



Feira Semente Boa: Avaliação de um projeto agroecológico da UFSJ-MG *Good Seed Fair: Evaluation of an agroecological project of UFSJ-MG*

DE PAULA, Jéssica Stéphanie¹; CALBINO, Daniel²; FIGUEIREDO, Yuri Gomes³

¹UFSJ, jessicstephanie16@hotmail.com, ²UFSJ, dcalbino.@ufsj.edu.br, ³UFSJ, yuri.gfigueiredo@hotmail.com

Eixo temático: Economia dos sistemas agroalimentares de base agroecológica

Resumo: Este trabalho se refere a uma análise parcial do projeto de extensão universitária, Feira Semente Boa, que ocorre desde agosto de 2017, na Universidade Federal de São João Del Rei. Busca-se assim, identificar os avanços e desafios a partir da ótica dos consumidores das feiras. Para tanto foi realizada uma pesquisa quantitativa aplicando 46 questionários estruturados com os envolvidos. Os resultados indicam o alto índice de satisfação na qualidade e diversidade das hortaliças agroecológicas comercializadas. Dentre os desafios destaca-se a oferta de outros produtos, bem como a realização de intervenções artísticas culturais nas feiras. Em conclusão, a investigação aponta para a relevância de uma iniciativa de canal de comercialização que cumpre também como um espaço de interação social que transcende a estrita lógica mercantil da atual sociedade.

Palavras-chave: Feira Agroecológica; Agricultura Familiar; Circuitos Curtos de Comercialização.

Keywords: Agroecological Fair; Family Farming, Short Marketing Channels

Introdução

A feira livre é uma das formas mais antigas de comercialização de produtos agrícolas. No Brasil, as feiras datam desde o período colonial, como resultado da transposição de hábitos e costumes dos colonizadores portugueses (ANJOS, et. al, 2005) mesclada com práticas africanas (MASCARENHAS; DOLZANI, 2008). Atualmente as feiras livres desempenham uma função importante na consolidação econômica e social, em especial da agricultura familiar.

Ribeiro et al (2005) destaca que a feira agroecológica é um canal que permite a comercialização por parte dos produtores e a realização da venda de seus produtos, garantindo o abastecimento regular de qualidade e proporcionando variedade aos hábitos alimentares.

O município de Sete Lagoas em Minas Gerais é uma referência nacional na agricultura urbana. Por meio de um Programa de Hortas Comunitárias Urbanas, a política pública criada em 1982, contribui com sete hortas comunitárias espalhadas pelas regiões centrais do município, beneficiando mais de 350 famílias. Os itens produzidos de forma coletiva pelos agricultores se baseiam nas regras de produção sem o uso de agrotóxicos e com ênfase na diversidade de culturas. Dentre os canais de escoamento pelos agricultores, cita-se: os programas de políticas públicas PENA (Programa Nacional de Alimentação Escolar), as Feiras Livres há mais de vinte anos



na cidade, além da comercialização direta entre produtores e consumidores nas próprias feiras e ruas da cidade.

Apesar da diversidade de estratégias adotadas, o escoamento dos produtos ainda é um dos principais desafios a serem superados pelos agricultores. Uma pesquisa feita em 2014 pela UFSJ em parceria com a prefeitura de Sete Lagoas, registrou que 47,3% dos agricultores alegaram grandes perdas na sua produção, em decorrência das dificuldades de comercialização.

A fim de ampliar o canal de comercialização dos agricultores das hortas comunitárias de Sete Lagoas e diminuir o distanciamento entre a universidade e a comunidade externa, foi inaugurado em agosto de 2017, a Feira Semente Boa na Universidade Federal de São João Del Rei - campus Sete Lagoas. Além dos produtos dos agricultores familiares, o projeto se expandiu, para que os estudantes possam comercializar quitandas, plantas ornamentais, artesanatos, artigos de arte visual e itens de venda econômica colaborativa.

As feiras ocorrem todas as terças-feiras das 11:0h às 13:30h em um saguão do prédio principal da instituição. Durante o evento são dispostas três barracas, cada uma com a oferta de produtos distintos, evitando a concorrência direta entre os envolvidos. A barraca de comercialização de hortaliças é destinada exclusivamente para os produtores das hortas comunitárias. Por meio do sistema de rodízio, cada semana um diferente produtor disponibiliza os seus produtos. No entanto, há orientação de manter a oferta de alguns itens básicos, no intuito de atender ao consumo daqueles que adquirem os produtos frequentemente.

Neste contexto, o presente trabalho teve por objetivo analisar a percepção dos consumidores da comunidade acadêmica que frequentam as feiras agroecológicas na UFSJ. Por meio da realização de um questionário estruturado, propôs-se com a pesquisa identificar os avanços e desafios a serem superados pelo projeto extensionista em desenvolvimento.

Metodologia

A pesquisa se caracterizou por uma investigação quantitativa, na qual os dados foram coletados 46 questionários estruturados, entre os dias 30 de abril e 7 de maio de 2019. O questionário foi elaborado por meio de 15 perguntas que mensuravam a opinião dos docentes, discentes, técnicos administrativos e terceirizados que participam das feiras.

Para o tratamento e análise dos dados foi utilizado o software estatístico Statistical Package for the Social Science, a fim de gerenciar de forma ampla a qualidade dos dados, observando, armazenando e contribuindo com a interpretação das estatísticas descritivas (MEIRELLES, 2014).

Resultados e Discussão

Cadernos de Agroecologia – ISSN 2236-7934 - Anais do XI Congresso Brasileiro de Agroecologia, São Cristóvão, Sergipe - v. 15, no 2, 2020.



Os dados indicaram que o perfil dos consumidores é majoritariamente feminino, constituído por 69,6% de mulheres e 30,4% homens. Ainda que o questionário não lidasse com uma avaliação longitudinal nestes dois anos de projeto, enquanto hipótese as informações podem indicar que a aquisição de produtos alimentícios representa a típica divisão sexual do trabalho, na função das mulheres como responsáveis pelas compras domésticas.

Ainda sobre o perfil dos consumidores, a pesquisa indicou que a maioria são estudantes de graduação (54,3%), seguidos de funcionários terceirizados (17,4%), técnicos administrativos (15,2%), docentes (10,9%) e estudantes de pós graduação (2%). A distribuição percentual se aproxima do universo do Campus, já que a instituição possui 800 estudantes de graduação matriculados em quatro cursos, enquanto o número de docentes, técnicos e terceirizados representa apenas 130 pessoas.

Os dados do perfil confrontam a hipótese inicial que baseava na formação de um público alvo majoritariamente de profissionais trabalhadores do campus. Apesar do baixo valor dos produtos vendidos em comparação com a média de preços da indústria alimentícia, estimava-se que a diferença entre o poder aquisitivo nas categorias de profissionais e estudantes, indicasse um perfil de frequentadores majoritários nos primeiros. No entanto, os resultados mostraram que a feira tem atendido aos diversos perfis da comunidade acadêmica, contribuindo para o fomento de produtores agroecológicos em especial para os estudantes de graduação.

Feitas as considerações sobre o perfil dos envolvidos, buscou-se com a pesquisa compreender o índice de satisfação em relação à qualidade e estética dos produtos agroecológicos. Os dados indicaram para o alto índice de aceitação, na qual 97,2% declararam a qualidade como muito boa e 97,8% afirmaram ser positiva a limpeza e apresentação dos produtos.

É interessante ressaltar que os itens comercializados das hortas comunitárias não fazem o uso de agrotóxicos. Isso, no entanto, implica em produtos com menor tamanho e uma estética mais “robusta” em comparação aos convencionais das redes de supermercados. No entanto, possivelmente pela compreensão dosm envolvidos, a aquisição desses produtos com características singulares, não são vistos como um limitante, mas valorizados pelo seu histórico agroecológico.

Outro grupo de questões buscou identificar a percepção a respeito dos preços comercializados e das formas de embalagens. As respostas apontam que 89,1% dos consumidores consideram o preço oferecido justo. Merece ressaltar que em virtude do valor agregado dos produtos agroecológicos, é compreensível que o seu preço possua um valor de mercado acima daqueles produzidos convencionalmente e em alta escala. Porém, para o universo desses consumidores o preço parece adequado e condizente com a qualidade ofertada, o que pode indicar a compreensão da singularidade desta natureza de produção.



Referente às formas de embalagem, atualmente nas feiras os produtores recorrem às convencionais sacolas plásticas não recicláveis, o que se distanciou de uma dinâmica sustentável do próprio movimento de agroecologia. Neste sentido, para 32,6% dos respondentes o mais indicado seria o uso de sacolas biodegradáveis, enquanto 39,1% sugeriram o uso de sacolas retornáveis.

Especificamente nas sacolas biodegradáveis, isso implica em um reposicionamento estratégico dos produtores e organizadores das feiras. A aquisição desta natureza tende a aumentar o custo de produção, no entanto, pode ser “repassada” para os consumidores, desde que enfatizada pela mudança no formato de embalagem.

Da mesma forma, a sugestão de embalagens retornáveis se torna até mais adequada do que o uso de biodegradáveis, por reduzir o consumo de sacolas e incentivar a sua reutilização em uma sociedade de consumo. No entanto, chama a atenção que apesar da sugestão, até o momento não foi registrada de maneira espontânea pelos consumidores a utilização de suas próprias sacolas nesses dois anos de feiras.

Apesar disso, os resultados têm indicado a possibilidade de ofertar oficinas de trabalho para a confecção e distribuição de sacolas retornáveis entre os consumidores. Uma possibilidade inclusive é a entrega de sacolas para aqueles assíduos, até como uma forma de promoção e contribuição das feiras.

O último grupo de perguntas tratou de mensurar as limitações e sugestões de melhorias. Registrou-se que apesar da alta satisfação das hortaliças oriundas das hortas comunitárias, os consumidores almejam também outros produtos. Dentre estes, 47,8% sugerem a comercialização de frutas e leguminosas.

É relevante ressaltar que os dois itens não fazem parte da cultura da maioria das 350 famílias envolvidas nas hortas. Isso ocorre por uma questão estratégica: cada família possui um canteiro destinado pela prefeitura de aproximadamente 360 m². No entanto, as condições climáticas da cidade de Sete Lagoas (seco, quente, cuja vegetação é do tipo cerrado), restringem a produção das tradicionais frutas adquiridas no mercado. Da mesma forma, a produção de leguminosas não é cultivada nas hortas, em vista do longo tempo de produção e demora no retorno financeiro, já que muitos precisam de uma renda mensal para sobreviver.

Apesar dessas singularidades, os resultados da pesquisa têm indicado o potencial de articular novos produtores da cidade que atuem além das hortas. Isso pode contribuir na utilização do espaço enquanto caminho mais amplo de comercialização e suprir uma demanda já registrada pelos consumidores.

Além de novos produtos, os entrevistados sugeriram a realização de intervenções culturais durante as feiras. É válido enfatizar que toda semana o espaço possui música ambiente e uma vez ao mês música ao vivo. No mesmo espaço, os estudantes utilizam como um centro de convivência e lazer, a qual realizam jogos lúdicos e/ou descansam após as refeições e intervalos das aulas.



Neste sentido, a sugestão de mais eventos dessa natureza, parece indicar que as feiras não se situam unicamente como um canal de compra e venda de produtos, mas uma dinâmica de interação cujo valor econômico é apenas uma das amplas perspectivas que o fenômeno coletivo proporciona.

Conclusão

No intuito de avaliar os avanços e desafios de um projeto de feiras livres em um espaço universitário, o trabalho aponta para a importância que a iniciativa tem gerado para o movimento de agroecologia. Além de aproximar consumidores e produtores, facilitam o escoamento de produtos agroecológicos, respeitando suas singularidades estéticas e valorativas.

Além disso, os dados da pesquisa mostram o papel relevante das feiras como uma dimensão para além da lógica de oferta e demanda de mercadorias. Com base nas sugestões dos entrevistados foi possível notar a valorização deste espaço como um meio de convivência social, artística e cultural dentro de um próprio contexto universitário.

A singularidade do caso parece indicar inclusive um contraponto às atuais narrativas da acepção da Universidade como um suposto espaço de balbúrdia! Se a etimologia universidade vem do universal, logo o ensino é apenas uma das dimensões mais amplas que uma instituição dessa natureza deve representar. E a Feria Semente Boa, se ainda é um projeto embrionário, se situa como uma semente que pode gerar bons frutos, e talvez já esteja gerando!

Referências bibliográficas

ÂNGULO, J. L. G. Mercado local, produção familiar e desenvolvimento: estudo de caso da feira de Turmalina, Vale do Jequitinhonha, MG. Organizações Rurais & Agroindustriais, Lavras, v. 5, n. 2, p. 96-109.

CARVALHO, F. G.; REZENDE, E. G.; REZENDE, M. L. Hábitos de compra dos clientes da feira livre de Alfenas-MG. Organizações Rurais & Agroindustriais, Lavras, v. 12, n. 1, p. 131-141, 2010

DAROLT, M.R. Conexão Ecológica: novas relações entre agricultores e consumidores. Londrina: IAPAR, 2012.

MASCARENHAS, A. Gestão Estratégica de Pessoas. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

MEIRELLES, M. O uso do SPSS (Statistical Package for the Social Science) na Ciência Política: uma breve Introdução. Pensamento Plural, Pelotas, v.14, n.1 2014.

Cadernos de Agroecologia – ISSN 2236-7934 - Anais do XI Congresso Brasileiro de Agroecologia, São Cristóvão, Sergipe - v. 15, no 2, 2020.



VEDANA, V. “Fazer a feira”: estudo etnográfico das “artes de fazer” de feirantes e fregueses da Feira Livre da Epatur no contexto da paisagem urbana de Porto Alegre/RS. Dissertação (Mestrado em Antropologia), Porto Alegre, 2004.