



Entraves da comercialização de produtos agroecológicos no município de Garrafão do Norte/PA

Inputs from the commercialization of agroecological products in the municipality of Garrafão do Norte/PA

MENDONÇA, Ana Sílvia Alves de¹; OLIVEIRA, Krishna de Nazaré Santos de¹; CORREA, Raimundo Elinaldo Alves¹; PENICHE, Tiago Farias¹.

¹Universidade Federal Rural da Amazônia, anacavalcant09@gmail.com; Krishna.oliveira14@hotmail.com; naldoferro@gmail.com; tiagofarias122@gmail.com.

Resumo: As feiras agroecológicas são parte das ações de economia solidária existentes na região, com a finalidade de oferecer aos moradores urbanos produtos saudáveis, "in natura", promovendo a transformação social através do comércio justo e do consumo consciente. Diante disso, objetivou-se analisar os entraves da feira agroecológica de Garrafão do Norte, dando ênfase à comercialização. A pesquisa foi realizada no município de Garrafão do Norte – PA, por meio de visita in loco na feira de produtos agroecológicos que acontece aos sábados. Foi aplicado um questionário semiestruturado, com questões abertas e fechadas, para 6 agricultores familiares participantes da feira, escolhidos de forma aleatória. A maioria dos produtores atuam na feira por aproximadamente 1 ano e não tiveram incentivo financeiro e nem assistência técnica para implantação e acompanhamento das atividades. A variabilidade de produtos disponíveis na feira possibilita atender maiores quantidades de nicho de mercado, valorizando a produção. Além disso, essa atividade possibilita o contato direto entre os agricultores, que trocam experiências e conhecimentos, e também entre estes e o consumidor, que se sente mais seguro em saber a origem e forma de produção do seu produto. A feira, além de espaço de comercialização, funciona como um elo de troca de conhecimento e experiência entre os envolvidos, fazendo com que os produtores percebessem a importância de se produzir com qualidade e não apenas em quantidade.

Palavras-chave: Produtos agroecológicos, comercialização, agricultura familiar.

Abstract: The agro-ecological fairs are part of the solidarity economy actions in the region, with the purpose of offering urban dwellers healthy products, "in natura", promoting social transformation through fair trade and conscious consumption. Aiming at this, it aims to analyze the obstacles of the agroecological fair of Garrafão do Norte, with emphasis on commercialization. The research was carried out in the city of Garrafão do Norte - PA, through an on - site visit to the agroecological fair that takes place on Saturdays. A semi-structured questionnaire, with open and closed questions, was applied to six randomly chosen family farmers participating in the fair. The majority of the producers work in the fair for approximately 1 year and did not have the financial incentive nor technical assistance for implantation and monitoring of the activities. The variability of products available at the fair makes it possible to attend larger quantities of niche market, valuing production. In addition, this activity enables direct contact between farmers, who exchange experiences and knowledge, and also between them and the consumer, who feels more secure in knowing the origin and form of production of their product. The fair, as well as marketing space, acts as a link between knowledge and



experience among those involved, making the producers realize the importance of producing quality and not just quantity.

Keywords: Agroecological products, marketing, family farming.

Introdução

Ao longo dos anos, as práticas agrícolas se desenvolveram conjuntamente com o desenvolvimento da sociedade; formas nocivas de cultivo e exploração à natureza foram se tornando cada vez mais comuns nas plantações como forma de obter melhores resultados para atender a demanda cada vez mais crescente da população por alimentos (MARTINS, 2015).

A concepção agroecológica surge como ação política de negação a um modelo de produção convencional que demanda mais custo e degrada o meio ambiente, especificamente pelo uso indiscriminado dos agrotóxicos. Estimulando dessa maneira a busca pela experiência de se construir um processo e produção de insumos local e estabelecer novos canais de comercialização economicamente mais viável, como as feiras agroecológicas, merenda escolar, dentre outros (RAMALHO, et al, 2010; HINTERHOLZ, 2011).

Karan (2003), baseado em Miguel Altieri, escreve que “a agroecologia é uma ciência, um conjunto de conceitos, princípios e métodos que permitem estudar, manejar e avaliar um ecossistema agrícola, oferecendo diretrizes para uma agricultura mais sustentável, ambientalmente sadia, socialmente justa e economicamente viável”.

A agricultura familiar desempenha um importante papel político e social, capaz de gerar transformações e promover o desenvolvimento. Assim, é necessário que a agricultura familiar possa se desenvolver de forma que contemple não somente sua importância básica de cuidados e exploração da terra, mas, na verdade, deve-se ir muito além, dada a sua relevância política, econômica e social (BUAINAIN, 2006; MARTINS, 2015).

As feiras agroecológicas são parte das ações de economia solidária existentes na região, com a finalidade de oferecer aos moradores urbanos produtos saudáveis, “in natura”, promovendo a transformação social através do comércio justo e do consumo consciente (HINTERHOLZ et al., 2011). Nelas, os produtos são oferecidos aos consumidores diretamente pelos produtores, sem intermediários, sem exploração comercial, com a prática de preços que corresponda à produção dos agricultores familiares (SILVIA, 2015). Diante disso, objetivou-se analisar os entraves da feira agroecológica de Garrafão do Norte, dando ênfase à comercialização.



Metodologia

A pesquisa foi realizada no município de Garrafão do Norte – PA, por meio de visita in loco na feira de produtos agroecológicos que acontece aos sábados pela manhã, a céu aberto no centro da cidade. Foi aplicado um questionário semi-estruturado, com questões abertas e fechadas, para seis agricultores familiares participantes da feira, escolhidos de forma aleatória. O levantamento dos dados foi realizado de forma individual e durante o horário de comercialização.

A entrevista abordou questões referentes a visão geral dos produtores sobre a feira, incentivos econômicos recebidos por eles e pontos positivos e negativos da comercialização. A análise dos dados foi feita por porcentagem simples além da descrição qualitativa dos dados.

Resultados e discussões

A maioria dos produtores atuam na feira por aproximadamente 1 ano e não tiveram incentivo financeiro e nem assistência técnica para implantação e acompanhamento das atividades. A feira é diversificada e conta com a comercialização de vários produtos agroecológicos como: farinha d'água, seca e de tapioca, goma de tapioca, frutas, verduras, doces, molho, galinha caipira, andiroba, coloral, feijão verde e coco ralado.

A variabilidade de produtos disponíveis na feira possibilita atender maiores quantidades de nicho de mercado, valorizando a produção. Além disso, essa atividade possibilita o contato direto entre os agricultores, que trocam experiências e conhecimentos, e também entre estes e o consumidor, que se sente mais seguro em saber a origem e forma de produção do seu produto. Para Hinterholz et al. (2011), as feiras agroecológicas são parte das ações de economia solidária existentes na região, com a finalidade de oferecer aos moradores urbanos produtos saudáveis, "in natura", promovendo a transformação social através do comércio justo e do consumo consciente (SILVA, 2015).

Cerca de 67% dos entrevistados avaliam a atividade como sendo regular e consideram como fonte de renda complementar, sendo necessário exercer outras atividades como agricultura convencional e comércio, por exemplo. Além disso, outras dificuldades são encontradas, dentre elas destacam-se a falta de apoio governamental através de incentivos e disponibilização de um espaço apropriado para a comercialização, o transporte da mercadoria até o local da venda, conhecimento técnico e, 33% consideraram a quantidade de compradores insuficiente, principalmente pela falta de divulgação da feira no município.



Conclusões

A feira, além de espaço de comercialização, funciona como um elo de troca de conhecimento e experiência entre os envolvidos, fazendo com que os produtores percebam a importância de se produzir com qualidade e não apenas em quantidade.

Por ser uma atividade rentável, a realização das feiras surge como uma alternativa para a comercialização dos produtos da agricultura familiar do município, porém, as dificuldades enfrentadas, desde a falta de assistência à falta de um local apropriado, acabam desestimulando o produtor, fazendo com que muitos desistam da atividade.

Referências bibliográficas

HINTERHOLZ, B.; Mattos, R., V. de. **Feira Agroecológica: uma alternativa para comercialização de produtos oriundos da agricultura familiar orgânica no município de Medianeira – PR: O Caso da AAFEMED.** Synergismus scyentifica UTFPR, Pato Branco, 06 (1). 2011.

KARAN, K. F. Comercialização e consumo de produtos agroecológicos; pesquisa dos locais de venda, pesquisa do consumidor-região da grande Florianópolis: **relatório final.** Instituto Cepa/SC, 2003.

MARTINS, A. P. C.; DE SOUSA, E. P. Caracterização da feira agroecológica no município de Várzea Alegre–CE: o caso do sítio São Vicente. **Electronic Journal of Management, Education and Environmental Technology (REGET)**, v. 19, n. 3, p. 161-180, 2015.

RAMALHO, A. M. C; SANTOS, J. G; SILVA, S. S. F. Resignificando as práticas de consumo: as feiras agroecológicas do agreste da borborema – PB. **Anais... V ENEC - Encontro Nacional de Estudos do Consumo. I Encontro Luso- Brasileiro de Estudos do Consumo. Tendências e ideologias do consumo no mundo contemporâneo.** Rio de Janeiro, 2010.

SILVA, L.; DE OLIVEIRA, D. L.; CARDOSO, E. A. A importância da divulgação da feira agroecológica para o aumento da comercialização em Campina Grande-PB. **Anais... Congresso Técnico Científico de Engenharia e da Agronomia- CONTECC.** 2015.