a saúde. Além de serem ricas em nutrientes, muitas são recomendadas na medicina popular. Diante da importância das HNCs para a segurança alimentar, criaram-se, no Brasil, políticas públicas para resgatar o seu conhecimento e consumo (BRASIL, 2010), sendo que a sua oferta no comércio, praticamente limitada às feiras livres, pode contribuir para facilitar seu acesso pela população (SOUZA et al., 2016). Em São Cristóvão, localiza-se a sede da Universidade Federal de Sergipe, em torno da qual surgiram os bairros Jardim Rosa Elze e Jardim Eduardo Gomes. Por meio de um programa de valorização das feiras livres de Aracaju, que abrange a região metropolitana, feiras livres são realizadas, semanalmente e têm importância na geração de renda e na promoção da saúde de produtores e consumidores do



município. Considerando-se a escassez de pesquisas sobre HNCs e a sua disponibilidade em feiras livres de São Cristóvão, objetivamos avaliar o conhecimento de feirantes sobre a diversidade e comercialização desse grupo de hortaliças.

## Metodologia

Entrevistaram-se 8 feirantes no município de São Cristóvão-SE de feiras realizadas em bairros circundantes da Universidade Federal de Sergipe (UFS). Quatro feirantes eram da feira do bairro Jardim Rosa Elze, um feirante do bairro Jardim Eduardo Gomes e três da Feira Agroecológica da UFS. Para isto, empregou-se metodologia descrita por Duarte (2004). Foi explicado aos entrevistados o conceito de HNCs considerando ser um termo acadêmico (KINUPPI e LORENZI, 2010). Questionou-se sobre o conhecimento de HNCs com apresentação de fotos para facilitar o reconhecimento da hortaliça. Outras questões sobre consumo, demanda e comercialização foram levantadas. Para análise dos dados, empregou-se a metodologia da análise de discurso (ORLANDI, 2009) e estatística descritiva.

## Resultados e Discussão

A maioria dos feirantes relataram conhecer as HNCs apresentadas em fotos (Tabela 1) entretanto, associam o conhecimento e a importância dessas hortaliças às plantas medicinais, o que demonstra que a identidade dessas plantas é comum no saber popular com relação aos seus benefícios à saúde. Além disso, demonstraram conhecimento de outras HNCs como a major gomes, a maniçoba, que é a folha de mandioca ou macaxeira (*Manihot esculenta*). Todos os entrevistados já ouviram falar e já fazem uso das HNCs apresentadas sendo que as mais comercializadas pelos feirantes são: maxixe, major gomes (bredo) e a beldroega, sendo que essas últimas são vendidas mediante encomenda dos consumidores. O maxixe é comercializado por dois feirantes da feira do Rosa Elze e um da feira do Bairro Eduardo Gomes (Tabela 1). Dois dos entrevistados relataram que as “ervas”, denominação que usam para plantas medicinais, são mais comercializadas do que as HNCs. Um dos feirantes manifestou a preferência em comercializar apenas maxixe. Um feirante da feira agroecológica da UFS, destacou o desconhecimento destas hortaliças pelos consumidores. A maioria dos feirantes destacou a necessidade do conhecimento dos consumidores sobre o valor nutricional e benefícios para a saúde o que poderia resultar em melhoria na comercialização. Os relatos dos feirantes sobre a importância das HNCs foram: “alimentação e saúde” (1), “muitas propriedades para a saúde” (1), “propriedades nutricionais” (1); “bom para a saúde” (3), “Melhor do que (muito) remédio” (3), considerando que alguns fizeram mais do que uma observação. SOUZA et al. (2016) e de SOUZA et al. (2018) enfatizam que ocorre um ciclo vicioso, em que a falta de conhecimento das HNCs pelo consumidor resulta na falta de interesse do comerciante em ofertá-las e no desinteresse do agricultor em produzi-las. A escassez ou ausência do produto no mercado impede novamente o conhecimento das HNCs, o que aumenta o risco da extinção cultural de determinada espécie. O fato de que os feirantes vinculam as HNCs à saúde de forma semelhante



às diversas espécies medicinais sugere que é possível associar o seu próprio saber ao conhecimento das propriedades nutricionais e medicinais dessas hortaliças. À medida que se empoderem do conhecimento técnico e científico é possível aumentar sua capacidade de argumentação com os consumidores. Iniciativas desse tipo contribuirão para a melhoria da saúde da população e o aumento de renda dos feirantes.

	Conhecem(%)	Comercializam (%)
Maxixe <i>Cucumisangoria</i>	87,5	71
Ora-pro-nobis <i>Pereskiaaculeata</i>	25	0
Vinagreira <i>Hibiscusacetosella</i>	87,5	0
Almeirão roxo <i>Lactucacandensis</i>	25	0
Taioba <i>Xantosomasagittifolium)</i>	75	0
Araruta <i>Marantaarundinacea</i>	25	0
Beldroega <i>Portulacaoleracea</i>	87	37,5
Caruru <i>Amarantusviridis</i>	50	0
Jequiri <i>Solanumalternatopinnatum</i>	0	0

**Tabela 1.** Feirantes (%) que conheceme comercializamHNCs.

Observou-se maior grau de conscientização dos feirantes da Feira Agroecológica da UFS e no Bairro Rosa Elze com relação ao conhecimento, uso e benefícios do consumo para a saúde. Acredita-se que esse resultado possa ser associado ao fato dos feirantes serem agricultores familiares. Entretanto, o interesse de comercialização ainda é baixo. Na feira realizada no bairro Eduardo Gomes, em que os feirantes não são agricultores familiares, observou-se baixo grau de conhecimento geral e de interesse pela venda.

## Conclusões

Embora a maioria dos feirantes conheçam algumas das HNCs, sua comercialização nas feiras ainda é praticamente inexistente considerando que apenas maxixe e beldroegasão comercializados. Desta forma, pode-se concluir pela necessidade de conscientização de feirantes e consumidores e implementação de estratégias para estimular produção, comercialização e consumo. Os benefícios que podem advir destas ações incluem a diversificação da produção, aumento da renda de produtores e feirantes e melhoria da qualidade de vida da população.



## Agradecimentos

À Fundação de Amparo à Pesquisa de Minas Gerais (FAPEMIG) e aos agricultores familiares e feirantes.

## Referências bibliográficas

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Manual de hortaliças não convencionais/Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Secretaria de Desenvolvimento Agropecuário e Cooperativismo. Brasília: Mapa/ACS, 2010. 92 p.

DUARTE, R. Educar. **Entrevistas em pesquisas qualitativas**. Editora UFPR: Curitiba: n. 24, p. 213-225, 2004.

MADEIRA, N.R.; KINUPP, V.F. Experiências com as plantas alimentícias não convencionais no Brasil. **Informe Agropecuário**, v.37, n.295, p.7-11, 2016.

ORLANDI, E. P. **Análise de Discurso: princípios & procedimentos**. 8. ed. Campinas: Pontes, 2009. 100p

SOUZA, M; CORREA, E. Perfil de produção e comercialização do Ora-Pro-Nobis em dois contextos regionais de Minas Gerais: Perspectivas de agregação de valor. **Revista Brasileira de Agropecuária Sustentável**, v.6, n.4, p.45-50, 2016.

SOUZA; A; PINTO, C.L.O.; PINTO, C, M.F.; SILVA, C.T. Comercialização de hortaliças não convencionais (HNCs) em mercados da área central de Viçosa-MG. In: LANA et al. **Anais de resumos expandidos**. IX Simpósio Brasileiro de Agropecuária Sustentável, 20 e 21 de setembro de 2018, Viçosa, MG.