

Avanços na implementação de uma feira agroecológica no Agreste de Pernambuco

Lucas Augusto Oliveira dos santos¹ Horasa Maria Lima da Silva Andrade² Lucas Henrique da Silva Pinheiro³ Luciano Pires de Andrade⁴

¹ Universidade Federal Rural de Pernambuco - Unidade Acadêmica de Garanhuns/UFRPE UAG; lucas—augusto@hotmail.com ²UFRPE UAG; horasaa@gmail.com ³UFRPE/UAG ⁴UFRPE UAG;lucianopandrade@gmail.com

Introdução

As feiras livres agroecológicas e de produtos orgânicos têm crescido no Brasil e em outros países. Um dos motivos é a expansão da Agroecologia como ciência que dá a base para que esses circuitos curtos de comercialização e de produção no campo ocorram. Contudo, pelo menos nas principais capitais do Brasil os consumidores de orgânicos, (72%) ainda compra as mercadorias em supermercados, mas uma parte já procura outros espaços para fazer suas compras. 42% o fazem em lojas que são especializadas desse tipo de produto e 35% obtêm os produtos diretamente com o produtor por meio de feiras livres (KLUTH et al., 2011).

Esses tipos de comércio geralmente se concentram nos grandes centros urbanos e são restritos a um grupo seleto de consumidores de acordo com o Instituto de Defesa do Consumidor - IDEC. Em Pernambuco existem 42 iniciativas de feiras ecológicas, sendo 26 delas em Recife e sua região metropolitana. Uma das dimensões trabalhadas na Agroecologia é de os produtos serem economicamente e socialmente justos, ou seja, o conceito vai além de um mero sistema de produção em alternativa aos sistemas convencionais e sim para um modelo de desenvolvimento rural sustentável.

Por isso é necessário que esses mercados se ampliem para permitir o desenvolvimento do campo e permitir que a população tenha acesso a produtos de melhor qualidade.

Com esse pensamento torna-se necessário evidenciar e fazer uma análise dos avanços de tais iniciativas para melhor compreender como a estruturação de formação e construção desses espaços de comercialização e seus desafios podem contribuir com essas iniciativas, tornando seu processo mais dinâmico, beneficiando a agricultura local e os consumidores. Por meio dessa pesquisa espera-se compreender melhor os avanços de uma feira Agroecológica e da Agricultura familiar implementada no município de Garanhuns-PE no agreste do estado, iniciada pelo Núcleo AGROFAMILIAR, da Universidade Federal Rural de Pernambuco/ Unidade Acadêmica de Garanhuns, UFRPE/UAG que ocorre nas dependências da Unidade Acadêmica desde 2015 e conta atualmente com a presença de 10 agricultores familiares que são acompanhados pelos alunos e professores.

Metodologia

O Núcleo AGROFAMILIAR existe desde 2009 e é formado por estudantes, professores, técnicos, ex-estudantes e tem como público alvo de suas ações, estudantes, agricultores, técnicos e pessoas da comunidade.

Essa pesquisa refere-se a análise de questionários aplicados a 10 integrantes e ex-integrantes do Núcleo, no período de setembro de 2017 que acompanharam o todo ou parte do processo de construção da feira. A partir disso, os dados das análises foram sistematizados para discussão.

Resultados e discussão

Os entrevistados avaliaram a implementação da feira no município de grande avanço, tanto para a universidade, quanto para o município. De acordo com o IDEC há apenas 3 feiras ecológicas na região, que fica no município de Caruaru, distante 100 km de Garanhuns, contudo, há conhecimento de feiras em outros locais que não entram nesse levantamento. Isso significa uma diversificação para os mercados locais, inclusive no que se refere as próprias feiras que ocorrem no município e mais opções para os consumidores locais e eventualmente, dos municípios próximos.



Feira agroecológica e da agricultura familiar,
SANTOS, 2017



Oficina na feira, SANTOS, 2016

A qualidade dos produtos também foi algo citado pelos entrevistados, tendo em vista que esse ramo de produtos tem crescido bastante e traz benefícios que refletem na saúde de quem consome. Portanto as pessoas deixam de consumir alimentos com resíduos tóxicos derivados dos agrotóxicos para garantir uma alimentação mais saudável em suas mesas.

O preço dos alimentos vendidos foi visto como um avanço já que na feira, os preços precisam ser justos, atendendo às dimensões sociais e econômicas da Agroecologia e da economia solidária. Em um levantamento realizado em 2010 pelo IDEC, foi constatado uma diferença de 463% dos preços dos produtos nos supermercados em relação aos mesmos produtos vendidos em feiras livres especializadas. Portanto há benefício mútuo entre consumidor e feirante-agricultor, já que o trabalho para quem comercializa via circuitos curtos como as feiras livres torna-se mais ou menos complexa de acordo com o que há de recursos na

propriedade (DEDIEU et al., 1999). Portanto, o agricultor consegue eliminar o atravessador e além disso torna possível agregar valor a sua mercadoria, tornando viável a comercialização a um preço justo.

A feira apareceu como um espaço de formação e educação do público que a frequenta, já que a idéia é que ela realmente seja esse espaço transformador. Com esse objetivo é realizada em todas as edições, oficinas com estudantes do núcleo para os agricultores e consumidores, o repasse de receitas com os produtos vendidos, a recepção de escolas do município que visitam a feira. Esse conjunto de ações aliado ao contato direto com quem produz seu alimento, gera a transformação do despertar de uma nova consciência nos consumidores, os tornando mais críticos, estimulando outros aspectos que não haveria se os comprassem em grandes mercados, isso os transforma para consumidores cidadãos conscientes de sua alimentação (WILKINS, 2005).

O fato da feira ocorrer nas dependências da universidade foi visto como positivo e como avanço, já que traz o público externo que geralmente se vê como não pertencentes a esses espaços públicos, para dentro da universidade, tornando uma relação mais dinâmica com a população. A universidade através deste projeto de realização da feira tem possibilitado a realização de sua tríplice função articulando ensino-pesquisa-extensão.

A estimulação à organização social e coletiva dos agricultores para a realização da feira foi abordado por parte dos entrevistados como um aspecto significativo no fortalecimento da agricultura familiar e desenvolvimento da região. A maioria deles participa de alguma cooperativa ou associação, mas geralmente não tem uma participação ativa nas atividades da mesma. Nessa perspectiva a feira agroecológica permite que os próprios agricultores se autogestionem e organizem-se em todos os aspectos da manutenção de uma feira isso estimula diversos aspectos individuais das pessoas envolvidas, evidenciando mais uma vez que a feira agroecológica é uma espaço mais amplo do que um comércio.

Conclusão

Cada vez mais os consumidores buscam novos mercados para compra de produtos da agricultura familiar, geralmente orgânicos, visando uma melhor qualidade alimentar, geralmente buscando benefícios para a saúde, já que existe um *lobby* crescente pelo consumo de produtos orgânicos ou agroecológicos. Ainda há aqueles que buscam desenvolver uma consciência ecológica e social. Sejam quais forem os motivos que levem os consumidores a frequentarem espaços como a iniciativa que consta nessa pesquisa, as feiras agroecológicas conseguem atender a todos esses aspectos que procuram. Já que sempre há em seus objetivos, a justiça social, econômica, ecológica e cultural buscando seguir padrões éticos e de transparência que transformam o modo de produzir e de consumir, de comprar e vender, tornando consumidor e feirantes-produtores mais próximos nestes circuitos curtos de comercialização.

Os desafios do estabelecimento e permanência de feiras agroecológicas são vários e diversos, sobretudo sendo pioneira em uma localidade, contudo, os avanços são inegáveis e a transformação já está começando e é de fundamental importância expandir esses espaços e apoiar os agricultores locais.

Referências

DEDIEU, B.; LAURENT, C.; MUNDLER, P. Organisation du travail dans les systèmes d'activités complexes: intérêt et limites de la méthode BT. *Economie rurale*, n. 253, p. 28-35, set.-out. 1999.

IDEC. Rota dos Orgânicos. *Revista do IDEC*, São Paulo, n. 162, p. 20-23, fev., 2012.

KLUTH, B.; BOCCHI JR., U.; CENSKOWSKY, U. Pesquisa sobre o comportamento e a percepção do consumidor de alimentos orgânicos no Brasil – 2010. München: Organic Services/ Jundiaí: Vitalfood, 2010. 38 p.

WILKINS, J. Eating Right Here: Moving from Consumer to Food Citizen. *Agriculture and Human Values*, v. 22, n. 3, p. 269-273, 2005.