



AS FEIRAS ENQUANTO ESPAÇO DE CONSTRUÇÃO DE IDENTIDADE: UM DE ESTUDO DE CASO EM DE ALEGRETE E ITAQUI-RS.

AS FAIR AS IDENTITY CONSTRUCTION AREA: A CASE STUDY IN ALEGRETE AND ITAQUI -RS.

Janaína Balk Brandão, Professora Adjunta da Unipampa em exercício provisório na Universidade Federal de Santa Maria. Email: janainabalkbrandao@hotmail.com
 Andréia Furtado da Fontoura Maier, EMATER/ASCAR/RS. Email: andreia.ufsm@gmail.com
 Gisele Martins Guimarães, Professora Adjunta da Universidade Federal de Santa Maria. Email: giseleguima@yahoo.com.br
 Laura Possani. Universidade Federal de Santa Maria. Email: laurapossani@gmail.com

Grupo de Pesquisa: GT 1: Comercialização, Mercados e Preços

Resumo

Este trabalho consiste num estudo de caso que se propõe a pesquisar as Feiras de Produtores dos municípios de Alegrete e Itaqui no extremo oeste do estado do Rio Grande do Sul, tendo como objeto de examinar os aspectos produtivos e os entraves verificados para consolidação das feiras. Conforme a realidade encontrada, pode-se dizer que a assistência técnica é deficitária e que as duas experiências apresentadas comercializam produtos em desacordo com a legislação. Apresentam potencial de expansão especialmente no que diz respeito às frutíferas e tem nos produtos agroindustrializados um grande pilar. A relação produtor x consumidor pode trazer para o agricultor vantagens competitivas, já que o mesmo pode apostar na estratégia de enfoque ou diferenciação. Por fim, destaca-se a utilização do canal curto como uma alternativa atraente para os agricultores familiares nessa região já que agrega valor ao produto e gera capital imediato, sem a necessidade de escala mínima.

Palavras-chave: Canal direto; Perfil dos agricultores; Entraves para comercialização;

Abstract

This paper is a case study that aims to research the show's Producers of Alegrete and Itaqui municipalities in the far west of the state of Rio Grande do Sul, with the object of examining the productive aspects and obstacles checked for consolidation of trade. As the reality found,

João Pessoa - PB, 26 a 29 de julho de 2015

SOBER - Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural



it can be said that technical assistance is deficient and that the two experiments presented marketing products in compliance with the legislation. They have particular potential for expansion with respect to the fruit product and has a large agroindustrialized pillar. The relationship producer x consumer can bring to the farmer competitive advantages, since the same can bet the focus strategy or differentiation. Finally, there is the use of short channel as an attractive alternative for family farmers in this region since adds value to the product and generates immediate capital, without the need for minimum scale.

Keywords: *Direct channel; Profile of farmers; Barriers to commercialization.*

1. Introdução

A produção de Frutas, Legumes e Hortaliças (FLV) tanto comercial como para a subsistência, possui um papel importante para a atividade agrícola familiar, contribuindo para o seu fortalecimento e garantindo sua reprodução. Essa produção vem ganhando mais destaque já que o consumo destes alimentos nos centros urbanos também vem crescendo em função de uma maior preocupação das pessoas com um estilo de vida mais saudável. De acordo com a Pesquisa de Orçamentos Familiares (2008-2009) o grupo Frutas, em 2002- 2003 apresentou uma aquisição domiciliar per capita média anual de 24,487 kg, e em 2008-2009 essa média foi de 28,863 kg (o que representa aumento de 17,9%). Do ponto de vista da produção/comercialização trata-se de culturas que apresentam um grande potencial, pois podem oferecer um alto valor agregado por hectare.

O mercado atacadista tem sido historicamente o principal canal de escoamento dos produtos hortícolas. Estima-se que no Brasil entre 55% e 60% do volume de hortaliças é comercializado pela rede de Ceasa(s), ainda com alta frequência de intermediários no processo de comercialização (BRANDÃO, 2011). Em muitas regiões, a figura do intermediário tende a aumentar em virtude das várias dificuldades que os agricultores enfrentam para conseguirem assumir todas as etapas que compõem o processo que vai além da produção e comercialização. Contudo, a comercialização se dá também pela venda direta de produtores aos consumidores finais através das feiras livres ou pela entrega de produtos aos sacolões e aos supermercados, ou ainda, via mercado institucional (hospitais, quartéis, escolas).

Em relação à produção de hortifrutigranjeiros no Rio Grande do Sul (RS), os dados mostram que a maior importância econômica está na área chamada de “cinturão verde”, que se localiza na região da grande Porto Alegre, sendo ignorada pelo sistema de captação de informações, a produção da região da Fronteira Oeste do Rio Grande do Sul (IBGE, 2006). Assim, existe uma grande dificuldade de encontrar dados mais detalhados) sobre a produção

João Pessoa - PB, 26 a 29 de julho de 2015

SOBER - Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural



de hortaliças de uma forma mais abrangente, pois os dados e levantamentos baseiam-se nas culturas principais das regiões, ou seja, aquelas que representam um volume grande ou que são economicamente importantes (no caso arroz, pecuária de corte e soja).

Cabe destacar também que a pesquisa agropecuária (EMBRAPA, 2006) tem apontado a fruticultura como uma atividade com grande potencial para geração de riquezas na Fronteira Oeste do RS em função da aptidão de clima e solos da região. Desta maneira, a olericultura e a fruticultura têm sido estimuladas nessa região, especialmente nas áreas próximas aos centros urbanos, como alternativos, principalmente para as famílias que encontram restrições para produção pecuária extensiva em função do reduzido tamanho dos estabelecimentos rurais.

As feiras constituem bases importantes na comercialização de produtos agrícolas oriundos da agricultura familiar. Essa importância tem se revigorado no cenário recente considerando os problemas de abastecimento gerados pela greve de caminhoneiros que afetou os locais mais longínquos dos centros de abastecimento, tais como, a Fronteira Oeste, recorte deste estudo. Isso porque o fortalecimento da produção local e estabelecimento de canais de comercialização mais curtos podem garantir maior autonomia regional e, por conseqüência, soberania para a população local, sem falar no gasto energético menor utilizado para o transporte de produtos.

Para os agricultores ter o domínio da fase de comercialização pode significar o aumento da rentabilidade econômica e a garantia de sua própria sobrevivência e isso poderia ser facilitado com a formação de associações (JUNQUEIRA E LUENGO, 2000). A atuação em grupo fortalece a comercialização dos produtos no sentido de no grupo um poder auxiliar ao outro na definição de preços e investimentos necessários, bem como, na oferta de uma maior diversificação de produtos fazendo com que os consumidores encontrem todos os tipos de alimentos não industrializados em um só local.

Em novembro de 2006, o Conselho de Desenvolvimento Agropecuário de Alegrete elaborou seu Plano de Desenvolvimento visando definir as ações prioritárias e organizar o setor agropecuário do município (Ata, 2006). Neste documento constam dados importantes sobre a produção de frutas e hortaliças para esta pesquisa, mostrando que apesar do atual mercado favorável, o município de Alegrete não é auto-suficiente na produção. Estimando que na época pelo menos 70% do volume comercializado fosse importado de outras regiões, situação bastante semelhante ao município de Itaqui, e que aparentemente não obteve mudanças significativas até o momento.

Considerando a insuficiência de dados empíricos que possibilitem a análise dos canais curtos, ou seja, a comercialização em feiras, este trabalho se propõe a estudar as Feiras de Produtores nos municípios de Alegrete e Itaqui, situados na região Fronteira Oeste, procurando analisar a potencialidade das feiras enquanto tendência de comercialização e fortalecimento da agricultura familiar. Assim, verifica-se especialmente os limites desta

João Pessoa - PB, 26 a 29 de julho de 2015

SOBER - Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural



estratégia de comercialização, caracterizando os feirantes para compreender a importância deste canal de comercialização para construção identitária numa região que historicamente tem negado a importância dos agricultores familiares.

2. Os canais de comercialização: o processo de construção identitária como estratégia de diferenciação dos produtos

Toda venda é representada por um canal. Este representa o caminho pelo qual o produto segue desde o agricultor até o consumidor final. Normalmente, o número de agentes envolvidos nas transações determina o ‘comprimento’ do canal.

Para Sproesser e Lima Filho (2007) a organização dos canais do varejo de alimentos pode ser definidos de acordo com dois critérios essenciais: o comprimento do canal e a tecnologia de venda ao consumidor final (relacionada aos arranjos). Segundo o critério do comprimento do canal, no canal direto, o produtor garante o conjunto de atividades de distribuição junto aos consumidores, enquanto os canais indiretos comportam um número maior de elos intermediários (atacadistas, varejistas, restaurantes, cozinhas industriais, etc.). O canal indireto curto é composto de um produtor e de um conjunto de varejistas, enquanto o canal longo envolve, pelo menos, um agente intermediário.

Ainda segundo os autores, o comprimento de um canal de distribuição é o resultado de escolhas econômicas efetuadas em função de múltiplos fatores, dos quais destacam a diversidade de comportamento dos consumidores, as particularidades inerentes à distribuição dos produtos perecíveis e o desejo de otimização do processo de distribuição. Esses elementos abonam a existência de um número razoável de arranjos organizacionais (SPROESSER e LIMA FILHO, 2007).

Waquil, Miele e Schultz (2010) relatam que a existência dos intermediários pode favorecer e ou prejudicar as extremidades da cadeia: produtor e consumidor. Favorecer em alguns aspectos, como, por exemplo: como regularização e padronização do fluxo de produtos junto ao consumidor. Os efeitos negativos estão relacionados às margens elevadas não relacionadas à agregação de valor, resultante do poder de barganha, por exemplo, oriundo da relação dos produtores rurais com grandes empresas fornecedoras de insumos agropecuários e com grandes empresas processadoras de matéria prima e ou varejistas de alimentos.

Na agricultura familiar, os canais de comercialização podem ser variados, sendo que o produtor deve levar em consideração quando da escolha alguns critérios, tais como: ambiente institucional, tipo ou natureza do produto a ser comercializado, mercado, entre outros. Conforme Waquil, Miele e Schultz (2010) a inserção de agricultores, em canais curtos de comercialização, pode contribuir para estes terem melhores posições e controle de comercialização de seus produtos.

João Pessoa - PB, 26 a 29 de julho de 2015

SOBER - Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural



Referindo-se ainda ao canal curto ou direto, comumente utilizado pelos agricultores familiares para escoamento de sua produção, destacam-se as “feiras de produtores”, como importantes espaços de fortalecimento das famílias produtoras, enquanto categoria sociopolítica em ascensão (definida pela Lei 11.326/06) seja pela possibilidade de geração de trabalho e renda ou, ainda, pela construção e fortalecimento de identidades ligadas ao “ser agricultor familiar”.

As identidades remetem o indivíduo a uma condição de existência específica, expressa por relações interativas com o seu universo social, demarcado culturalmente por um conjunto de valores, cultura, hábitos ou condições de semelhanças (GHELEN, 2006). Neste sentido, podem expressar-se de duas formas: a) Sobre os aspectos socioculturais, como, por exemplo, as questões identitárias ligadas à condição étnica (italianos, alemães, etc.); b) Sobre as condições socioprofissionais, referindo-se a um conjunto de significações e interesses atribuídos a fatos ou demandas específicas de grupos de atores sociais que partilham de objetivos em comum (GUIMARÃES, 2011). Assim, as atividades profissionais, são exemplos de condições de identidades socioprofissionais estabelecidas entre os atores, que se ‘autoreconhecem’ como semelhantes, a partir do trabalho, partilhando interesses e significações, caso dos agricultores familiares feirantes.

3. Procedimentos metodológicos

Esse trabalho caracteriza-se por ser um estudo de caso de caráter exploratório já que procura conhecer melhor uma realidade empírica pouco pesquisada. Para o desenvolvimento desta pesquisa foi realizada a coleta de dados *in loco* através de entrevistas semi-estruturadas com os agricultores feirantes, buscando compreender a diferenciação destes e sua relação com os agentes de desenvolvimento e as ações de apoio na produção e gestão das unidades de produção e na própria feira e sua qualificação. As entrevistas realizaram-se com o auxílio de um roteiro com perguntas abertas e fechadas. O questionário envolvia questões sobre a composição do núcleo familiar e sua participação na produção e comercialização dos produtos na feira; atividades comerciais e não comerciais existentes na propriedade; informações sobre culturas, criações e agroindústria caseira, com quantidades produzidas e formas de comercialização utilizadas pelos agricultores. Questões referentes às dificuldades e vantagens da comercialização na feira e no mercado; informações sobre a atribuição dos preços para comercialização na feira; principais dificuldades que as propriedades enfrentam; dados sobre a utilização de financiamentos e assistência técnica, entre outras questões. Os itens do questionário possibilitaram padronizar as informações coletadas a fim de quantificar e caracterizar a situação técnica e sócio-econômica das famílias que fazem parte da associação de produtores de hortigranjeiros que comercializam seus produtos na feira.

João Pessoa - PB, 26 a 29 de julho de 2015

SOBER - Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural



A maioria das entrevistas realizou-se nos espaços da feira, pela facilidade de acesso. Foram realizadas também observações nos locais de feira, analisando-se a relação existente entre os feirantes e os consumidores. Foram acompanhadas ainda duas reuniões com os feirantes e a EMATER/ASCAR do município de Alegrete que, tem realizado encontros com estes, a fim de auxiliar os agricultores na comercialização de seus produtos em pontos como rotulagem de produtos, sacolas personalizadas e ajudar em questões referentes à divulgação da feira. Também foram realizadas duas reuniões com os representantes dos escritórios locais da EMATER/ASCAR (em Alegrete e Itaqui).

3.1 A Região Fronteira Oeste: caracterização dos locais de pesquisa

A Fronteira Oeste do Estado do Rio Grande do Sul é uma região frequentemente identificada pela presença de grandes propriedades rurais, constituídas pela distribuição das sesmarias que deram origem às estâncias de criação de gado. Destaca Alende (2006) que este enfoque, distorce a realidade da região, pois omitiu a presença da agricultura familiar nesse território. Historicamente a produção principal desta região baseou-se na atividade pastoril, com posterior introdução da lavoura arroseira pelos descendentes italianos nas décadas de 60 e 70, sendo parte dessa produção em terras arrendadas.

Diferentemente de outros municípios da própria Região Sul, a presença de colonos (imigrantes que receberam do governo brasileiro pequenas frações de terra) não é muito significativa. São os colonos que geralmente adotam cultivos diversificados, baseando-se na policultura agrícola, modelo que estavam acostumados a praticar em seus países de origem. Isso justifica e explica parte da cultura da população dessa região, e sua vocação para a pecuária extensiva (Alende, 2006). O tipo social característico dessa região é o chamado “pêlo duro”, que são os descendentes de portugueses e espanhóis miscigenados com negros escravos e indígenas que habitavam a região, denominados genericamente de “caboclos” em dinâmicas semelhantes no restante do país (FONSECA, 1994).

Alende (2006) observa ainda que relegar a importância de diversificar a produção agrícola na Fronteira Oeste a um segundo plano, considerando somente o fator cultural “enraizado” na produção pecuária como potencial regional de desenvolvimento da agricultura familiar, pode ser um caminho reducionista e perigoso.

O município de Alegrete está localizado a aproximadamente 500 km de distância da capital Porto Alegre. Itaqui encontra-se ainda mais distante do centro distribuir de FLV (CEASA/POA) estando 700 km à oeste de Porto Alegre.

As localizações dos municípios de Alegrete e Itaqui podem ser visualizadas na Figura 1.

João Pessoa - PB, 26 a 29 de julho de 2015

SOBER - Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural



FIGURA 1 – Mapa do Estado do RS, com destaque para os municípios de Alegrete e Itaqui. Disponível em: <www.nti.ufpb.edu.br/.../2009/05/mapa_alegrete.png>

O Censo Agropecuário do IBGE de 2006 indica que na região o número estabelecimentos familiares representando 60 % do número total e a área ocupada representa 7% da área total dos estabelecimentos. Mesmo sendo maioria numericamente, esses agricultores não são reconhecidos culturalmente, reproduzindo-se a cultura o latifundiário. A “invisibilidade” da categoria social dos agricultores familiares na região gera outro problema: a falta de programas de desenvolvimento adequados a esse segmento, fortalecendo a imagem de uma região constituída somente por latifúndios.

O município de Alegrete/RS, por exemplo, tem uma população de 84.183 habitantes, dos quais 7.061 estão no meio rural, e 77.122 no meio urbano, conforme dados da FEE (2006), isso demonstra que há um mercado local com grande potencial de consumo e, no entanto, existem somente dez produtores que utilizam a feira como principal meio de comercializar seus produtos. Da mesma forma, em Itaqui, a população soma 38.166 habitantes e as feiras possuem dezoito participantes. Frente a esta realidade, quais seriam os problemas para expansão desta estratégia? Ou então, a feira livre pode constituir-se numa das alternativas para fortalecer a agricultura familiar em um contexto típico da campanha gaúcha? Especificamente pretende-se: (a) Identificar as principais características dos produtores utilizam as feiras como canal de comercialização; (b) Verificar a diversidade de produtos ofertados na feira, o volume e o grau de formalidade; (c) Apontar os entraves verificados nas feiras;

No presente estudo, a amostra é bastante significativa nos dois municípios. Em Itaqui representou 80% dos feirantes do município (quatorze entrevistados) e em Alegrete, 100% dos feirantes foram entrevistados (dez). Num segundo momento, foram realizados encontros



com os técnicos de extensão nos escritórios locais. Com os técnicos objetivava-se obter uma perspectiva institucional sobre a situação da agricultura familiar no município e as estratégias de comercialização adotadas. Da mesma forma, os principais entraves apontados pelos técnicos para o desenvolvimento desse segmento na região.

Nas entrevistas com os produtores, investigou-se o nome, número de membros da família, a existência ou não de mão de obra contratada, local e tamanho da propriedade, como surgiu o interesse em participar da feira, há quanto tempo participa, se comercializa seus produtos apenas na feira, quais os produtos agrícolas que vende na feira e quais os não agrícolas, qual o produto comercializado é o mais importante em termos de renda e em que época, qual dos produtos comercializados é menos procurado pelos consumidores, se a feira é a única forma de renda da família, também investigou-se a existência ou não de registros ou selos dos produtores, bem como se existe regras ou exigências para participar da feira. A análise e interpretação dos dados foram realizadas por meio percentual, onde após realizar todas as entrevistas os produtores foram divididos em familiares ou não, quanto ao número de membros da família, tempo que participa da feira, se existe outra forma de renda da família, e, se estão enquadrados na legislação.

4. Resultados

4.1 Histórico e Características

A primeira feira no município de Itaquí teve início no ano de 1980, contando com 78 feirantes que comercializam seus produtos apenas na Praça Marechal Deodoro e no Parcão da cidade. Segundo relato do técnico da EMATER/ASCAR a feira começou através de uma parceria entre produtores, EMATER/ASCAR, Secretaria da Agricultura, os quais sentiram a necessidade de comercializar os produtos produzidos nas pequenas propriedades do município e aumentar a renda dos agricultores familiares. Atualmente as feiras no município acontecem todas as quintas-feiras e sábados, tendo cinco pontos distribuídos na cidade e contam com um número bem mais reduzido de produtores (apenas dezessete). Conforme relato do representante da EMATER/ASCAR local, os produtores têm como transporte um ônibus, o qual é cedido e subsidiado pela prefeitura (devido a grande distância entre os estabelecimentos e a zona urbana, chegando a 60 km). Cada feirante paga a quantia de R\$ 2,00 mensais para custear as despesas e manutenção do ônibus e, nos dias de feira os mesmos pagam passagem que varia conforme o local onde mora, sendo que o número máximo de feirantes por vez é oito, devido a distribuição dos mesmos nos pontos de vendas.

Já em Alegrete, cada um dos dez feirantes utiliza meios próprios de locomoção para levarem os produtos à feira. Em relação às distâncias das propriedades, observou-se que todas

João Pessoa - PB, 26 a 29 de julho de 2015

SOBER - Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural



estão localizadas muito próximas da sede do município, com distâncias variando de 8 km a 23 km. Segundo os entrevistados, este fator é bastante relevante pois facilita o escoamento da produção, evitando que os produtos percam em qualidade e até mesmo, para que preços dos produtos sejam um pouco abaixo da média do mercado local.

Quanto ao perfil dos feirantes em Itaquí, verificou-se que 42,8% dos feirantes estão enquadrados como agricultores familiares, pois estes estão de acordo com a legislação (Lei Federal número 11.326, de 24 de julho de 2006). Constatou-se que 100% destes utilizam mão-de-obra familiar e todos possuem a propriedade até quatro módulos fiscais (em Itaquí um módulo fiscal é 18 hectares). A maior propriedade encontrada nesse estudo possui uma área de 70 hectares, sendo que 57,1% dos feirantes possuem até 10 hectares, 21,4% de 10 até 20 hectares e 21,4% mais de 20 hectares. O ‘não enquadramento’ como agricultores familiares (em 57,2% dos casos) se deu devido a renda que não é somente oriunda do estabelecimento rural, sendo que 36% dos feirantes são aposentados, funcionários públicos 14% e 7% possuem comércio. Dentre os produtores pesquisados, cerca de 20% comercializa seus produtos em outros canais para além da feira, como por exemplo, pequenos mercados locais.

Em Alegrete, a maioria dos agricultores são detentores de estabelecimentos que variam de dois hectares a trinta hectares, sendo que uma delas arrenda outra porção de terra e outras duas contam com áreas cedidas para suas produções. Segundo a classificação utilizada pelo INCRA (Lei Agrária de 1993) para categorizar os imóveis rurais, quase todas estariam classificadas como minifúndio¹, e apenas uma estaria classificada como pequena propriedade², pois o módulo fiscal³ do município é 28 há (Brasil, 2015). Em Alegrete a renda da maioria dos agricultores provém da venda de produtos agrícolas na feira e em redes de supermercado. Duas propriedades contam com a aposentadoria, que contribuem para a reprodução das famílias. Em uma delas esta é a fonte de renda principal e a atividade agrícola é auxiliar nos ganhos familiares. Desta forma, pode-se classificar 90% dos feirantes como agricultores familiares, conforme os critérios estabelecidos pela legislação.

Em Itaquí o tempo médio de feira variou de 1 ano até 23 anos, sendo que 64% dos feirantes tem mais de 15 anos e comercialização. Constatou-se que muitos dos feirantes passaram para o local de comercialização para seus filhos, devido especialmente o avanço da idade e/ou problemas de saúde. Em Alegrete no que se refere ao tempo que essas famílias se

¹ imóvel rural de área inferior a 1 (um) módulo fiscal;

² Imóvel rural de área compreendida entre 1 (um) e 4 (quatro) módulos fiscais

³ Unidade de medida, expressa em hectare, fixada para cada município, instituída pela Lei nº 6.746, de 10 de dezembro de 1979, que leva em conta: tipo de exploração predominante no município; a renda obtida com a exploração predominante; outras explorações existentes no município que, embora não predominantes, sejam expressivas em função da renda ou da área utilizada; conceito de propriedade familiar.



dedicam às feiras, o número de anos é bastante variável, desde quatro meses até 27 anos, no caso duas famílias. O grande tempo dedicado à essa atividade prova que é uma alternativa que tem garantido renda suficiente para a reprodução social das famílias e, em alguns casos, constituindo-se como a única fonte de renda das unidades familiares.

A maioria das famílias pesquisadas não utiliza mão-de-obra contratada. Os agricultores ressaltam que existe uma grande dificuldade em encontrar funcionários rurais qualificados que queiram trabalhar com olericultura e fruticultura, por considerarem as atividades muito trabalhosas. Assim, nota-se que a mão-de-obra predominante nas propriedades é a familiar, variando de um UTH⁴ a três UTH.

4.2 Produtos agrícolas e não agrícolas comercializados nas feiras

Em Itaquí verificou-se que entre os produtos agrícolas as folhosas se destacam, com maior expressão a comercialização da alface. Os tubérculos também possuem uma grande expressão nas feiras, destacando-se a mandioca (também é entregue por alguns feirantes nos mercados do município em época de safra). Em Alegrete, observou-se maior diversidade de produtos. As folhosas também correspondem aos produtos mais comercializados.

Em Alegrete as espécies frutíferas cultivadas e comercializadas por cerca da metade dos feirantes são: pêssego, laranja, bergamota, limão, uva, e em menor quantidade nectarina e kiwi. Já em Itaquí as frutas comercializadas são basicamente laranja e bergamota, sendo que apenas 35% dos feirantes comercializam. Segundo eles, a fruta é de difícil transporte, pois com a distância danifica muito o produto, chegando à feira com um aspecto não desejado pelo consumidor. Quanto aos produtos de origem animal, 50% dos feirantes em Itaquí comercializam ovos e 28,5% comercializam leite. Verificou-se que um feirante não comercializa produtos de origem vegetal, segundo ele a idade avançada e os problemas de saúde não permitem que o mesmo desenvolva trabalhos na agricultura, sendo assim, os produtos por ele comercializados são panificados, doces, leite e mel.

Constatou-se que entre os produtos não agrícolas em Itaquí os doces são os mais comercializados pelos feirantes, sendo uma alternativa de renda para 86% dos feirantes. Entre estes, os doces em calda, rapaduras e cocadas. Outro produto com grande expressão na feira são os panificados (57,1% dos feirantes comercializam) tais como, pães, bolos e bolachinhas.

Na feira em Alegrete, também são comercializados produtos de origem animal como ovos, leite, mel e processados de agroindústrias caseiras, como doces em calda, rapaduras, pães, bolos, massa de panqueca, queijo, charque e embutidos. Merece destaque o fato de que

⁴ Unidade de Trabalho Homem: indicador que avalia a disponibilidade e o nível de utilização de mão-de-obra nas unidades de produção agrícolas (300 horas de trabalho – oito horas por dia).



90% dos feirantes de Alegrete comercializam produtos agroindustrializados. Em relação à agroindústria, verifica-se que, predominantemente, são as mulheres que desenvolvem essas atividades. Para as que trabalham com panificados, a maior parte dos ingredientes é adquirida fora da propriedade. Já para as famílias que fabricam doces em calda, queijo e rapaduras, utilizam como matéria prima produtos de seus próprios estabelecimentos, sendo necessária a compra de poucos ingredientes. A transformação de frutas e leite em outros produtos consiste numa ótima forma de agregação de valor, fazendo com que os ganhos familiares sejam maiores, conforme relataram os feirantes. Quanto à origem da receita de combinação dos ingredientes, as produtoras afirmam que é receita de família, ou que elas próprias criaram.

Em relação às quantidades produzidas e comercializadas, os agricultores têm bastante dificuldade em estimar, pois são vários os produtos, cultivados conforme o valor de mercado e de acordo com as áreas e mão-de-obra disponíveis no momento. Além disso, cada produto é comercializado com base em medidas específicas, o que dificulta a informação do volume comercializado. São utilizadas medidas como: maçõ, gramas, quilo, dúzia, cento, unidade, etc. A produtividade varia também em função da época do ano, das variações climáticas e da ocorrência de pragas e doenças.

No município de Itaquí, o serviço de inspeção é bem recente e pouco atuante, inclusive segundo relato do técnico da EMATER/ASCAR e dos feirantes essa inspeção não existe nas feiras, apenas os feirantes foram comunicados da proibição da venda dos produtos de origem animal, mas nunca foi realizada a fiscalização para verificar se esses produtos são ou não comercializados. Existe a Lei Municipal número 3.738, de 14 de abril de 2011, que instituiu o Serviço de Inspeção Municipal de Produtos de Origem Animal no Município de Itaquí, sendo que essa fiscalização engloba: os animais destinados ao abate, subprodutos e matérias-primas; leite e seus derivados; ovo e seus derivados; mel, a cera de abelha e seus derivados. Conforme afirmação dos feirantes, a inspeção atua mais nos abatedouros devido a falta de funcionários para tal função, o que resulta na total informalidade dos produtores comercializados pelos feirantes.

Quanto à existência de algum selo ou registro em Itaquí, apenas uma feirante mencionou que existe um selo que pode ser usado em todos os produtos comercializados na feira que tem por nome Ita Terra, os outros feirantes estudados não fazem uso deste selo, sendo este cedido pela secretaria da agricultura. Todavia, destaca-se que tem apenas um caráter de identificação, pois não existe nenhuma fiscalização para que o mesmo seja utilizado.

Em Alegrete, os produtos comercializados na feira não recebem nenhum tipo de denominação, como produto orgânico ou ecológico, embora alguns produtores até mesmo sem ter conhecimento produzam nestes moldes. Grande parte dos produtos de origem animal



e os agroindustrializados não recebem nenhum tipo de inspeção municipal e/ou estadual, embora sejam produzidos seguindo as boas práticas de fabricação.

4.3 Aspectos do ambiente organizacional

Através da entrevista com os técnicos da EMATER/ASCAR obteve-se que a feira é um canal de comercialização muito importante para os agricultores familiares dos municípios, sendo para a maioria dos casos o único canal de comercialização. Os técnicos afirmam que mesmo com algumas dificuldades (como o acesso ao crédito) os feirantes têm assistência técnica gratuita e auxílio da prefeitura na prestação de serviço de maquinários.

Em Itaquí destacam que os feirantes devem cumprir algumas exigências para permanecer na feira, tais como: participar das reuniões mensais realizadas pela EMATER/ASCAR, pagar o valor estipulado para utilizar o ônibus, manter o local da feira limpo e organizado. Como dificuldade, o técnico relata que existe muita desunião por parte dos feirantes o que torna difícil conseguir mais oportunidades para os mesmos. Na entrevista foi questionado sobre a existência de controle de custo, vendas e lucros. O técnico destaca que a EMATER/ASCAR já tentou diversas vezes fazer um acompanhamento, mas o mesmo não é muito eficiente, já que os produtores não colaboram. Por fim, destaca que atualmente não existem outros canais estruturados de comercialização sendo as feiras de extrema importância para os agricultores familiares do município de Itaquí.

Conforme relato de um participante da Feira em Alegrete, a primeira exigência para fazer parte da associação “é ser produtor”, ter a capacidade de dar continuidade na oferta de produtos e manter a contribuição de uma mensalidade. Na decisão sobre como atribuir os preços de venda aos produtos, esclarecem que são definidos pela associação (no caso da feira em Alegrete), que tenta avaliar os preços do mercado e estipular um preço um pouco mais acessível para os consumidores. Entretanto, a atribuição do preço de muitos produtos ocorre individualmente, para a qual cada agricultor compara os atributos dos seus produtos com os de outros feirantes avaliando a qualidade e o tamanho, por exemplo.

Uma das vantagens apontadas pelos entrevistados em relação a comercialização dos produtos na feira é referente ao pagamento, que ocorre na hora e que em alguns produtos conseguem agregar mais valor. Todos enfatizam que na feira conseguem vender tudo o que produzem (inclusive o que produzem em menor quantidade, sem necessidade de escala e regularidade). Os feirantes lembram ainda, que as vantagens são maiores para os consumidores que sempre tem acesso a produtos frescos de maior qualidade. Em relação à renda bruta obtida com a venda de produtos na feira, os valores variam de acordo com os meses do ano (safra e facilidade de cultivo das culturas agrícolas) e com os dias nos meses (pagamento dos salários da população). Alguns agricultores não souberam quantificar os

João Pessoa - PB, 26 a 29 de julho de 2015

SOBER - Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural



valores recebidos, pois ao mesmo tempo em que recebem, já retiram o dinheiro para fazer pagamentos. Constatou-se também que os custos de produção não são calculados com precisão, sendo que a anotação dos custos e receitas não consiste numa prática comum entre os agricultores, em consequência disso a rentabilidade obtida também não é exata. Atribui-se a essa questão o fato do fluxo financeiro da atividade apresentar diferenças significativas se comparado a atividades como pecuária ou lavoura de grãos, onde existem grandes entradas e saídas em período definido.

4.4 Principais dificuldades apontadas

Em Itaqui a maior parte dos relatos afirma que a área para produzir que dispõe é suficiente, sendo que o maior problema está relacionado com os dias que ficam sem ir à feira, (pois os feirantes só vão à feira de 21 em 21 dias) o que ocasiona muita perda devido à alta perecibilidade dos produtos. Em Alegrete, a principal dificuldade apontada pelo grupo pesquisado (todos mencionaram) foi a escassez de mão-de-obra. Ressaltam que no município existe uma grande dificuldade de encontrar pessoas que queiram trabalhar no campo com pomar e horta. Explica-se isso pelo perfil cultural da região ligado às atividades da pecuária de corte e da produção orizícola, para as quais geralmente os trabalhadores do campo buscam colocações de acordo com seu domínio dos processos produtivos e/ou pela menor penosidade dos trabalhos. Em Alegrete outro item bastante citado está relacionado com a superfície de área útil própria limitada. Uma das unidades arrenda uma porção de área considerável, e isso faz com que os custos aumentem bastante, desviando recursos que poderiam ser aplicados à qualificação dos processos produtivos. Outros destacaram que gostariam de expandir seus cultivos, inclusive com a utilização de mão-de-obra permanente contratada, mas para isso necessitariam de áreas maiores.

Um item apontado nos dois municípios como dificuldade diz respeito à assistência técnica. Alguns agricultores relatam que contam com assistência técnica da EMATER/ASCAR e da Secretaria da Agricultura quinzenal, enquanto outros dizem que assistência é mensal ou esporádica e que gostariam que essa fosse mais frequente e mais qualificada, havendo um empenho maior na sugestão de práticas que resolvessem os problemas produtivos existentes nas unidades. Uma observação em relação à assistência técnica nos municípios, executadas pela Secretaria da Agricultura e pela EMATER/ASCAR, é que em alguns casos, existe a sobreposição de ações sobre os mesmos atores sociais, enquanto muitas outras famílias ficam sem atendimento. O fato é que não existe um planejamento da assistência técnica e extensão rural que beneficie a totalidade da agricultura familiar presente nos municípios, pois a demanda por atendimento a todos os tipos de público é bastante grande e o número de técnicos nos escritórios é sempre inferior à necessidade real,



e para as propriedades que trabalham com horta especialmente, que apresentam um ciclo curto de produção, o assessoramento técnico nas propriedades exigiria maior frequência nos atendimentos.

Sobre a utilização de financiamentos, encontrou-se duas realidade distintas. Em Alegrete, a maioria dos produtores em Alegrete utiliza o Pronaf. Uma família foi beneficiada através do Mais Alimento para a aquisição de um trator, e outra família melhorou a estrutura de sua agroindústria com financiamento do governo Federal. Em Itaqui, os agricultores entrevistados informaram que não aderem a nenhum tipo de financiamento.

Em Alegrete, os feirantes não apontam nenhuma dificuldade para comercialização, mas advertem que percebem uma pouca valorização de seus produtos por parte da população, que às vezes reclama dos preços 'sendo que pagam mais caro em outros locais'. Outro problema relatado é sobre o local de comercialização (praça central), pois não têm o espaço garantido, sofrendo pressões em algumas gestões municipais para que deixem o espaço. O argumento dos gestores do município é que a praça não deve ser um local para comércio. No entanto, os agricultores continuavam resistindo, salientando que a feira deve ser realizada em um local de grande circulação de pedestres, pois o município não possui tradição na realização de feiras.

4.5 As feiras enquanto espaços de construção da identidade

A adoção de um canal de comercialização direto oferece a oportunidade para que o agricultor verticalize a cadeia, aproximando os elos produtor-consumidor, eliminando os atravessadores. No município de Alegrete, a feira de produtores passa a organizar-se juridicamente após a criação da Associação de Pequenos Produtores de Hortifrutigranjeiros do município de Alegrete, no ano de 1988. A necessidade de organização através de uma associação surgiu através de reuniões entre os participantes das feiras. O objetivo principal era melhorar a situação sócio-produtiva das propriedades através da expansão da feira, tornando-os aptos a concorrer no mercado local e conquistar um espaço apropriado para comercialização dos produtos. Assim, concluíram que a forma associativa seria o melhor caminho para alcançarem os seus propósitos. Atualmente, embora os feirantes continuem organizados sob a forma de uma Associação, poucas reuniões e discussões são realizadas sobre as melhorias que desejam, pois parecem desacreditados em relação às promessas do poder público e da extensão rural. A EMATER/ASCAR tem investido em reuniões mensais, propondo sugestões e tentando mostrar a força que poderão ter se estiverem bem organizados e cientes do que realmente desejam. Nos municípios existe uma dificuldade muito grande para a mobilização dos agricultores familiares, em função das distâncias de uma propriedade à outra e das distâncias das localidades. Os erros cometidos no passado, como criação de



associações e cooperativas “de cima para baixo”, a partir de idéias de pessoas com interesses próprios, contribuem também para esse problema.

Entretanto, os agricultores que hoje participam das feiras pesquisadas representam uma parcela pouco significativa se considerarmos o número de famílias existentes no meio rural. Segundo os relatos obtidos nessa pesquisa, os feirantes desistem de participar predominantemente porque não conseguem ter uma regularidade de produção que lhes permitisse continuar na feira. Outros deixaram de comercializar na feira, porque iniciaram a vender seus produtos em outros canais e encontraram dificuldades de produzir em função da pouca mão-de-obra na propriedade, pois “perde-se” duas manhãs de trabalho ficando na feira.

Em Itaquí, embora com um número maior de feirantes, não se observou uma organização representativa dos mesmos, o que pode indicar que um trabalho de fomento pode ser construído nesse sentido, consolidando e expandindo as feiras, que, via de regra, apresentam um volume muito pequeno de comercialização e pouca diversidade de produtos.

Foi possível verificar que os produtos comercializados na feira são fabricados ou, no caso das hortaliças e frutas, colhidos pouco antes de serem vendidos, proporcionando aos consumidores adquirirem produtos frescos e com qualidade superior aos encontrados em outros estabelecimentos comerciais. A comercialização na feira é realizada pelos proprietários ou familiares, sendo assim, verificou-se que há um atendimento diferenciado e personalizado, pelo qual se pode constatar que os muitos clientes são chamados pelo próprio nome. Alguns consumidores costumam comprar sempre na mesma banca, o que aproxima mais ainda os feirantes dos consumidores. O contato direto com o consumidor final, faz com que tenham informações sobre os hábitos e as preferências dos consumidores e utilizam esse conhecimento um diferencial nas transações.

A relação direta entre produtor-consumidor (formando laços formados entre feirantes e compradores) possibilita uma interação e o resgate de relações personalizadas e permite, ainda, que haja interferência na escolha dos produtos. Essa relação se torna um elemento estratégico, uma vez que envolve troca de experiências e saberes entre o rural e o urbano, na forma de receitas de preparo dos alimentos, chás, informações nutricionais, técnicas de cultivo e/ou produção/processamento dos produtos (GODOY e ANJOS, 2007). Este canal de comercialização estimula também a interação e a troca de saberes entre os próprios feirantes, ou seja, o ambiente da feira tem proporcionado o conhecimento recíproco dos agricultores e das suas experiências, fato este, que dificilmente poderia ocorrer se fossem utilizados outros canais de comercialização.

Esse espaço é importante ainda para desmistificar a idéia que muitas pessoas têm em relação à agricultura familiar (e os demais perfis de agricultores verificados) nos municípios estudados, evidenciando a presença e o potencial de expansão das atividades que desenvolvem, garantindo inclusive, a segurança alimentar local. Assim como, oportuniza aos

João Pessoa - PB, 26 a 29 de julho de 2015

SOBER - Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural



agricultores que se mantenham no espaço rural, exercendo atividades profissionais e com satisfação pessoal, contribuindo também para a qualidade de vida das pessoas que vivem no meio urbano, através de produtos de qualidade superior.

5. Considerações finais

A partir da pesquisa realizada, observou-se no município de Itaquí, apesar de um número maior de participantes, que as feiras apresentam-se menos consolidadas e com uma regularidade e quantidade menor de produtos. Os produtores apresentam-se desorganizados enquanto categoria, com dificuldades na sucessão e com problemas logísticos graves que impedem a ampliação. Ademais, os produtores que participam da feira nem sempre correspondem exatamente a categoria familiar, pois possuem heterogeneidades em relação ao perfil. E, essa diversidade, resulta em atores locais com situações econômicas e sociais distintas, o que complexifica a análise e o acesso às políticas públicas, como por exemplo, o PRONAF.

No município de Alegrete a principal problemática levantada está relacionada a questão produtiva: área útil pequena e indisponibilidade de mão-de-obra. A insegurança institucional (relacionada ao local da feira) e o fato da população nem sempre valorizar os produtos também foi apontada como relevante.

Numa análise conjunta pode-se dizer que a assistência técnica é deficitária e que as duas experiências apresentadas comercializam produtos em desacordo com a legislação. Apresentam potencial de expansão especialmente no que diz respeito às frutíferas e tem nos produtos agroindustrializados um grande pilar. A relação produtor x consumidor pode trazer para o agricultor vantagens competitivas, já que o mesmo pode apostar na estratégia de enfoque ou diferenciação. Por fim, destaca-se a utilização do canal curto como uma alternativa atraente para os agricultores familiares nessa região já que agrega valor ao produto e gera capital imediato, sem a necessidade de escala mínima.

6. Referências Bibliográficas

ALENDE, C. R. M. **Estudo dos sistemas de produção dos agricultores familiares da Fronteira Oeste do Rio Grande do Sul**. 2006. 154 p. Dissertação (Mestrado em Extensão Rural), Universidade Federal de Santa Maria, 2006.



BRANDÃO, J. B. **A gestão da cadeia de suprimentos das redes regionais de varejo de frutas, legumes e verduras no Rio Grande do Sul.** (Tese de Doutorado) Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural- Universidade Federal de Santa Maria, p. 20- 46, 2011.

BRASIL. **Lei Agrária** - Regulamentação dos dispositivos constitucionais relativos à reforma agrária, previstos no Capítulo III, Título VII, da Constituição Federal. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18629.htm>. Consulta em: 22 março de 2015.

CONSELHO DE DESENVOLVIMENTO AGROPECUÁRIO DE ALEGRETE. In: **Plano de Desenvolvimento.** Consulta nas Atas do Conselho em 2006.

EMBRAPA. Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária. In: **Mil dias, 150 textos.** Pelotas: Embrapa Clima Temperado, 2006.

FONSECA, V. P. S. da. **A hegemonia do latifúndio pastoril e sua relação com a pequena propriedade na Fronteira Oeste do Rio Grande do Sul: a contradição do camponês fronteiriço e sua concepção de mundo estancieira.** 1994. 139 p. Dissertação (Mestrado em Extensão Rural), Universidade Federal de Santa Maria, 1994.

GHELEN, I. **Território, Cidadania, Identidades e Desenvolvimento Local Sustentável.** In: Riella, Alberto (org.) *Glabolización, desarrollo y territorios menos favorecidos.* Montevidéo: Universidad de La República, 2006. P265 – 283.

GODOY, W. I.; ANJOS, F. S. dos. **A importância das feiras livres ecológicas: um espaço de trocas e saberes da economia local.** Resumos do II Congresso Brasileiro de Agroecologia. Rev. Bras. Agroecologia, v.2, n.1, fev. 2007.

GUIMARÃES, G. M. **Racionalidades Identitárias na Produção e Comercialização de Alimentos Coloniais Na Quarta Colônia- RS.** Tese de Doutorado, Programa de Pós Graduação em Desenvolvimento Rural, UFRGS, 2011.

IBGE. **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística** Censo Agropecuário 2006. Disponível em: <<http://www.sidra.ibge.gov.br/bda/territorio/>> acesso em: 22 de out. de 2013.

JUNQUEIRA, A.H.; LUENGO, R.F.A. Mercados diferenciados de hortaliças. **Horticultura brasileira**, Brasília, v. 18, n. 2, p. 95-99, julho 2000.

João Pessoa - PB, 26 a 29 de julho de 2015

SOBER - Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural



POF. Pesquisa de Orçamentos Familiares. Aquisição domiciliar per capita, Brasil e Grandes Regiões (2008-2009). Disponível em <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/condicaodevida/pof/2008_2009_aquisicao/pof20082009_aquisicao.pdf>. Consulta em: 14 de março de 2015.

SPROESSER, R. L.; LIMA FILHO, D. O. Varejo de alimentos: estratégia e marketing. In: **Gestão Agroindustrial**. Org. Batalha, M. O. 3º Ed. São Paulo: Atlas, 2007.

WAQUIL, D. MIELE, P. SCHULTZ, G. **Mercado e Comercialização de Produtos Agrícolas**. Porto Alegre. Editora da UFRGS, 2010.

João Pessoa - PB, 26 a 29 de julho de 2015

SOBER - Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural