



A3-155 Caracterização da produção agrícola e dos feirantes da agricultura familiar no Município de São Lourenço do Sul-RS.

Chuquillanque, D.A.¹; Porto, C.R.P.²; Stumpf, M.T.³; Trentin, G.⁴; Rolon, A.S.⁵

¹ Universidade Federal do Rio Grande- FURG, darwinaranda@furg.br; ² Universidade Federal do Rio Grande- FURG, carmem.porto@furg.br; ³ Universidade Federal do Rio Grande- FURG marcelo.stumpf@furg.br; ⁴ Universidade Federal do Rio Grande- FURG, gracieli.trentin@furg.br; ⁵ Universidade Federal do Rio Grande- FURG, asrolon@furg.br

Resumo

Caracterizou-se a situação produtiva e socioeconômica de 13 feirantes da praça central de São Lourenço do Sul/RS, o qual é constituído por oito distritos, através da aplicação de questionários. A pesquisa foi desenvolvida de fevereiro a março 2015. A renda média dos feirantes é R\$1.363,85 mensais. A feira é o principal canal de comercialização dos produtores da agricultura familiar, onde se comercializa principalmente batata, cebola, feijão, batata doce e abóbora. De acordo com os feirantes, a vantagem de comercializar os produtos na feira é a eliminação do atravessador; entre as desvantagens indicam a falta de infraestrutura do local de comercialização. A produção (54%) é convencional, o que representa um campo a ser explorado para conversão a sistemas orgânicos. No âmbito socioeconômico há vínculo entre produtores e consumidores e a renda obtida através da feira foi considerada satisfatória.

Palavras-chave: agricultura familiar; feira; comercialização direta.

Abstract

Productive and socioeconomic characteristics from 13 traders in the open market of São Lourenço do Sul/RS were evaluated through the application of questionnaires. The research was conducted between February and March 2015. Traders' average monthly income is R\$1,363.85. Open market is the main commercialization channel for family farming's products, in which the most commercialized products are potato, onion, bean, sweet potato and pumpkin. Traders alleged that the absence of middlemen is an advantage of commercializing in the open market; the lack of infrastructure was assumed as a disadvantage. The majority of production systems (54%) are conventional, which represents a field yet to be explored in the sense of a conversion to organic systems. In the socioeconomic aspect there was observed a bond between producers and consumers. Income obtained by trading in the open market was considered satisfactory.

Keywords: family farming; open market; direct marketing.

Introdução

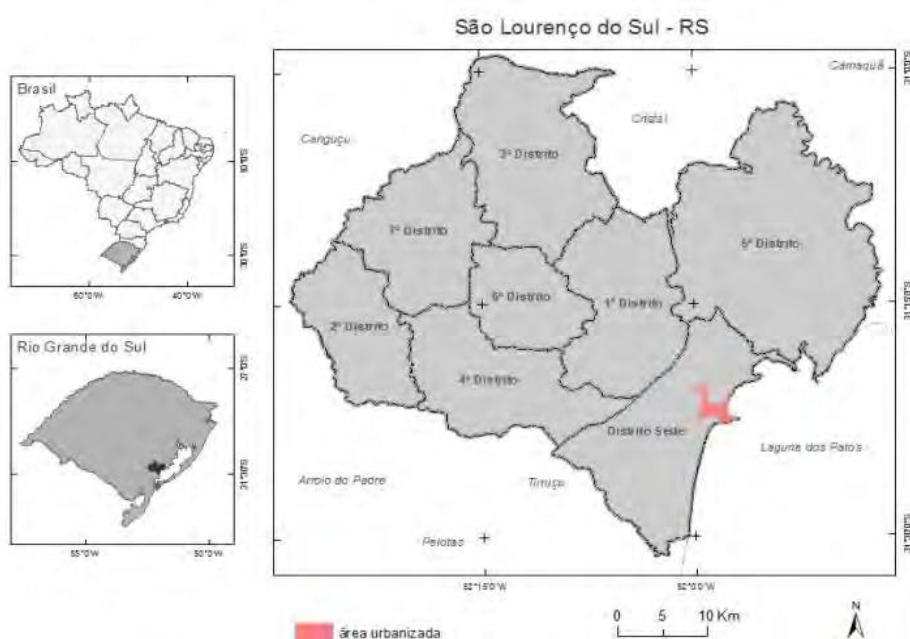
A agricultura familiar ocupa 75% da mão de obra no campo e é responsável por 70% do abastecimento de alimentos que são consumidos pela população brasileira todos os dias (Ministério do Desenvolvimento Agrário, 2012). Na atualidade, o governo desenvolve políticas para consolidar esse tipo de agricultura, com relativo incentivo a sistemas de base agroecológica. Mesmo que seja evidente o reconhecimento da agricultura familiar no âmbito das políticas públicas, ainda é presente entre os agricultores a necessidade de espaços de comercialização da produção. As feiras livres representam espaços tradicionais onde os trabalhadores da agricultura familiar comercializam seus produtos (varejo) diretamente da

propriedade (produtos *in-natura* ou minimamente processados). Tais feiras livres são acontecimentos frequentes que ocorrem em espaços públicos (praças e ruas) e caracterizam-se por ser um canal de comercialização dos produtos da agricultura familiar, os quais raramente recebem apoio de políticas públicas específicas. Quando presentes, os programas tendem a ser voltados para a produção, deixando para segundo plano o caráter social, ao qual Pierri (2010) faz referência. Conforme sustenta Steiner (2006), redes são atores ligados direta ou indiretamente, que podem apresentar interações sociais, sendo que essas podem ser transações realizadas entre pessoas de um mesmo bairro. A partir da ideia de uma rede consideramos que as feiras podem ser uma forma de organização formal ou informal que buscam interação entre atores (produtores, consumidores e público em geral), podendo ser também uma estratégia de desenvolvimento local e regional.

No Estado do Rio Grande do Sul, devido a seu histórico de ocupação, a agricultura familiar tem uma grande relevância na economia e cultura do povo gaúcho. Em São Lourenço do Sul, entre os pontos de comercialização destaca-se uma pequena feira junto à praça central do município, que proporciona a comercialização dos alimentos produzidos pelas próprias famílias feirantes, provenientes dos distritos da cidade. A presente pesquisa foi realizada com o objetivo de caracterizar a produção agrícola familiar e aspectos socioeconômicos e de satisfação dos feirantes do município de São Lourenço do Sul-RS.

Material e Métodos

O estudo foi realizado entre fevereiro e março de 2015 no município de São Lourenço do Sul-RS, o qual conta com oito distritos (Figura 1) e, de acordo com o IBGE (2010), possui população (43.111 habitantes) bem distribuída entre o campo (18.874 habitantes) e a cidade (24.237 habitantes). Inicialmente, foram levantadas algumas informações básicas sobre a comercialização dos produtos através de contatos com os próprios feirantes e com a Prefeitura Municipal. A feira na praça não tem um registro exato sobre a data de sua criação, tendo aproximadamente 40 anos. Segundo os relatos, as atividades da feira iniciaram-se com três feirantes e atualmente congrega aproximadamente 16 feirantes na praça (Distrito Sede).



Fonte Cartográfica: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística IBGE/2013
Divisão Distrital: Prefeitura Municipal de São Lourenço do Sul/2014

FIGURA 1. Localização geográfica do município de São Lourenço do Sul no estado do Rio Grande do Sul, sua divisão distrital com destaque para a área urbanizada.

Treze feirantes foram submetidos à pesquisa. Todos os feirantes assinaram termo de ciência e consentimento para uso dos dados fornecidos. Para o acesso às informações sobre os feirantes e sua produção foi elaborado um questionário contendo questões objetivas e subjetivas, dividido em três blocos. Abaixo são apresentadas somente as informações utilizadas nas análises: 1) Identificação: idade e renda obtida exclusivamente na feira; 2) Caracterização da propriedade e da comercialização: localização (distrito); principais produtos comercializados; vantagens e desvantagens de comercializar na feira; caracterização da produção (orgânica ou convencional); 3) Nível de satisfação: satisfação com a forma de comercialização e satisfação com a renda obtida na feira.

Resultados e Discussões

Os feirantes apresentam uma variação de idade de 30 a mais de 70 anos. Não foram identificadas pessoas com idade inferior a 30 anos entre os entrevistados, podendo indicar que os jovens se dedicam a outras atividades não relacionadas à comercialização de produtos, tais quais atividades de aprendizado ou emprego na zona urbana. Permite-se também inferir que uma parcela dos jovens opta por deixar o campo e migrar à zona urbana. Sugere-se realização de futuro estudo para percepção dos motivos do presente resultado. Seis feirantes têm idade entre 30 e 50 anos, e os demais sete têm idade superior a 50 anos.

Os resultados expostos na Figura 2A mostram a distribuição dos feirantes por distrito no município de São Lourenço do Sul. Percebe-se que o maior número de feirantes é proveniente do Distrito 1. O cenário apresentado pode servir de ferramenta para a tomada de decisões por parte do poder público no intuito de integrar produtores e fortalecer a participação de agricultores familiares de distritos com menor representatividade na cadeia de comercialização. Além disso, a metodologia utilizada nessa pesquisa pode servir de modelo para outros municípios, para que os mesmos obtenham um cenário da distribuição espacial dos feirantes e possam tomar decisões pontuais nas regiões menos representativas. Os produtos mais vendidos na feira são: batata, cebola, feijão, batata doce, bolachas e abóbora (Figura 2B). Como a pesquisa foi realizada em meses de verão, percebe-se que tanto as verduras como as frutas não apresentaram uma relevante disponibilidade em termos de oferta nesse período.

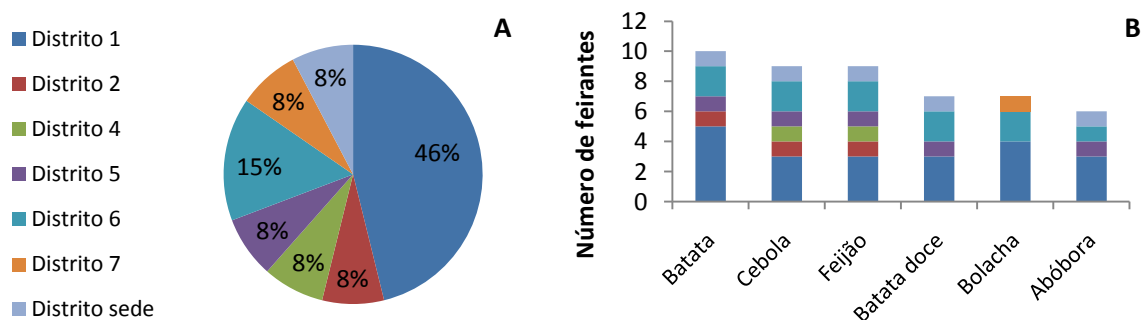




FIGURA 2. A) Distribuição das propriedades por distrito e B) Principais tipos de produtos comercializados na feira pelos feirantes de São Lourenço do Sul/RS por distrito.

A renda média dos feirantes pode variar de acordo com a quantidade e variedade de produtos oferecidos; outro fator importante que influi é a sazonalidade. A renda média bruta dos feirantes é de R\$1.363,85 mensais e pode ser considerada satisfatória. De fato, um dos entrevistados afirmou que “dá para pagar as despesas, dá para comer” com a renda obtida na feira. De acordo com os feirantes, a vantagem principal de comercializar na feira é a eliminação do atravessador, tendo desta maneira uma maior rentabilidade. Outras vantagens citadas foram: clientes fixos, preço justo, pagamento à vista e possibilidade de interagir com os consumidores.

Como desvantagens, tem-se: falta de infraestrutura do local, falta de organização e falta de divulgação da feira. Pode-se apreciar que a feira é um canal para obter um desenvolvimento socioeconômico tanto para os produtores como para a região. As desvantagens apresentadas pelos feirantes demonstram a necessidade de ações para melhorar as formas de organização social e política.

Quando perguntados sobre sua produção (convencional ou orgânica), a maior parte dos entrevistados (54%) considera sua produção como convencional; 46% confirmam que sua produção é orgânica. No entanto, 15% dos produtores convencionais alegam que sua produção segue este modelo pelo fato de seus vizinhos usarem fertilizantes e adubos químicos, o que não permitiria o cultivo de produtos orgânicos. Essa porcentagem elevada de produção convencional se configura como uma oportunidade para a aplicação de ferramentas e métodos de conversão a uma produção orgânica.

Conclusão

A ausência de atravessador, a interação entre feirante e consumidor e a obtenção de renda satisfatória são pontos positivos da feira da agricultura familiar de São Lourenço do Sul. Apesar disso, melhorias de infraestrutura devem ser realizadas para fortalecer esse meio de comercialização. Existe possibilidade de fortalecimento da produção orgânica no município.

Referências bibliográficas

- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2010) IBGE. Censo Demográfico Disponível em <<http://www.sidra.ibge.gov.br/>>. Acesso em 05 de dezembro de 2014.
- Ministério de Desenvolvimento Agrário-MDA. Plano Safra da Agricultura Familiar 2012/2013.
- Steiner PA (2006) Sociologia Econômica. São Paulo: Editora Atlas S.A
- Pierrri,MCQM (2010) Um Recorte em Território Artificializado: Agricultura Familiar na Feira dos Goianos-Gama/DF. Dissertação de Mestrado em Agronegócios, Universidade de Brasília.