



## **As mulheres rurais na produção de alimentos orgânicos**

### *Rural women in the production of organic foods*

SOUZA, Antônia Egídia<sup>1</sup>; FLORES, Mariana<sup>1</sup>; ALVES,  
Eliziane<sup>1</sup>; VIEIRA, Marcia Gilmara Marian<sup>1</sup>.

<sup>1</sup>Universidade do Vale do Itajaí, egidiasouza16@gmail.com; maricristina.f@hotmail.com;  
lisi.bc.sc@gmail.com; mmarian@univali.br.

### **Tema Gerador: Estratégias Econômicas em Diálogo com a Agroecologia**

#### **Resumo**

Nos últimos anos houve um crescimento na produção de produtos orgânicos baseado em fundamentos agroecológicos e que são produzidos por mulheres. Considerando essa questão, a proposta do presente estudo consiste em investigar o perfil das mulheres rurais que possuem negócios envolvendo produção de alimentos orgânicos, os motivos para iniciar esses negócios e o quanto elas estão satisfeitas com a iniciativa. Para alcançar os objetivos a Metodologia utilizada foi a qualitativa. Quanto ao público alvo foram selecionadas seis mulheres que produzem e comercializam produtos orgânicos. Para a coleta de dados empregou-se entrevistas semiestruturadas e observação. A análise dos dados foi elaborada de forma descritiva. Como resultado observou-se que as mulheres rurais buscam abrir seus próprios negócios para complementar a renda familiar, para manter a família na agricultura e também visando sua própria independência.

**Palavras-chave:** Iniciativa empresarial. Mulheres rurais. Produção de alimentos orgânicos.

#### **Abstract**

In the last years there was an increase in the production of organic products based on agroecological fundamentals produced by women. Considering this statement, the purpose of this study is to investigate the profile of rural women that run organic-related ventures, their motivation in starting such business and how satisfied they are with the initiative. To accomplish such goals the use of qualitative methodology was the chosen one. This study targets six women who produce and commercialize organic products. Semistructural interviews and observation are the chosen instruments for data collection. Data analysis was made descriptively. As a result it was observed that rural woman look forward found new venture creation for three reasons: to contribute to the family's monthly income, to maintain the family with the job and also thinking about women independence.

**Keywords:** Business initiative; Rural women; organic food production

#### **Introdução**

Na Europa, nos últimos anos, tem havido um aumento do número de pequenas empresas dirigidas por mulheres no setor rural, como indivíduos ou como membros de cooperativas (ANTHOPOULOU, 2008; GIDARAKOU, 2000; IAKOVIDOU, 2007). Essas empresas são orientadas, principalmente, para os que são considerados setores que envolvem habilidades femininas e incrementados com iniciativas agroecológicas como turismo agroecológico e na produção de alimentos orgânicos. No Brasil a propriedade



rural familiar passa por mudanças estruturais. Os espaços que eram considerados apenas para a agricultura estão dando lugar ao desenvolvimento de atividades que complementam a produção agrícola. Nesse novo ambiente, a produção de alimentos orgânicos e atividades voltadas ao agroturismo são novas alternativas de desenvolvimento para a agricultura familiar brasileira. Tais mudanças, em sua composição, têm proporcionado às mulheres a desenvolverem diversas atividades, tanto agrícolas como as não agrícolas (LUNARDI; SOUZA 2009). Vários são os motivos que levam ao surgimento desses empreendimentos, as mudanças no estilo de vida, preocupação com a preservação do meio ambiente, necessidade de manter os filhos na propriedade e a crise econômica. Além disso, o baixo nível de educação formal e de formação profissional direcionam as mulheres rurais para as formas familiares de atividades profissionais, tais como o processamento de alimentos, hospedagem de visitantes. Elas se tornam ativas nas áreas em que são capazes de fazer uso de conhecimento tácito e *know-how* como governantas e nutrição da família. Nesse contexto, este artigo tem como objetivo investigar o perfil das mulheres rurais que possuem negócios envolvendo produção de alimentos orgânicos, bem como seus motivos em iniciar esses negócios e o quanto elas estão satisfeitas com a iniciativa.

### **Método da pesquisa**

Para alcançar os objetivos propostos a pesquisa foi conduzida pela abordagem qualitativa. Quanto aos objetivos é considerada exploratório-descritiva. A pesquisa exploratória foi realizada em um primeiro momento com o propósito de tornar o problema de pesquisa mais explícito, além de aprimorar as ideias. Assim, a pesquisa também se caracteriza com descritiva, pois propõe apresentar as características de um determinado fenômeno (GIL, 1999). Quanto aos participantes da pesquisa pode ser definida como o conjunto de elementos que apresentam determinadas características que se deseja investigar (RICHARDSON, 1985). No caso desse trabalho as participantes foram seis mulheres que produzem e comercializam produtos orgânicos. Para coletar os dados primários foram aplicadas entrevistas semiestruturadas e observação. O propósito dos instrumentos de coleta de dados consistiu em levantar questões sobre o perfil das mulheres rurais que possuem negócios envolvendo produção de alimentos orgânicos, seus motivos em iniciar esses negócios e o quanto elas estão satisfeitas com a iniciativa. As entrevistas foram realizadas por *e-mail* e também foram feitas entrevistas nos locais de trabalho das agricultoras. A análise de dados ocorreu de forma descritiva.



## Análise e discussão dos Resultados

A análise e discussão dos resultados foram divididas em dois momentos: primeiro apresenta-se o perfil das entrevistadas e na sequência, os resultados da motivação para produzir alimentos orgânicos. As entrevistadas foram nomeadas com as letras do alfabeto.

**Tabela 1:** Perfil das pesquisadas

|          | Idade | Estado Civil | Origem Rural | Estrutura Familiar | Grau de Escolaridade |
|----------|-------|--------------|--------------|--------------------|----------------------|
| Mulher A | 59    | Casada       | Sim          | 5                  | 4ª Série             |
| Mulher B | 58    | Casada       | Sim          | 6                  | 2º Completo          |
| Mulher C | 49    | Viúva        | Sim          | 4                  | 2º Completo          |
| Mulher D | 70    | Casada       | Sim          | 7                  | 5ª Série             |
| Mulher E | 45    | Casada       | Não          | 6                  | 5ª Série             |
| Mulher F | 51    | Casada       | Sim          | 7                  | 9ª Série             |

Deste modo, constatamos que a entrevistada A tem 59 anos, é casada e sua família é composta por cinco pessoas, é de origem agrícola, estudou até a 4ª série do ensino fundamental, não trabalha mais na área do plantio há três anos, ela compra e revende, pois a produção era muito cansativa. A mesma já trabalhou em outra área como doceira há oito anos, mas voltou a trabalhar na área da agricultura para conquistar sua própria renda e sair da rotina de fazer doces, ela trabalha com sua família, e divide o tempo entre os negócios e os afazeres domésticos. A entrevistada B tem 58 anos, nasceu em uma família de agricultores, tem o 2º grau completo e seu próprio negócio, mas já trabalhou no ramo de hotelaria. A entrevistada C tem 49 anos, viúva, tem três filhos, é de origem rural e tem o 2º grau completo, sempre trabalhando na área da agricultura. A entrevistada D tem 70 anos, casada, cinco filhos, é de origem rural e estudou até a 5ª série do ensino fundamental, sempre trabalhou na área da agricultura. A entrevistada E tem 45 anos, é casada e sua família é composta por seis pessoas, não é de origem rural, estudou até a 5ª série do ensino fundamental, não trabalha na área do plantio, mas compra e revende os produtos. A pesquisada trabalha com sua família e divide seu tempo entre os negócios e os afazeres domésticos. A entrevistada F tem 51 anos, é casada e sua família se compõe por sete pessoas, é de origem agricultora, tem o ensino fundamental, trabalha na área da agricultura e nunca teve experiência em outro ramo.



Quanto as motivações para empreender na agricultura orgânica a pesquisa evidencia que foram vários fatores. A entrevistada A relata que iniciou seu negócio na área urbana com o dinheiro da poupança e sua renda veio a aumentar depois que tomou a decisão e também melhorou seu convívio social. A opção pelos alimentos orgânicos foi por ser mais saudável, para dar continuidade no negócio, assim, poder ajudar financeiramente sua família e ter um rendimento próprio. Os assuntos referentes ao trabalho são discutidos abertamente em família e no próprio lar, pois seu esposo é um dos maiores incentivadores. A entrevistada afirma que não fez nenhum curso para administrar seu negócio, ela trabalha com comercialização, participação em feiras e também utiliza para consumo próprio. A entrevistada B diz que iniciou seu negócio depois que casou e para dar início ao negócio usou seu próprio dinheiro. O empreendimento fica localizado na área rural e ela divide seu tempo em realizar os afazeres domésticos e o empresarial. Ela ressalta que sua situação financeira e o convívio social melhoraram depois da abertura do negócio. A motivação para trabalhar com o produto orgânico se deu pela procura dos clientes e, assim, abrir o negócio contribuiu para ajudar financeiramente seu esposo, ter um rendimento a mais. Apesar de trabalhar com seu cônjuge, eles não tratam de assuntos da empresa em casa, sendo ele um incentivador para continuação do negócio, ajudando muito neste trabalho. A entrevistada não fez nenhum curso para administrar sua empresa. Trabalha com plantio, comercialização, participação em feiras e também usa para consumo próprio. A entrevistada C revela que depois que começou o negócio sua posição na comunidade local passou a ser como exemplo de vida. Sua motivação principal para o plantio de orgânicos foi pela qualidade de vida, a motivação para ter o próprio negócio foi para usar seu conhecimento e habilidades. Afirma que o incentivo para continuar sua empresa vem dos filhos. Ainda a família ajuda no negócio, ela não fez curso para administrar sua empresa, mas trabalha com plantio, processamento de alimentos, hospedagem para visitantes, comercialização e também utiliza para consumo próprio. Para a entrevistada D o que levou a ter seu negócio foi a tradição familiar e conta que para abrir o seu negócio utilizou empréstimo bancário. A propriedade fica localizada na área rural, ela divide seu tempo entre as atividades domésticas e empresariais, a sua situação financeira melhorou depois que abriu o negócio. Ela relata que a motivação para a produção de orgânicos se deu ao escutar comentários de que faz bem à saúde. Assim, decidiu ter o seu negócio, ajudar a família e ter o próprio rendimento. Os assuntos do trabalho são discutidos em casa e seu esposo a incentiva a continuar a empresa. A mesma tem ajuda familiar em todos os processos da agricultura, ela não fez curso para administrar sua empresa e trabalha com plantio, processamento de alimentos, comercialização, participação de feiras e consumo próprio. Para a entrevistada E o que a fez dar início ao seu negócio foi a



crise, usou o dinheiro da poupança, sua renda veio a aumentar depois que tomou a decisão e também melhorou seu convívio social conhecendo mais pessoas. A escolha pelo produto orgânico foi por ser mais saudável e não possuir agrotóxico, a motivação para dar continuidade no negócio é poder ajudar financeiramente sua família. Assuntos referentes ao trabalho não são discutidos em seu lar e o esposo sempre a incentiva a manter o negócio. A entrevistada não fez nenhum curso para administrar a empresa, trabalha com comercialização, participação em feiras e também utiliza para consumo próprio. A entrevistada F conta que ganhou de herança o terreno para construir o seu negócio, que se localiza na área rural e ainda usou recursos do Pronaf. Ela trabalha com sua família e as obrigações são divididas da seguinte forma: A mulher fica com a cozinha, limpeza, horta e pequenos animais. Homem fica com lavoura e agroindústria. Mas em vários momentos os dois trabalham juntos, dividem essas tarefas. Sua renda melhorou e também seu convívio social tendo mais participações em trabalhos de grupo. A principal motivação para produzir orgânicos foi a forma que ela encontrou para permanecer no campo e também se manter ativa na interação social. Os assuntos da empresa são tratados em casa. O incentivo para continuar seu negócio vem do seu esposo e filhos. Fez cursos para administrar a empresa, trabalha com plantio, processamento de alimentos, comercialização, participação de feiras, hospedagem de visitantes e usa também para consumo próprio.

Em vista dos resultados obtidos, percebe-se que as mulheres estão focadas na criação de negócios com o objetivo de gerar renda adicional e além da renda da propriedade. Parece que as mulheres estão dispostas a correr o risco de assumir a atividade empresarial quando pode ser feito a partir de seus próprios ambientes familiares e em ocupações familiares (tais como cozinhar e processar alimentos). Em suma, as mulheres são agentes locais importantes na conservação do patrimônio cultural, em particular o patrimônio culinário, e na transformação dos recursos locais em mercadorias comercializáveis, embora alguns pesquisadores destaquem que o espaço rural é pouco atrativo para mulheres empreenderem, isso porque existem deficiências estruturais, sociais e institucionais (DRIGA *et al*, 2008; STRATIGAKI, 2005). É ainda notar-se que as políticas de desenvolvimento rural abraçaram ideologias de gênero tradicionais, incorporando práticas e valores de trabalho masculinos. Contudo, apesar das dificuldades enfrentadas pelas mulheres, a pesquisa revela que as mulheres entrevistadas contribuem para a criação de meios de vida que permitem que as famílias se mantenham nas zonas rurais.



## Considerações finais

O objetivo deste artigo foi investigar o perfil das mulheres rurais que possuem negócios envolvendo produção de alimentos orgânicos e os motivos para iniciarem esses. As mulheres agricultoras têm uma visão ampla no que diz respeito à produção de alimentos mais saudáveis como os produtos orgânicos. Assim, as entrevistadas enfatizam a prioridade na plantação e comercialização destes produtos, em busca de uma alimentação equilibrada para suas famílias e também para seus clientes. Desta forma, se envolvendo em atividades empreendedoras e empresariais, elas estão sempre pensando nos detalhes do próprio negócio, querendo melhorar buscando aprendizado para melhor atender os clientes e administrar seus negócios. Elas buscam ajudar a família com o valor que recebem e também inserir os filhos no trabalho, para que trabalhem juntos e eles possam ter uma renda própria. Na maioria dos casos, os maridos trabalham junto e assim, elas são vistas, muitas vezes, apenas como uma ajudante do marido no negócio da família. No entanto, são elas que conciliam seus afazeres domésticos com os negócios. Seus conhecimentos têm base empírica e são baseados nas práticas e trocas de saberes com amigos e familiares, pois a maioria das mulheres entrevistadas é de origem rural ou se casaram com agricultores. Concluímos este artigo ratificando o conceito de Paulilo (2004) e Melo (2003), quando afirmam que é necessário ter acesso a recursos financeiros, para que a mulher possa ter maior autonomia. Essa condição pode e é necessária, mas não suficiente, porque não se pode esquecer o papel central da autodeterminação, que é condicionada por predisposições culturais e traços individuais. Sendo assim, as mulheres atuam de acordo com a sua estrutura familiar, com a posição que elas ocupam na família e em sua localidade. Nesse sentido, entende-se que a maior parte delas busca e luta pela sua autonomia, pensando na união familiar e na contribuição financeira que pode gerar com esse trabalho.

## Referências bibliográficas

- ANTHOPOULOU, T. **Aspects and dynamics of entrepreneurship of rural women in agrofood production**. Gutenberg, Athens (in Greek), 2008.
- DRIGA, O. *et al.* Reasons for the relatively lower entrepreneurial activity levels of rural women in Spain. **Sociologia Ruralis**, 49 (1), 2008, p. 72- 96.
- GIDARAKOU, I. Farm women's new vocational activities: prospects and problems of women's cooperatives and small on-farm businesses in Greece. **Journal of Rural Cooperation** 28 (1), 2000, p. 19 - 37.
- GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1999.



VI CONGRESSO LATINO-AMERICANO  
X CONGRESSO BRASILEIRO  
V SEMINÁRIO DO DF e ENTORNO  
**12-15 SETEMBRO 2017**  
**BRASÍLIA- DF, BRASIL**

## Tema Gerador 12

Estratégias Econômicas em  
Diálogo com a Agroecologia



IAKOVIDOU, O. *et al* . Women entrepreneurs in rural Greece: Do they come from the same “neck of the woods”? Locals, daughters-in-law and urban-newcomers. **New Medit**, n. 2, 2007 p. 57-64.

LUNARDI, R; SOUZA, M. de. Atrizes do Turismo Rural: O Trabalho da Mulher na Atividade Turística na Região de Campos de Cima da Serra (RS). **Revista Agriculturas: Experiências em Agroecologia**, Rio de Janeiro, v.6, n.3, 2009, p.15-17.

MELO, L. **Relações de Gênero na Agricultura Familiar: o caso do Pronaf em Afogados da Ingazeira - Pe**. 2003. Tese (Doutorado em Sociologia). Universidade Federal de Pernambuco, Programa de Pós Graduação em Sociologia, Recife, 2003.

PAULILO, M. I. Trabalho familiar: uma categoria esquecida de análise. **Revista Estudos Feministas**, v.12, n.1, p. 229-252, jan./abr., Florianópolis, 2004.

RICHARDSON, R. **Pesquisa Social**. São Paulo: Atlas, 1985.

STRATIGAKI, M. Being an entrepreneur and raising children: Cumulative roles of women. In: STRATIGAKI M. (Ed.). **Female Entrepreneurship**. Gutenberg, Athens, 2005.