

ANÁLISE DAS FEIRAS DA CIDADE DE PELOTAS- RS SOB A PERSPECTIVA DOS CANAIS CURTOS DE COMERCIALIZAÇÃO DE ALIMENTOS LOCAIS

CAMILA SOARES CARDOSO¹; FRANCISCO DA SILVA VIEGAS²; MARCELO FERNANDES PACHECO DIAS³

¹ Universidade Federal de Pelotas – camilascardoso@outlook.com

² Universidade Federal de Pelotas – fs.viegas@gmail.com

³ Universidade Federal de Pelotas – mfpdias@hotmail.com

1. INTRODUÇÃO

No Brasil atual, a agricultura familiar desempenha papel fundamental para a produção de alimentos, geração de serviços e renda. Análises realizadas por estudiosos da área, demonstram que a agricultura familiar tem parcela significativa na produção de uma grande gama de produtos alimentares necessários ao bem-estar do homem.

De acordo com TEDESCO et al (1999, p. 95) “para melhorar o resultado da comercialização, o produtor rural deve eliminar o maior número possível de intermediários”. Nesse contexto as feiras livres representam uma alternativa ao sistema tradicional de distribuição alimentar e que contribuem para o crescimento da agricultura familiar. (GODOY; ANJOS, 2007).

As feiras de alimentos podem contribuir para a formação de cadeias curtas, pois estas têm como princípio diminuir a distância entre os produtores e os consumidores, não apenas geograficamente, mas também com o intuito de conectar os agentes, provocar a interatividade e facilitar os propósitos um do outro. É importante ressaltar que a distância tratada não é geográfica e sim transacional, ou seja, é uma diminuição do número de atravessadores entre o produtor e o consumidor final, uma redução da cadeia de distribuição.

De acordo com MARSDEN (2004), as cadeias curtas são caracterizadas por um relacionamento mais próximo entre produtor e consumidor, inclusive na dimensão dos valores e crenças, através de uma interligação relacionada com o modo de produção dos alimentos. Para compreender a construção destas relações, MARSDEN et al. (2000), identifica os três tipos de cadeias curtas:

- Face a face (face-to-face): os produtores realizam a venda diretamente ao consumidor nas feiras, casas coloniais, rotas de turismo e à domicílio.
- Proximidade espacial (spatial proximity): os produtores de uma mesma região realizam as vendas para varejistas locais.
- Espacialmente estendida (spatially extended): envolvem fair trade e certificação de indicação geográfica.

Além disso, as mesmas ainda podem ser divididas quanto a qualidade entre regionais/artesanais e ecológico/naturais. Levando em consideração o exposto acima, esta pesquisa objetiva analisar se as feiras da cidade de Pelotas realmente se comportam como canais curtos de comercialização.

Esta pesquisa se justifica considerando que as cadeias curtas têm maior relevância no contexto atual onde a sociedade vê os problemas de ordem pública e de meio ambiente crescerem. Além disso, o pouco poder e os elevados custos que os agricultores têm em face ao uso crescente de insumos agrícolas modificados e beneficiados, que são as sementes, fertilizantes e defensivos agrícolas.

METODOLOGIA

A fim de responder ao objetivo geral de analisar se as feiras da cidade de Pelotas, se realmente se comportam como canais curtos de comercialização foi realizado um levantamento (survey) com amostragem por conveniência com os feirantes. Atualmente na cidade de Pelotas estão cadastrados 218 feirantes que realizam as feiras populares distribuídas na cidade. Foram entrevistados e aplicado um questionário com 56 feirantes e em 4 feiras diferentes locais da cidade.

Para obtenção dos resultados, foi preparado um questionário onde buscou-se evidenciar a caracterização dos feirantes quanto ao gênero, sexo, idade, regime de trabalho; quanto a presença dos tipos de cadeias curtas e quanto a qualidade dos produtos comercializados, também sob a ótica das cadeias curtas.

Quanto aos procedimentos, o presente trabalho se caracteriza por ser uma pesquisa de campo, com coleta de dados junto as feiras da cidade de Pelotas. A análise foi realizada através de estatística descritiva: frequência das categorias e moda.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Como **características dos feirantes** entrevistados observa-se que são predominante homens (78%), com idade entre 41 e 50 anos (30,4%), trabalham com a família (91,1%), geralmente em dois membros familiares (45,1%), não possuem empregados (80,4%), mas quando possuem é geralmente um empregado (81,8%), são juridicamente classificados como comerciantes (85,7%), atuam em mais de uma feira (96,4%), entre 2 e 4 (74,1%), possuem terra própria (53,6%), entre 1 e 20 ha (77,1%).

O cooperativismo ou associativismo ainda não é uma realidade comparativamente ao regime de trabalho de comerciante. Muito desta situação ocorre devido a não haver uma política de incentivo voltada para a cooperação de pequenos produtores familiares. A prefeitura hoje não tem nenhum projeto com referência a formação de cooperativas ou associações voltada para o desenvolvimento da cultura de comercialização da produção local ou familiar, mesmo as feiras de comercialização de alimentos serem um ferramenta importante de incentivo.

Em relação a **caracterização das relações de proximidade** de produção-comercialização, constatou-se que os feirantes comercializam produtos locais (53,6%), em mais de 50% do que é comercializado (62,1%), comercializam produtos dos vizinhos (51,8%), em até 50% do que vendem (80,5%); e não comercializam produtos que contenham certificação geográfica, com características próprias ou locais (94,6%).

Considerando que a maioria dos feirantes entrevistados declararam que comercializam produtos locais (53,6%), em mais de 50% do que é comercializado (62,1%) é possível inferir em relação a caracterização espacial que os feirantes entrevistados participam como atores das cadeias curtas de produção do tipo face-to-face. Além disso, considerando que comercializam produtos dos vizinhos (51,8%) e em até 50% do que vendem (80,5%), pode-se inferir relações de proximidade espacial na comercialização destes produtos. Entretanto, estes resultados indicam a possibilidade de se incrementar através de política pública municipal ainda mais o número de feirantes que produzem o seu próprio produto ou dos vizinhos e a participação dos produtos locais no total de seu faturamento, e assim contribuir mais para a lógica da produção local de alimentos.

Os resultados não permitem inferir a presença de relações estendidas de comercialização nas feiras, pois os feirantes declararam que não comercializam produtos que contenham certificação geográfica, com características próprias ou locais (94,6%). A partir desta informação é possível também inferir que os feirantes comercializam pouco produtos artesanais ou com características próprias, distintas da produção industrial, característica de qualidade das cadeias curtas

Em relação a **caracterização da qualidade**, constatou-se que os feirantes não comercializam produtos com apelo natural ou orgânico (82,1%), e nem mesmo com rotulagem ou selo ambiental (85,7%), o que indica que os feirantes comercializam predominantemente produtos do modo convencional de produção.

Desde modo, é possível constatar uma contribuição dos feirantes para as relações de produção consumo do tipo face-to-face e de proximidade espacial apenas. As demais características de cadeias curtas indicam lacunas que poderiam ser aprimoradas neste modo de comercialização.

Neste sentido, a pesquisa com as feiras tidas como tradicionais da cidade, o consumidor não encontra bancas com produtos com apelo orgânico ou agroecológico. Um exemplo é a feira da Avenida Bento Gonçalves, considerada a maior feira semana da cidade, e a feira do entardecer, também na Avenida Bento Gonçalves, realizada nas terças feiras a noite. Quando da aplicação dos questionários nestes locais, quando perguntado sobre comercialização de produtos agroecológicos ou orgânicos, em sua maioria, as respostas foram que a produção orgânica é inviável para as feiras. Este pensamento ocorre principalmente pela falta de informação, e o receio de que o orgânico tomara o lugar dos produtos normais.

As feiras orgânicas da cidade, ocorrem em dias pré-determinados da semana, bem como os lugares de atuação. Este distanciamento é o causador das ilhas de comercialização. Outro fato é que durante a pesquisa, foi evidenciado que não há uma política pública de incentivo, organização do espaço, programa de capacitação do produtor familiar atuante na região. Perguntado sobre a prefeitura, como organiza e colabora para a realização das feiras, foi descrito que o envolvimento ainda é mínimo no sentido de proporcionar capacitação pessoal, incentivar o jovem a permanecer nesta área, controlar e organizar da melhor forma possível os espaços físicos da cidade onde as feiras são executadas e principalmente investir na conscientização de que o produto agroecológico e orgânico tem seu espaço no comércio local, bem como os produtos normais.

4. CONCLUSÕES

O presente trabalho permitiu compreender um pouco da realidade local dos feirantes e das feiras populares da cidade e sua dinâmica de atuação referente aos alimentos orgânicos, as cadeias de produção familiares locais, bem como traçar o perfil do feirante que atua nas feiras populares da cidade de Pelotas. Como resultados gerais se observou a presença de comercialização *face-to-face* e de proximidade espacial e a comercialização de produtos oriundos da agricultura convencional.

Apesar disto, observou-se grande margem para ampliação nas feiras o número o percentual de feirantes que comercializam seus produtos locais, assim como ampliar o percentual dos produtos locais nas suas vendas totais. Além do mais, as feiras contribuem pouco para a comercialização de produtos artesanais e orgânicos. A prefeitura através de política pública poderia incentivar estas mudanças, com vistas a favorecer a produção local de alimentos e de maior

qualidade. Este incentivo poderia ocorrer através da maior participação das cooperativas e associações, com vistas a otimizar e facilitar a participação de produtores familiares.

Como limitações do estudo, cita-se a pouca abrangência da pesquisa, a qual apesar de ser o foco de estudo também acaba por apresentar uma fatia da realidade das feiras livre. O pequeno número de entrevistados também é considerado um limitador em uma pesquisa quantitativa, entretanto verifica-se como uma oportunidade de pesquisa pela possibilidade de levantamento mais abrangente em um futuro. Nesse sentido, sugere-se a aplicação da mesma pesquisa em outras cidades da região sul como forma de comparar as realidades locais, buscar aperfeiçoamento da atividade de realizar as feiras populares, buscando traçar metas de otimização do processo nas cidades participantes da pesquisa.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

GODOY, Wilson Itamar; ANJOS, Flávio Sacco dos. O perfil dos feirantes ecológicos de Pelotas-RS. **Revista Brasileira de Agroecologia**, v.2, n.1, fev. 2007, p. 1461-1464. Disponível em: < <http://www.aba-agroecologia.org.br/revistas/index.php/rbagroecologia/article/view/6580/4885>>. Acesso em: 27 nov. 15

MALUF, Renato S. Mercados agroalimentares e a agricultura familiar no Brasil: agregação de valor, cadeias integradas e circuitos regionais. **Ensaio FEE**, Porto Alegre, v. 25, n. 1, p. 299-322, abr. 2004. Disponível em <http://cdn.fee.tche.br/ensaios/ensaios_fee_25_1.pdf> Acesso em 27 nov. 15.

MARSDEN, T.; BANKS, J.; BRISTOW, G. Food supply chain approaches: exploring their role in rural development. **Sociologia Ruralis**, v.40, n.4, p.424-438, 2000.

MARSDEN, T. Theorising food quality: some key issues in understanding its competitive production and regulation. In: HARVEY, M.; MCMEEKIN, A.; WARDE, A. (Ed.). **Qualities of food**. New York: Palgrave, 2004. p. 129-155.

TEDESCO, João Carlos (Org.) (1999). **Agricultura familiar: Realidades e perspectivas**. 2ª ed. Passo Fundo: EDIUPF. 405p.