

Feira agroecológica da UENF: uma estratégia de comercialização para agricultores familiares no Município de Campos dos Goytacazes/RJ

Agroecological fair from UENF: a commercialization strategy for family farmers in Campos dos Goytacazes, Rio de Janeiro state

BARBÉ, Luciane da Costa. Universidade Estadual do Norte Fluminense, CCTA – LEAG – lucianebarbe@gmail.com; SOUZA, Paulo Marcelo de. Universidade Estadual do Norte Fluminense, CCTA – LEAG – pmsouza@uenf.br.

Resumo

A reprodução sócio econômica das famílias rurais se reflete na constatação que uma das dificuldades dos agricultores é forma de vender a produção. O objetivo deste trabalho foi investigar as estratégias de comercialização de cinco agricultores participantes da feira agroecológica da Universidade Estadual do Norte Fluminense (UENF). Como instrumento de pesquisa foi utilizado um questionário semi-estruturado com questões abertas e fechadas. De acordo com os resultados pôde-se concluir que os agricultores encontram-se satisfeitos com as formas de comercialização, porém poucos satisfeitos com os resultados econômicos, pois avaliam que os produtos deveriam ser mais valorizados em função da colheita tardia, quando comparados aos convencionais.

Palavras-chave: Agroecologia, Agricultores familiares e comercialização.

Abstract

The socio economic reproduction of rural family is reflected in the finding that one of the difficulties of farmers is how to sell the production. The aim this work was to investigate the commercialization strategies of five family farmers participating of the Agroecological fair from State University of Norte Fluminense (UENF). As research instrument was used a semi-structured questionnaire with open and closed questions. According to the results it was concluded that farmers are satisfied with the forms of marketing, but little satisfied with the economic results, therefore assess that the products should be appreciated according to the late harvest when compared to conventional products.

Keywords: Agroecology, family farmers and commercialization.

Introdução

Sistemas de produção de bases agroecológicas, considerados sustentáveis, podem ser caracterizados pelo uso de tecnologias que respeitem os recursos naturais e que, no trabalho em conjunto, sejam mantidas ou pouco alteradas as condições de equilíbrio entre os organismos participantes do processo de produção. No entanto, mesmo com a adoção desse sistema de produção, os agricultores familiares esbarram nas dificuldades de comercialização de seus produtos, e para que esses problemas sejam minimizados, diferentes estratégias de venda são adotadas pelos produtores familiares.

A comercialização da produção agroecológica ainda é considerada difícil, pois além de atingir um mercado relativamente simples, continua como atribuição do próprio produtor (ZOLDAN e KARAM, 2004). Geralmente esse tipo de agricultura é mais compatível com a especificidade da agricultura familiar, por exigir maior necessidade de ocupação de mão de obra. A venda desses produtos aparece como um dos grandes gargalos da cadeia produtiva e pode ser considerado o fator limitante para a reprodução sócio - econômica de muitos agricultores familiares rurais do país. A grande dificuldade neste processo se dá devido à ausência de uma organização que dê

apoio à comercialização da agricultura de pequeno porte. De acordo com Darolt (2002), por ser um sistema novo, ainda há uma desorganização do sistema de produção de orgânicos (falta de planejamento) e do processo de comercialização. Tal situação também se verifica no município de Campos dos Goytacazes/RJ, onde os agricultores familiares assentados da reforma agrária têm dificuldades para escoar sua produção agroecológica. Contudo, a diversificação da produção e a combinação de distintos canais de comercialização correspondem às estratégias encontradas pelo pequeno produtor de garantir a reprodução econômica de suas famílias. Uma das alternativas adotadas pelos produtores rurais campistas tem sido a comercialização direta da produção feita num espaço sediado dentro da Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro – UENF.

Diante do exposto o presente estudo teve como objetivo investigar as dificuldades e perspectivas em relação às vias de comercialização dos pequenos produtores participantes da feira agroecológica da UENF.

Metodologia

Esta pesquisa foi conduzida no Município de Campos dos Goytacazes/RJ onde foram investigados cinco agricultores familiares de uma feira agroecológica que ocorre todas as terças feiras durante o período letivo nas dependências da UENF. Ainda não se conhece o número total de produtores agroecológicos da região, sendo os participantes do estudo considerados referência no cultivo de produtos da agricultura limpa do Município. Foi utilizado um questionário semi-estruturado com questões abertas e fechadas, totalizando 11 questões. A coleta dos dados ocorreu durante o mês de novembro de 2008 no local de comercialização dos produtos.

As entrevistas ocorreram de forma individual em horários preestabelecidos pelos participantes. As questões abordaram tópicos como: área total da produção agroecológica; tempo de cultivo e motivação; produção; produtividade; escoamento da produção; satisfação com resultados econômicos e com as formas de comercialização; preços pagos pelo produto e fatores limitantes para expansão do sistema. A análise dos dados foi feita por porcentagem simples além da descrição qualitativa dos dados.

Resultados e discussões

Os estabelecimentos familiares dos produtores estudados possuem áreas que variam de 8,5 a 10 hectares com área média de 9,6 hectares. Segundo Buainain et al., (2003), a área média dos estabelecimentos familiares no Brasil é de 26 hectares e o tamanho médio varia de região para região. A área média das propriedades estudadas não significa, necessariamente, a inviabilização da pequena propriedade familiar.

Os agricultores estudados já cultivam de forma diversificada há mais de três anos. Nas propriedades analisadas são produzidas sob manejo agroecológico, diferentes espécies de frutas, legumes, verduras, animais e outros. Nessas condições, foram citadas: abacate, abacaxi, acerola, banana, caju, coco, goiaba, jabuticaba, jaca, laranja, limão, mamão, manga, pinha, siriguela, abóbora, aipim, milho, pimenta, alface, couve, espinafre, vagem, rúcula, cana, feijão guandu, leite, ovos, queijo, vaca, cabra, galinha, pato, peru e porco. Essa grande diversidade de espécies contribui para melhor equilíbrio do sistema e para a eliminação do uso de agrotóxicos e também reduz os riscos inerentes à dependência de uma única atividade.

Quando perguntado sobre o principal motivo pela escolha da produção agroecológica, para todos os participantes a preocupação com a saúde da família apareceu como primeiro atributo de escolha.

Resumos do VI CBA e II CLAA

Para 40% dos agricultores participantes da pesquisa, a produtividade após a adoção do sistema de produção agroecológica não se modificou, ou seja, a produtividade atual é igual àquela obtida no sistema convencional. Por outro lado, 20% dos produtores afirmaram que, quando modificado o manejo, houve o aumento da produção e, para 40% dos agricultores, houve uma queda de produtividade em suas lavouras. STORCH et al., (2004) afirmam que a não ocorrência de diminuições significativas de produção na mudança do sistema convencional para o orgânico pode ser atribuída à baixa produtividade da propriedade antes mesmo da adoção do sistema orgânico de produção.

A comercialização de todos os cinco produtores é feita em feiras (Figuras 1 e 2), enquanto dois deles comercializam também para restaurantes e comércio em geral. A inexistência da figura do intermediário demonstra que a comercialização não é um problema para os agricultores, mas há falta de conhecimento das práticas que se fazem necessárias para conseguir vender bem a produção, pois com relação aos resultados econômicos da produção, 40% dos produtores disseram estar pouco satisfeitos enquanto 60% avaliam como satisfatório os resultados econômicos da comercialização. A satisfação com as formas de comercializar a produção é considerada por todos como positiva, o que pôde ser constatada em determinadas falas dos participantes: *“Desse jeito não estrago mercadoria e ainda ganho um trocado”*. *“Na feira tenho contato com o público, consigo passar para os consumidores aquilo que eu acredito”*.



FIGURA 1. Feira Agroecológica - local de comercialização dos produtos nas dependências da UENF.



FIGURA 2. Produtores e consumidores interagindo no processo de comercialização, novembro de 2008.

A comercialização feita pelos produtores familiares agroecológicos/orgânicos é uma estratégia indispensável para a geração de sustentabilidade dos mesmos. Já quanto aos preços pagos pelos produtos 40% disseram ser razoáveis e 60% consideraram como bons. Dessa constatação surge a necessidade de maior articulação nos níveis local e regional entre as diferentes organizações e os movimentos ligados à agroecologia, como forma de potencializar os recursos disponíveis e viabilizar a superação das limitações impostas pela estrutura e dinâmica do mercado (ENA, 2002).

Quando perguntados sobre quais seriam os fatores que consideram como limitantes para outros produtores aderirem ao sistema de produção agroecológica 40% afirmaram que a elevada quantidade de mão de obra exigida no manejo da lavoura agroecológica é um dos motivos pelos quais muitos produtores preferem não converter sua produção. Além disso, 60% afirmaram que, por ser um sistema mais demorado no tempo de colheita, os produtores rurais convencionais não vêem vantagem na troca do sistema de produção. Diferentes sugestões foram apontadas pelos agricultores a respeito do que deveria mudar para que houvesse maior expansão do sistema agroecológico como pode ser observado na figura 3.

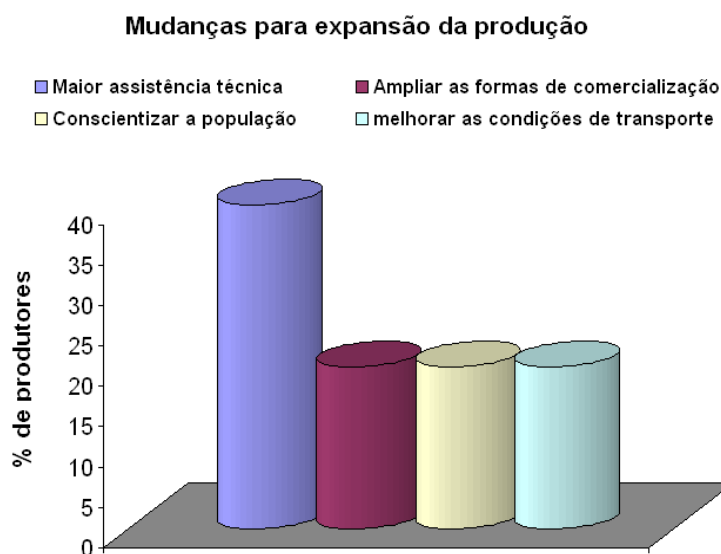


FIGURA 3. Sugestões dos agricultores do município e Campos dos Goytacazes/ RJ para expansão do sistema agroecológico/orgânico.

Conclusões

Com o trabalho, pôde-se concluir que a feira na Universidade é uma das formas de escoamento da produção, além de aproximar comunidade acadêmica e consumidores em geral da realidade do agricultor agroecológico, permitindo trocas de experiências e contato direto com o público consumidor desses produtos. Os agricultores encontram-se satisfeitos com as formas de comercialização, porém poucos satisfeitos com os resultados econômicos, pois avaliam que os produtos deveriam ser mais valorizados em função da colheita tardia, quando comparados aos convencionais. A ausência de assistência técnica apontada pelos produtores dificulta para uma melhor organização da produção, da distribuição e do consumo destes produtos.

Referências

BUAINAIN, A. M.; ROMEIRO, A. R.; GUANZIROLI, C. E. *Agricultura familiar e o novo mundo rural. Sociologias*, Porto Alegre, v. 10, p. 312-347, 2003.

DAROLT, M. R. *Agricultura Orgânica: inventando o futuro*. Londrina: IAPAR, 2002. 250 p.

ENCONTRO NACIONAL DE AGROECOLOGIA (ENA) *Transformação e comercialização de produtos agroecológicos*. Rio de Janeiro: Grupo de trabalho temático do Rio de Janeiro. 2002.

STORCH, G. et al. Caracterização de um grupo de Produtores Agroecológicos do Sul do Rio Grande Do Sul, Brasil. **Revista Brasileira de Agrociência**, Pelotas, v. 10, n. 3, p. 357-362, 2004.

ZOLDAN, P.; KARAM, K. F. *Estudo da dinâmica da comercialização de produtos orgânicos em Santa Catarina*. Florianópolis: Instituto Cepa/SC, 2004. 181 p.