



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



O espaço feira como estratégia de fortalecimento da produção orgânica em Santarém- Pará

The space fair as a strategy to strengthen organic production in Santarém-Pará

PEREIRA, Ana Jéssica Guimarães¹; CASTRO, Maria Soraia Aguiar¹; FERNANDES, Tayane Pedroso¹; DAVID, Elizama Leite¹; SILVA, Danielle Wagner¹.

¹Universidade Federal do Oeste do Pará- UFOPA, Santarém/Pará, Brasil. anaj.guima@gmail.com; sorayaaguiar.stm@hotmail.com; tayane.fernandes33@gmail.com; elizamaleitedavid@gmail.com; danicawagner@yahoo.com.br.

Tema gerador: Estratégias econômicas em diálogo com a agroecologia

Resumo

O trabalho visa discutir a importância da feira como espaço mediador da produção orgânica em Santarém-Pará. A pesquisa foi organizada através de entrevistas feitas a partir de questionários semiestruturado com 30 agricultores familiares que comercializam produtos na feira do Mercado Municipal de Santarém, denominada feira do Mercado 2000. De acordo com os resultados, a feira valoriza a comercialização dos produtos orgânicos e, conseqüentemente, proporciona visibilidade para o consumo de alimentos saudáveis por parte dos clientes. Desse modo, tem despertado interesse de produtores convencionais à adoção de práticas orgânicas, fomentando o processo de transição agroecológica.

Palavras-chave: Mercado de Produtos orgânicos; Transição Agroecológica; Amazônia.

Abstract

This research aims to discuss the fair's importance like a mediator of the organic production in Santarém-Pará. The research was organized through a semi structured seminar with 30 family farmers, who live on the urban area or the countryside and provide to the Municipal Market of Santarém (A.K.A. Mercado 2000) with their products. The following results show that the fair has enriched the commerce of organic products, which has been highlighted by the increase of healthy food's consumption by a portion of the customers, which foment the agroecological transition processes.

Key-words: Organic Products Market; Agroecological Transition; Amazon.

Introdução

A atribuição do termo orgânico a alimentos é uma forma de atrair mais consumidores, que buscam uma alimentação mais saudável. Portanto, é uma estratégia de agregar valor aos produtos agrícolas. O estudo de Escola e Laforga (2001), revelou que 42,9% dos consumidores associam a produção orgânica à agricultura sem agrotóxico e 33,3%, associam ao processo natural de cultivo. Assim, os dados indicam que, nas feiras orgânicas, a principal razão para o consumo de produtos orgânicos é a questão da saúde.



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



De acordo, ainda, com Escola e Laforga (2001), os produtores orgânicos devem utilizar canais de comercialização compatíveis com as características diferenciadas dos produtos, cujos atributos de qualidade serão reconhecidos e valorizados pelos consumidores. Um canal de distribuição que não oferece uma possibilidade de diferenciação adequada do produto, tende a confundir o consumidor quanto às características na hora da compra, seja oferecendo produtos sem garantias de qualidade, como os selos de certificação, ou prejudicando o desempenho de toda a cadeia produtiva.

Segundo Rufino *et. al.*, (2015), faz-se necessário um ambiente propício para a comercialização desses produtos. Para o autor, a feira agroecológica favorece a visibilidade e valorização dos produtos orgânicos e da agricultura familiar camponesa por ser um espaço de comercialização no estilo tradicional, isto é, com a venda em um espaço coletivo. Por esse fator, a feira Mercado 2000 é um ambiente que tem capacidade de contribuir com a disseminação desses produtos, por ser um local de uso coletivo para produtores rurais, assim sendo de grande importância para a população santarena, desenvolvendo um papel fundamental em tempos que se busca saúde e qualidade de vida.

Em vista desse contexto, o trabalho objetiva analisar o papel da feira situada no Mercado Municipal de Santarém, PA, tradicionalmente conhecida como Mercado 2000, a partir da sua mediação na venda de produtos orgânicos.

Material e Métodos

Santarém é um município localizado no Oeste do Estado do Pará, sua população é estimada em 294.447 habitantes, de acordo com os dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2016).

O clima da região é caracterizado como equatorial, possuindo umidade elevada, precipitação pluviométrica anual de 2.000 mm, em média, e temperatura média anual de 25° C (ANDRADE *et al.*, 2013).

A pesquisa foi realizada com agricultores familiares, que comercializam produtos na feira do Mercado 2000, em Santarém, Pará. Segundo o gestor da feira, o senhor Antônio Lima Furtado, há em torno de 927 feirantes associados à Associação dos Produtores Rurais de Santarém (APRUSAN). Assim, em comparação as demais feiras, o local foi escolhido em função do maior movimento de feirantes e consumidores. Ressalta-se que a sua localização por si só já permite essa vantagem, pois está situada em uma das vias principais do comércio varejista da cidade.



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



Foram realizadas entrevistas com 30 feirantes durante o mês de março de 2017. Dentre os entrevistados, 53,33% são homens, e 46,66% são mulheres, representando grupos com faixa etária de 22 a 72 anos. As entrevistas foram apontadas em roteiro previamente elaborado, contendo questões sobre a demanda e a valorização de produtos orgânicos, tanto pelos agricultores quanto pelos consumidores. A escolha dos feirantes deu-se de modo aleatório, levando-se em consideração o consentimento e disponibilidade dos mesmos em serem entrevistados.

Resultados e discussão

Os dados mostram que 98% dos feirantes vive e/ou mantém seus plantios em zonas rurais, áreas periurbanas da cidade e em comunidades de várzea, existindo, portanto, dois tipos de comerciantes no local: feirantes produtores e feirantes revendedores. O tempo de atuação dessas pessoas na feira do Mercado 2000 varia de 6 meses a 27 anos.

Desde 2013, dentro da feira do Mercado 2000, há uma barraca coletiva destinada à comercialização dos produtos dos membros da Associação de Produtores Orgânicos do Tapajós – Tapajós Orgânicos, o que tem proporcionado visibilidade à produção orgânica existente nos municípios de Santarém e Mojuí dos Campos. Os produtores estão vinculados à três Organizações de Controle Social (OCS), cuja identificação como produtores orgânicos certificados é feita por vestimentas específicas (camiseta e avental).

Na banca, são expostos pôsteres com informações sobre a certificação participativa dos produtos. Segundo Souza (2006) e Terrazzan e Valarini (2009), a certificação dos produtos ou a identificação de sua qualidade é fator que aumenta a credibilidade do produto e do produtor. Portanto, o procedimento trouxe aos feirantes do Mercado uma série de benefícios, tal como a atribuição de conhecimento de novas técnicas voltadas ao manejo do solo e plantio de outras culturas e, sobretudo, a garantia de maior transparência em relação aos produtos vendidos.

Todavia, além desse espaço demarcado como banca de produtos orgânicos, 100% dos entrevistados informaram que ao longo da feira, em outros tabuleiros, é possível comprar produtos cultivados em sistema orgânico ou agroecológico, mas sem a certificação como garantia. Os entrevistados analisam que 87,3% dos feirantes produtores estão tendo mais cuidado no cultivo, deixando de utilizar agrotóxicos, e optando por utilizar adubos orgânicos e produtos naturais no controle de pragas e doenças.



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



Em relação à preferência por produzir e comercializar produtos orgânicos, 96,67% dos entrevistados justifica que ocorre devido ao crescente pedido de clientes antigos; 0,33% pelo interesse em prover saúde; 1,6% por ter consciência dos benefícios e 1,4% pela necessidade de se adequar à tendência do mercado.

Ao longo dos anos, o Mercado 2000 tem sido uma feira importante para Santarém no que diz respeito a geração de renda, uma vez que há diferentes perfis de vendedores, onde percebe-se que o ganho não está destinado exclusivamente aos feirantes - produtores das zonas rurais. Mas, apesar desse fator, vale ressaltar que, devido o crescimento das vendas dos produtos agroecológicos, o grupo de trabalhadores pertencentes ao campo, não sente a necessidade de morar na cidade, tornando o campo um lugar promissor para atividades sustentáveis e, por vezes, lucrativas. Tão grande é a influência da feira que outras instituições também são atendidas por esses produtos, pois, como relatado pelos feirantes, uma vez por semana profissionais do restaurante municipal da cidade, bem como membros franciscanos, os procuram para que o excedente dos produtos sejam doados. Nota-se, portanto, que, sendo a cadeia de beneficiados dada de forma indireta e direta, a divulgação dos produtos agroecológicos dessas bancas só aumenta.

De acordo com Rufino *et.al.*, (2015), a feira agroecológica pode ser considerada espaço democrático e popular com o objetivo de comercialização de produtos de origem da agricultura familiar e deve ser destinado para gerar renda e garantir uma proposta alternativa de alimentação saudável para a população em geral.

À vista do cenário brasileiro, que se demonstra favorável para a produção orgânica, quer seja no âmbito local ou nacional, estima-se que a procura por esse tipo de produto tende a aumentar, uma vez que os consumidores têm demonstrado interesse por alimentos saudáveis e, principalmente, apresentam certa responsabilidade com o meio ambiente (IPD, 2011).

Conclusão

A feira, mesmo que não seja agroecológica ou de produção orgânica, é considerada como um espaço mediador de oportunidade de venda de produtos, tanto em questão de atrair maior fluxo de pessoas, como pela valorização dos mesmos. Desse modo, a organização de venda de produtos orgânicos tem se mostrado cada vez mais adaptada às exigências do mercado, o que implica, inclusive, na divulgação maior do trabalho. Fazer parte de um espaço dividido por outros trabalhadores com mesmo propósito é uma estratégia econômica importante para o desenvolvimento da cadeia produtiva



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



dos produtos orgânicos. Além disso, o espaço-feira tem dado visibilidade à demanda crescente em relação ao consumo por alimento saudáveis, fomentando processos de transição agroecológica.

Referências bibliográficas

ANDRADE, S.C. de.; VIEIRA, V.R.; MORAIS, H.F.de.; ALBUQUERQUE, E. M. de.; SANTOS, A. A. C. dos. Estimativa de albedo, NDVI e Temperatura de Superfície no município de Santarém-PA. In: SIMPÓSIO BRASILEIRO DE SENSORIAMENTO REMOTO. 16., 2013, Foz do Iguaçu. **Anais...** Foz do Iguaçu: INPE, 2013. p. 1129-1135.

ESCOLA, R; LAFORGA, G. **O Mercado de Produtos Orgânicos**: Abordagem da Produção Orgânica no Município de Itápolis. Universidade do Mato Grosso. AGROECOLOGIA. Ano II, n.7, fev./mar. Tangará da Serra, 2001.

FROTA, J. G. da.; SANTOS-JR, A. P dos.; MENEZES C., H. de; GUEDES, A. G. **As serpentes da região do baixo rio Amazonas, Oeste do Estado do Pará, Brasil** (Squamata). In: Biociências (On-line), vol.13, n.2, 2007.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e estatística. **Santarém, Pará, Brasil**. Disponível em: <<http://cod.ibge.gov.br/59C>>. Acesso em: 08 Abr. 2017.

INSTITUTO DE PROMOÇÃO DO DESENVOLVIMENTO. **Pesquisa—O mercado brasileiro de produtos orgânicos**. Curitiba, 2011.

RUFINO, L. L.; CASIMIRO, M. I. E.; DAMASCENO JÚNIOR, F., F.; MARTINS, W. L.; Economia Camponesa Agroecológica: O caso da feira de Juazeiro do Norte-CE. In: SEMANA DO ECONOMISTA E ENCONTRO DE EGRESSOS, CE. 5., 2015, Ilheus. **Anais...** Ilheus: 2015. p. 1-21. Disponível em <<http://www.uesc.br/eventos/vsemeconomista/anais/gt3-4.pdf>>. Acesso em: 10 Abr. 2017.

SOUZA, J. L. de. **Manual de horticultura orgânica**. 2.ed. atual. e ampl – Viçosa, MG: Aprenda Fácil, 2006.

TERRAZZAN, P; VALARINI, P. J. Situação do mercado de produtos orgânicos e as formas de comercialização no Brasil. **Informações Econômicas**, São Paulo, v.39, n.11, nov.2009.