

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS  
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA E RELAÇÕES INTERNACIONAIS  
CURSO SUPERIOR DE BACHARELADO EM DESENVOLVIMENTO RURAL -  
PLAGEDER**

**ALINE MADRUGA DIAS**

**A COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS DA AGRICULTURA FAMILIAR NO  
MUNICÍPIO DE BAGÉ/RS**

**Cachoeira do Sul  
2017**

**ALINE MADRUGA DIAS**

**A COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS DA AGRICULTURA FAMILIAR NO  
MUNICÍPIO DE BAGÉ/RS**

Trabalho de conclusão submetido ao Bacharelado em Desenvolvimento Rural - PLAGEDER, da Faculdade de Ciências Econômicas da UFRGS, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Desenvolvimento Rural.

Orientador: Prof. Dr. Paulo Dabdab Waquil

Coorientadora: Dra. Alessandra Matte

**Cachoeira do Sul**

**2017**

**ALINE MADRUGA DIAS**

**A COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS DA AGRICULTURA FAMILIAR NO  
MUNICÍPIO DE BAGÉ/RS**

Trabalho de conclusão submetido ao Bacharelado em Desenvolvimento Rural - PLAGEDER, da Faculdade de Ciências Econômicas da UFRGS, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Desenvolvimento Rural.

Aprovada em: Porto Alegre, 14 de dezembro de 2017.

BANCA EXAMINADORA:

---

Prof. Dr. Paulo Dabdab Waquil – Orientador

UFRGS

---

Profa. Dra. Susana Cardoso

UFRGS

---

Prof. Dr. Glauco Schultz

UFRGS

*Aos meus pais, por oferecer uma estrutura familiar, na qual serviram de guia para todas as decisões de minha vida.*

## **AGRADECIMENTOS**

A Deus por ter me dado saúde, força e capacidade para superar os obstáculos.

A UFRGS, sua administração, direção e corpo docente pela oportunidade de fazer o curso.

Aos professores por me proporcionarem conhecimentos para formação profissional.

A minha Coorientadora: Profa. Dra. Alessandra Matte por estar sempre presente e disponível durante a construção deste trabalho.

Ao Orientador: Prof. Dr. Paulo Dabdab Waquil pelo empenho em orientar no processo de desenvolvimento deste trabalho.

Ao meu esposo e filho pela paciência e ajuda durante o tempo de construção do trabalho.

A colega Lucimar pelo incentivo nas horas difíceis.

A comadre e amiga de infância Tatiane pela ajuda e dedicação incansável em todo processo de elaboração deste trabalho.

E a todos que ajudarem de forma direta ou indireta, o meu muito obrigado.

*“Conquistamos um passo a cada dia, um degrau a cada escada que subimos. As lutas do hoje se tornarão as experiências do amanhã...”*

Lenildo Silva

## RESUMO

**Introdução:** O comércio de produtos coloniais tem tido crescente procura nos últimos tempos, em vista da busca por uma alimentação saudável. As feiras livres têm se tornado o caminho para pequenos produtores para a comercialização de sua produção e, por isso, o objetivo deste estudo foi identificar alternativas de inserção desses produtos no mercado consumidor, analisando as dificuldades que o agricultor familiar encontra no momento de efetuar as transações comerciais para manutenção da família e de sua atividade econômica.

**Metodologia:** Por meio de uma pesquisa descritiva e exploratória, que teve como base a literatura específica e a aplicação de um instrumento de pesquisa na forma de entrevista semiestruturada, investigou nove pequenos produtores que comercializam seus produtos na Feira Livre de Bagé/RS. O instrumento de pesquisa contou com questões de identificação dos sujeitos da pesquisa, nove questões abertas de resposta simples e cinco questões abertas de resposta dissertativa.

**Resultados e discussões:** Os dados levantados com a pesquisa identificaram pequenos produtores de ambos os sexos, com idade variável entre 27 e 69 anos, com pequenas propriedades e que utilizam pessoas da família e empregados na produção. A produção é variada, envolve na comercialização a proprietário, em geral, mais de 70% da produção é comercializada na feira, mas não se restringe a ela. Veem uma evolução na comercialização, mas, apesar da boa relação com a clientela, apontam problemas, como a estrutura das barracas e local, e indicam a necessidade de maior apoio da Prefeitura Municipal.

**Considerações finais:** A feira ainda é o melhor caminho para a comercialização dos produtos coloniais da agricultura familiar, constituindo-se num mercado importante pela troca com os consumidores e para a manutenção das famílias no campo.

**Palavras-chave:** Agricultura familiar; Comercialização; Feira livre.

## ABSTRACT

**Introduction:** Trade in colonial products has been in greater demand lately with the search for a healthy diet. Free trade fairs have become the way for small producers to commercialize their production and, therefore, the objective of this study was to identify alternatives of insertion of these products in the consumer market, analyzing the difficulties that the familiar farmer finds in the moment of making the commercial transactions for the maintenance of the family and its economic activity. **Methodology:** Through a descriptive and exploratory research, which was based on the specific literature and the application of a research instrument in the form of semi-structured interview, I investigated nine small producers that market their products in the Free Fair of Bagé/RS. The research instrument had questions of identification of the subjects of the research, nine open questions of simple answer and five open questions of answer. **Results and discussions:** The data collected from the research identified small producers of both sexes, ranging in age from 27 to 69 years old, with small properties and using family members and employees in production. Production is varied, involves in the marketing to owner, in general, more than 70% of the production is marketed at the fair, but not restricted to it. They see an evolution in commercialization, but despite the good relationship with the clientele, they point out problems, such as the structure of the tents and place, and indicate the need for greater support from the City Hall. **Final considerations:** The fair is still the best way to commercialize the colonial products of family agriculture, constituting an important market for the exchange with consumers and for the maintenance of families in the field.

**Key-words:** Family agriculture; Commercialization; Free Fair.

## **LISTA DE FIGURAS**

Figura 1 – Localização de Bagé no Rio Grande do Sul.....	32
Figura 2 – Espaço de comercialização da Feira .....	37

## **LISTA DE GRÁFICOS**

Gráfico 1 – Pessoas trabalhadoras e residentes nas propriedades rurais .....	37
Gráfico 2 – Locais alternativos de comercialização da produção .....	40
Gráfico 3 – Relação com a clientela.....	42

## **LISTA DE SIGLAS**

AF	Agricultores Familiares
AMP	Alimentos Minimamente Processados
FAO	Fundo das Nações Unidas para a Agricultura e Alimentação
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
INCRA	Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária
PRONAF	Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>12</b>
1.1	OBJETIVOS .....	13
1.1.1	Objetivo geral.....	13
1.1.2.	Objetivos específicos.....	13
1.2	JUSTIFICATIVA.....	14
1.3	DIVISÃO DO TRABALHO .....	14
<b>2</b>	<b>AGRICULTURA FAMILIAR E OS MERCADOS DE FEIRAS .....</b>	<b>16</b>
2.1	MUDANÇAS NA AGRICULTURA BRASILEIRA .....	16
2.2	CONCEITUANDO A AGRICULTURA FAMILIAR.....	18
2.3	A IMPORTÂNCIA DA PRODUÇÃO DA AGRICULTURA FAMILIAR .....	23
2.4	MERCADOS PARA A AGRICULTURA FAMILIAR .....	24
2.5	A IMPORTÂNCIA DAS FEIRAS LIVRES PARA AGRICULTORES FAMILIARES ...	28
<b>3</b>	<b>METODOLOGIA .....</b>	<b>32</b>
3.1	CARACTERIZAÇÃO DO AMBIENTE DA PESQUISA .....	32
3.2	CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA .....	33
3.3	POPULAÇÃO E AMOSTRA.....	33
3.4	COLETA DE DADOS.....	34
3.5	ANÁLISE DE DADOS .....	34
<b>4</b>	<b>RESULTADOS E DISCUSSÃO .....</b>	<b>36</b>
4.1	CARACTERIZAÇÃO SOCIOECONÔMICA DA AMOSTRA.....	36
4.2	ATIVIDADES PRODUTIVAS E HISTÓRIA NA FEIRA.....	38
4.3	PERSPECTIVAS E DESAFIOS .....	41
<b>5</b>	<b>CONCLUSÕES .....</b>	<b>46</b>
	<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>47</b>
	<b>APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA .....</b>	<b>51</b>

<b>APÊNDICE B – IMAGENS DA FEIRA LIVRE DE BAGÉ .....</b>	<b>53</b>
--	-----------

## 1 INTRODUÇÃO

Fatores específicos da localização privilegiada do Brasil, como ampla extensão territorial, boa diversidade de clima e solos e abundância de águas torna o país um local privilegiado em relação aos demais países do mundo, o que possibilita a exploração de diferentes espécies adaptáveis aos diversos tipos de climas. Essa exploração, conforme Pereira et al. (2014), se converte em comercialização e está um meio de sobrevivência de muitas famílias, seja de forma direta, com o cultivo e comercialização, seja indireta, por meio do processamento, distribuição, logística, entre outros.

O Brasil, enquanto um país de significativa diversidade cultural e geográfica, registra hábitos alimentares dos mais diversos, o mesmo se aplica aos distintos países. Porém, conforme ressaltado por Vaz (2011), em estudo realizado no Rio Grande do Sul, algumas tendências no âmbito de produtos alimentícios são mundiais, como por exemplo, o crescente consumo, na sociedade moderna, de frutas e hortaliças minimamente processadas. Isso incentiva o comércio de pequenos produtores em feiras livres, bem como em stands de mercados municipais, levando o produtor a interagir diretamente com o consumidor.

De acordo com Pereira et al. (2014), os alimentos frescos são tidos como mais nutritivos e saborosos em relação aos produtos alimentícios industrializados. Ainda segundo o autor frutas e vegetais frescos ou pré-preparados, tornam-se cada vez mais populares como itens de conveniência, face à praticidade decorrente desse pré-preparo, pois são comercializados lavados e descascados, ou também cortados e empacotados, os chamados alimentos minimamente processados (AMP).

Contudo, apesar do exposto acima e de se saber que a procura por produtos naturais e *in natura* tem aumentado, os agricultores familiares do município de Bagé/RS enfrentam múltiplos problemas internos e externos que se convertem em obstáculos para a comercialização de seus produtos, sobretudo na venda direta ou indireta ao consumidor. Isso implica em ausência de oportunidade para agricultores comercializarem sua produção, e ao consumidor, que não tem esta opção para aquisição de alimentos.

Atualmente há significativa participação de agricultores familiares na feira livre do município de Bagé/RS, efetuando a comercialização de seus produtos semanalmente na cidade. Existe, no entanto, produtores que se utilizam de outros tipos de negociação para realizar transações comerciais de sua produção, o que inclui pequenos comércios, mercados, supermercados, entre outros. No entanto, pouco se sabe sobre essa forma de comercialização

e da avaliação dos agricultores familiares sobre esse canal de venda, contexto do qual deriva a problemática de pesquisa deste estudo.

A agricultura familiar e a própria designação dessa atividade, no entendimento de Buainan et al. (2013), ganharam força a partir da segunda metade década de 1990 e, no Brasil, ganha força no âmbito político a partir da implantação do principal programa de crédito voltado para pequena produção agrícola familiar, o Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PRONAF).

Os produtos coloniais ou típicos, como também são chamados, ganham essa denominação por serem considerados segundo Oliveira et al. (1999), produtos da pequena agroindústria, produtos coloniais, produtos de indústrias rurais de pequeno porte, produtos do campo, produtos da roça, produtos artesanais, entre outros. Muitas vezes, o pequeno produtor encontra dificuldades de inserir sua produção no mercado consumidor, faltando-lhe canais para isso e incentivos locais e governamentais, visto que tem um produto que difere do padrão imposto pela indústria de alimentos.

Assim, partindo de uma revisão de literatura e da análise do cenário do mercado de comercialização para os produtos oriundos da agricultura familiar, este trabalho analisou as possibilidades dos produtores no contexto no município de Bagé RS, buscando resposta para o seguinte questionamento:

“Quais os desafios e as oportunidades da comercialização para agricultores familiares que participam da Feira de Produtores Rurais de Bagé, bem como ocorreu a adesão desses produtores a esse mercado?”

## 1.1 OBJETIVOS

### 1.1.1 Objetivo geral

Diante disso o objetivo deste estudo foi identificar as principais dificuldades e desafios que os agricultores familiares do município de Bagé/RS encontram para comercializar seus produtos e avaliar alternativas que ajudem a minimizar a dependência de terceiros.

### 1.1.2. Objetivos específicos

Para se chegar à resposta do problema, alcançando o objetivo geral deste estudo, tem-se como objetivos específicos:

- Verificar as características sociais e produtivas dos agricultores familiares que participam da feira;
- Conhecer o processo que conduziram à participação do agricultor familiar na feira e as mudanças que possam ter ocorrido a partir da inserção nesse mercado;
- Identificar os desafios e as oportunidades da participação de agricultores familiares na feira.

## 1.2 JUSTIFICATIVA

O foco de análise da pesquisa se deu a partir de experiências locais junto aos agricultores familiares, cujas dificuldades de inserção no mercado consumidor encontram algumas barreiras. Além disso, contribuiu para a escolha do tema a análise bibliográfica do cenário do mercado gaúcho para os produtos oriundos da agricultura familiar.

Conforme Soares et al. (2009, p. 57), “a agricultura familiar se torna uma estratégia de desenvolvimento rural que promove o rápido processo de inovação na indústria e nos serviços, sem piorar as taxas de desemprego no ambiente urbano”. Assim, é uma alternativa de sobrevivência de famílias mais vulneráveis no meio rural e de incentivo à fixação do homem no campo, minimizando o êxodo para as cidades, sendo, por isso, necessário encontrar alternativas de fomento dessa atividade.

No atual cenário apresentado pela literatura, é preciso buscar meios que facilitem a comercialização dos produtos, fortalecendo os mercados locais e as relações diretas entre produtores e consumidores como instrumento de resgate da autoestima do agricultor familiar. Ao mesmo tempo, também é imperioso encontrar estratégias de desenvolvimento familiar a partir do incremento das fontes de renda, principalmente com a comercialização dos seus produtos de forma direta, evitando atravessadores.

## 1.3 DIVISÃO DO TRABALHO

Este trabalho está dividido em cinco capítulos, incluída está introdução, como forma de organizar a discussão do tema e apresentar os dados levantados com a pesquisa. No próximo capítulo é apresentado o Referencial Teórico que estabelece as bases para a pesquisa, esclarecendo o cenário da agricultura familiar e os obstáculos e possibilidades desta no contexto regional e nacional. No terceiro capítulo, estão apresentados os instrumentos para a Metodologia, esclarecendo a forma como se desenvolveu a pesquisa e os passos que foram

trilhados para o levantamento de dados e exposição. Finalmente, no quarto trata-se da apresentação de Resultados e Discussão que contrapõe os dados da pesquisa com a literatura consultada. Por fim, são apresentadas as conclusões alcançadas a partir desse estudo.

## 2 AGRICULTURA FAMILIAR E OS MERCADOS DE FEIRAS

Ao se iniciar este estudo, torna-se necessário conhecer alguns aspectos ligados à agricultura em geral e à agricultura familiar. Por isso, fez-se, inicialmente, um apanhado da evolução do debate em torno da agricultura no mundo e no Brasil, como forma de explicar o surgimento da agricultura familiar e sua importância no contexto da sobrevivência humana e das pequenas famílias rurais. Posteriormente, são apresentados avanços em torno das formas de comercialização da agricultura familiar e a venda por meio de feiras.

### 2.1 MUDANÇAS NA AGRICULTURA BRASILEIRA

A posição de domínio da espécie humana na Terra, conforme Picolotto (2011) seria inconcebível se não lhe tivesse ocorrido, desde seus primeiros ensaios de vida em grupo, metodizar e incrementar a extração de alimentos que a natureza espontaneamente lhe dava. O surgimento de técnicas de plantio e, a seguir, a criação de animais, de acordo com Matei (2014), foi o pilar central da formação de sociedades estáveis em que o homem passou de coletor ou predador a construtor engenhoso da sobrevivência grupal.

O conjunto dessas técnicas deu forma à mais antiga das artes, que iria transformar-se, ao passar dos séculos, numa ciência de leis codificáveis e em renovação permanente: a agricultura, palavra que deriva do latim, *ager*, *agri* (campo, do campo) e *cultura* (cultura, cultivo), o modo de cultivar o campo com finalidades práticas e econômicas (MELGAREJO, 2011).

Desde então, a agricultura evoluiu constantemente, sempre na busca de aumentar a produção, a produtividade e sanar as necessidades alimentares humanas, com menor ocupação de espaços, ainda que isso seja uma preocupação mais recente. De acordo com Mazoyer e Roudart (2010), intensificando-se a exploração da terra, na Idade Moderna, intensificaram-se também as preocupações científicas em relação à vida das plantas e ao melhor aproveitamento do solo.

Para Matei (2014) o fenômeno historicamente conhecido como revolução industrial foi o impulso que gerou a modernização da agricultura inglesa, a partir da segunda metade do século XVIII. Ao mesmo tempo, deu em linhas gerais o modelo de produtividade em constante fomento que seria o grande trunfo do ocidente moderno e em etapas graduais se aplicaria à regiões mais diversas.

Pena (2017, sp.) comenta:

O processo de industrialização das sociedades permitiu a transformação do espaço geográfico no meio rural, o que ocorreu graças à inserção de maiores aparatos tecnológicos na produção agrícola, permitindo uma maior mecanização do campo. Essa transformação materializou-se a partir do fornecimento de insumos da indústria para a agricultura, tais como maquinários, fertilizantes e objetos técnicos em geral.

Para Baiardi e Alencar (2014), sob o aspecto do imediatismo da prática, a indústria nascente influenciou a agricultura ao fornecer-lhe as primeiras máquinas realmente eficazes. Sob o aspecto econômico, forneceu-lhe mercados urbanos em expansão, não só pelo número maior de habitantes, mas também por seu poder aquisitivo igualmente maior. Essa industrialização proporcionou o surgimento do arado de aço que alavancou a agricultura e deu novo impulso à produção.

Outras inovações foram concebidas no próprio meio rural como forma de agilização do sistema produtivo, entre as quais se destaca a substituição dos bois na tração animal dos arados pelo cavalo, além da rotatividade das culturas em terras sem irrigação, como estratégia de preservação do solo (MAZOYER; ROUDART, 2010). Conforme Tschiedel e Ferreira (2012), a partilha do mundo tropical e subtropical entre as grandes potências colonizadoras, nos séculos XVIII e XIX, colocou os capitais e a técnica desses países em contato com grandes massas de população pobre, atrasada e passível de ser transferida, em regimes de servidão ou escravatura. E foi essa mão de obra barata que alavancou a agricultura durante muito tempo e criou um tipo de economia, no futuro, que se tornou no que hoje consideramos a agricultura familiar.

No Brasil, pode-se referir ao índio como o precursor da agricultura, tendo em vista que embora vivessem fundamentalmente da caça, da pesca e da coleta de frutos, os povos indígenas brasileiros não eram de todo nômades. Plantavam milho, mandioca, fumo, amendoim e dispunham de alguma tradição no lidar com a terra. Conforme Baiardi e Alencar (2014), no final do século XVI, quando o país ainda não contava com um milhão de habitantes, a agricultura, diante das excelentes condições naturais, evoluía a contento para abastecer a metrópole.

Silva (2017, SP.) argumenta que “paralelamente à expansão dos canaviais, com mão-de-obra de escravos africanos, foi implantada a criação de gado, não só para fornecer tração aos engenhos, como também para prover de carne as povoações pioneiras instaladas na costa”.

A pecuária, com o tempo, ampliou suas funções iniciais, interiorizando-se cada vez mais pelos sertões ainda brutos.

O crescimento da produção extensiva e de commodities no Brasil no século XIX, de acordo com Picolotto (2011), consolida sua vocação de grande celeiro que então exportava para várias partes do mundo expressivas quantidades de açúcar, café, cacau, algodão, arroz, além de madeiras e matérias-primas variadas de extração vegetal. Assim, comentam Buainain et al. (2013), ao encerrar seu quinto século de existência, o Brasil, que de início exportava araras e papagaios, junto com a árvore que deu origem a seu nome, tinha uma agricultura dinâmica e altamente diversificada, que o situava como um grande celeiro, exportando alimentos para o mundo, principalmente soja, café, laranja, cacau, entre outros produtos valiosos da terra, como algodão e açúcar.

## 2.2 CONCEITUANDO A AGRICULTURA FAMILIAR

As muitas inovações introduzidas no campo suscitaram também muitas questões práticas relevantes, entre as quais pode-se destacar a criação de variedades híbridas, a transgenia e a monocultura. De acordo com Picolotto (2011), a agricultura tem hoje diante de si dois problemas fundamentais, da máxima importância para o futuro da humanidade: o primeiro é o de produzir alimentos e matérias-primas em quantidades crescentes para atender ao aumento das populações e à ampliação das exigências do consumo mundial; o segundo consiste em aplicar racional e harmoniosamente os processos tecnológicos e as reformas sociais, de modo a inverter a tendência atual e corrigir o desemprego e o subemprego representado pelas migrações urbanas.

A questão para a solução desses dois problemas reside no fato de como fazê-lo. Ou visualizar as alternativas para se chegar a uma equalização entre desenvolvimento e sustentabilidade, entre evolução tecnológica e fixação do homem à terra. O desenvolvimento de pequenos produtores, o fomento à agricultura familiar, por meio da disponibilização de oportunidades de melhoria das condições de vida e de garantia de comercialização segura e viável de seus produtos, conforme Picolotto (2011), seria uma das alternativas.

No que se refere à conceituação de agricultura familiar, há uma tendência a se compará-la à atividade camponesa, caracterizando o homem do campo de uma só forma. Neste contexto, Soffel et al. (2014, p. 54) esclarecem que:

No entanto, a tarefa de se estabelecer uma definição conceitual rígida, capaz de juntar num mesmo grupo/categoria as distintas formas da pequena produção agrícola familiar – portanto, definir camponês e agricultor familiar – é uma tarefa bastante árdua. A adoção de critérios objetivos rígidos parece restringir a possibilidade de sucesso no referido sentido. Em contrapartida, uma definição conceitual mais ampla,

a princípio, permitiria não apenas tal agregação, mas, possivelmente, a apreensão do por que apresentarem formas de produção distintas.

Schneider e Niederle (2008, p. 6) estabelecem algumas comparações entre ambos, afirmando que os pontos comuns são “trabalho, produção e família formam um conjunto que opera de forma unificada e sistêmica, cultivando organismos vivos e gerenciando processos biológicos através dos quais buscam criar condições materiais que visam garantir sua reprodução enquanto grupo social”.

Para Baiardi e Alencar (2014, p. 50), “a tradição da economia rural no Brasil até os anos 70 do século passado era a análise da possibilidade do desenvolvimento agrícola sem levar em conta às classes sociais e a estrutura agrária presentes na agricultura brasileira”. Assim, a preocupação maior era com a produção e a produtividade, sem importar a fixação do homem na terra por meio de oportunidades de desenvolvimento individual, familiar e social.

Essa visão, que segundo os autores, apenas visualizava a produção e a produtividade, sem oportunizar melhores condições ao homem do campo, fez com que o êxodo rural, face às dificuldades que o homem do campo encontrava para sobreviver, bem como a de possibilitar melhores condições (estudo, trabalho e renda) para seus descendentes, aumentasse significativamente, contribuindo para o caos urbano e o aumento da miséria.

De uma maneira geral, não existe uma definição universal sobre agricultura familiar. Conforme Macedo (2014, sp) o conceito é, em alguns países, bastante amplo, principalmente quanto à extensão territorial da propriedade, bem como aos diferentes níveis de renda e de produção, “sendo que o referencial básico diz respeito unicamente à sua condução, estritamente familiar”.

De acordo com Neves (2007), conceituar a agricultura familiar é uma tarefa complexa devido às diferentes significações que apresenta, tendo sido comparada e confundida, em tempos idos, com outros termos, como produção de baixa renda, agricultura de pequeno porte, agricultura de pequena produção, agricultura de subsistência, entre outros.

Neves (2007, p. 243) ainda salienta que o termo recebe diferentes significados, dependendo do contexto no qual é abordado, “No campo político, o termo significaria um conjunto de produtores agregados via produção e gestão realizadas pelos membros da família”. Além disso, a autora descreve a agricultura familiar enquadrada dentro de uma “categoria socioeconômica”.

Lamarche (1997, apud RAMBO et al., 2016, p. 91) propõe a definição de agricultura familiar como:

O espaço correspondente à unidade de produção agrícola onde propriedade e trabalho são intimamente ligados à família, unidade produtiva esta que recobre situações extremamente variadas, diferentes e assemelhadas, ou seja, as explorações familiares constituem-se em um grupo social não homogêneo, mas contam com uma excepcional capacidade de adaptação.

No entendimento de Buainain e Romeiro (2010), não existe homogeneidade no universo que agrega agricultores familiares no que se refere aos aspectos econômico, social e cultural e, portanto, não se trata de uma categoria isolada, estável e estanque, pelo que se torna muito complexo definir com clareza o que seja agricultura familiar.

Ainda que se tenha conceituações diferenciadas para camponês e agricultor familiar, não restam dúvidas, de acordo com Rambo et al. (2016), que a origem dessa atividade nasceu na cultura camponesa de explorar a terra para a sobrevivência da família.

Wanderley (2001, apud RAMBO et al., 2016) ao estabelecer a relação do camponês com o agricultor familiar, explora as origens, comentando que, no Brasil, os camponeses foram obrigados, de alguma forma, a traçar caminhos alternativos dentro das dificuldades encontradas para a subsistência, tais como: viver na dependência exclusiva dos insuficientes resultados do trabalho na pequena propriedade; submeter-se à grande propriedade ou isolar-se em áreas mais distantes; buscar complementação de renda com trabalho em propriedades alheias; migrar temporária ou definitivamente.

Conforme Wanderley (2010, p. 52), no Brasil, o agricultor familiar, ainda que tenha incorporado a modernização e se inserido no mercado “[...] guarda ainda muitos de seus traços camponeses, tanto porque ainda tem que enfrentar os velhos problemas, nunca resolvidos, como porque, fragilizado, nas condições da modernização brasileira, continua a contar, na maioria dos casos, com suas próprias forças”.

Conforme Macedo (2014), a relação do campesino antigo com o atual agricultor familiar é muito próxima, de modo que ainda hoje, alguns pequenos proprietários rurais se veem obrigados a despojar-se de suas propriedades ou a encaminhar parte da família em busca de novas alternativas de renda, frente às dificuldades encontradas para o sustento da mesma apenas com o trabalho no campo.

O Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária - INCRA e o Fundo das Nações Unidas para a Agricultura e Alimentação – FAO, ao elaborar o Dossiê Estatístico (BRANDÃO, 2014, p. 44), proporcionaram uma definição de agricultura familiar levando com consideração três características centrais:

- a) gestão da unidade produtiva e os investimentos nela realizados são feitos por indivíduos que mantêm entre si laços de sangue ou de casamento;
- b) a maior parte do trabalho é igualmente fornecida pelos membros da família; e,
- c) a propriedade dos meios de produção (embora nem sempre da terra) pertence à família e é em seu interior que se realiza sua transmissão em caso de falecimento ou de aposentadoria dos responsáveis pela unidade produtiva.

Aires e Salamoni (2013, p 42), citando os mesmos organismos (INCRA e FAO), destacam quatro aspectos principais sobre os quais é feita a definição de agricultura familiar:

- a) a direção dos trabalhos é exercida pelo produtor;
- b) não foram realizadas despesas com serviço de empreitada;
- c) sem empregados permanentes e com número médio de empregados temporários menor ou igual a quatro ou com um empregado permanente e número médio de empregados temporários menor ou igual a três;
- d) com área total menor ou igual a quinhentos hectares para as regiões Sudeste e Sul e mil hectares para as demais regiões

A agricultura familiar está ligada diretamente com atividades de base familiar, dispondo de mão de obra familiar e tendo como resultados produtos para comercialização direta ou indireta apresentando um importante papel para o desenvolvimento do País. Carneiro (1999) descreve a agricultura familiar como uma unidade de produção em estejam intimamente relacionados: trabalho, terra e família.

Ao mesmo tempo e nesta mesma senda, Wanderley (2001, apud RAMBO, 2016)descreve esta estrutura como formada pela família que, ao mesmo tempo, é proprietária dos meios de produção, enquanto desenvolve um trabalho produtivo na sua propriedade, consignando,com isso, uma estrutura produtiva em que se constata uma associação família-produção-trabalho, fruto da forma como esta age econômica e socialmente.

Rambo (2016, p. 92), a partir das constatações acima, afirma queneste contexto, espera-se “que todo o investimento em recursos materiais e de trabalho despendido na unidade de produção pela geração atual possa vir a ser transmitido à geração seguinte, garantindo-se assim a sobrevivência imediata bem como a reprodução das gerações subsequentes”.

A parte dos conceitos acadêmicos dos vários autores que compõe a literatura consultada, e que definem a agricultura familiar, vale, para efeitos deste estudo, considerar o que delimita formalmente o agricultor familiar consoante a previsão dada pela Lei nº 11.326, aprovada pelo Congresso Nacional e sancionada pelo presidente da República em 24 de julho de 2006 (BRASIL, 2006). O referido instrumento legal, em seu art. 3º, considera:

Art. 3º - Para os efeitos desta Lei, considera-se agricultor familiar e empreendedor familiar rural aquele que pratica atividades no meio rural, atendendo, simultaneamente, aos seguintes requisitos:

I - não detenha, a qualquer título, área maior do que 4 (quatro) módulos fiscais;

II - utilize predominantemente mão-de-obra da própria família nas atividades econômicas do seu estabelecimento ou empreendimento;

III - tenha percentual mínimo da renda familiar originada de atividades econômicas do seu estabelecimento ou empreendimento, na forma definida pelo Poder Executivo; (Redação dada pela Lei nº 12.512, de 2011)

IV - dirija seu estabelecimento ou empreendimento com sua família.

Considerando ainda o atendimento de tais requisitos, o citado instrumento legal, que também é conhecida como Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais, inclui ainda (BRASIL, 2006):

[...] § 2º - São também beneficiários desta Lei:

I - silvicultores que atendam simultaneamente a todos os requisitos de que trata o caput deste artigo, cultivem florestas nativas ou exóticas e que promovam o manejo sustentável daqueles ambientes;

II - aquícultores que atendam simultaneamente a todos os requisitos de que trata o caput deste artigo e explorem reservatórios hídricos com superfície total de até 2ha (dois hectares) ou ocupem até 500m<sup>3</sup> (quinhentos metros cúbicos) de água, quando a exploração se efetivar em tanques-rede;

III - extrativistas que atendam simultaneamente aos requisitos previstos nos incisos II, III e IV do caput deste artigo e exerçam essa atividade artesanalmente no meio rural, excluídos os garimpeiros e fiscoadores; [...]

Ainda é importante citar a definição de Abramovay (1997, apud SAVOLDI e CUNHA, 2010, p. 26), que preconiza a participação de, pelo menos um membro da família, combinando as atividades de administrador da produção e de trabalhador da propriedade.

A agricultura familiar é aquela em que a gestão, a propriedade e a maior parte do trabalho, vêm de indivíduos que mantêm entre si laços de sangue ou de casamento. Que esta definição não seja unânime e muitas vezes tampouco operacional. É perfeitamente compreensível, já que os diferentes setores sociais e suas representações constroem categorias científicas que servirão a certas finalidades práticas: a definição de agricultura familiar, para fins de atribuição de crédito, pode não ser exatamente a mesma daquela estabelecida com finalidades de quantificação estatística num estudo acadêmico. O importante é que estes três atributos básicos (gestão, propriedade e trabalho familiar) estão presentes em todas elas.

Para Aires e Salamoni (2013), pode-se considerar como agricultura familiar aquela que tem na exploração agrícola a sua principal fonte de renda, sendo de responsabilidade da família a gestão da propriedade, da mesma forma que a mão de obra utilizada no desenvolvimento da atividade produtiva, tendo em terceiros a força de trabalho apenas utilizada de forma complementar. Este conceito expõe, de forma geral e sucinta a caracterização da agricultura familiar, objeto de estudo desta pesquisa.

### 2.3 A IMPORTÂNCIA DA PRODUÇÃO DA AGRICULTURA FAMILIAR

Conforme Picolotto (2011), o produto oriundo e já beneficiado pode ser comercializado imediatamente, bem como armazenado para futuras negociações; neste caso é possível citar produtos em conservas ou embalados à vácuo os quais possuem uma validade mais longa.

Deve incorporar ao sistema produtivo, os conhecimentos resultantes de processos históricos de exploração e adaptação ao meio, bem como tem como aspecto relevante para caracterizar uma unidade agrícola de produção familiar, a forma como se processa a transferência hereditária e a sucessão profissional é outro aspecto relevante (SANTOS, 1999).

O desenvolvimento da agricultura familiar e a validação de sua importância ocorre a partir da criação do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PRONAF), lançado em 1995 pelo Governo Federal. Conforme Costa et al. (2010), em junho de 1996 por força do Decreto Presidencial nº 1.946, o PRONAF assume uma concepção diferenciada e amplia sua abrangência, deixando de ser apenas uma linha de crédito para adquirir o status de programa governamental.

Outro dado que ressalta a importância da agricultura familiar a nível governamental é a criação de outros programas de apoio e incentivo ao PRONAF, como o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE), a maior e mais antiga política pública no Brasil, que passa a ter como obrigatoriedade, nas escolas, a aquisição de produtos oriundos da agricultura familiar (SARAIVA et al., 2013).

Ainda é possível destacar a sua importância com relação ao incentivo governamental que o PRONAF foi criado com o único objetivo de proporcionar condições para aumento da capacidade produtiva do agricultor familiar, com a geração de novos empregos e principalmente com a melhoria da renda das famílias, com conseqüente elevação do padrão da qualidade de vida desses trabalhadores.

Conforme Hespanhol e Costa (2001, apud AIRES e SALAMONI, 2013, p. 43):

Essa linha de atuação do PRONAF constitui-se numa linha de financiamento do governo federal, com recursos não reembolsáveis, em parceria com os governos municipais, objetivando a implementação, ampliação, racionalização, modernização ou realocação da infraestrutura pública e de serviços de apoio ao desenvolvimento da agricultura familiar.

Estudos realizados em diversas partes do mundo vêm destacando a importância da agricultura familiar, confirmando, por meio de pesquisas, que esta possui uma grande capacidade de gerar empregos e distribuir renda, sendo fator decisivo para o desenvolvimento local. De acordo com Silva e Jesus (2010), esse tipo de organização produtiva tem contribuído de forma significativa para a diversificação do uso do espaço rural, pois vem possibilitando práticas de exploração agrícolas que preservem o meio ambiente, além de ser determinante na fixação do homem no campo.

Soares et al. (2009) argumentam que a agricultura familiar brasileira possui características bastante heterogêneas, uma vez que engloba famílias com poder aquisitivo muito baixo, que detém em caráter precário um pedaço de terra e, com isso, dificilmente terão condições favoráveis para constituir uma unidade de produção sustentável, da mesma forma que, de outro lado, encontram-se famílias com dotação de recursos suficientes para aproveitar as oportunidades criadas em seu contexto.

Segundo os autores, “na atual condição brasileira, onde parte da população vive com rendas abaixo da linha de pobreza, a Agricultura Familiar pode desempenhar um papel fundamental nas metas de segurança alimentar e nutricional” (SOARES et al., 2009, p. 57.), sendo por isso um caminho importante na busca do resgate da dignidade do homem do campo.

O Brasil se compõe de cinco regiões, mas a região Sul e a região Centro-Oeste têm como grande parte de sua base econômica no setor rural. A primeira se caracteriza por possuir, de acordo com o que diz Buainain et al. (2013), uma agricultura familiar em expansão e muito dinâmica em todos os estados que a compõe, onde salienta-se o Rio Grande do Sul. Silva e Jesus (2010, sp.) destacam a região sul do país como aquela onde a agricultura familiar tem muita importância e se destaca em virtude da cultura do povo:

A região Sul possui peculiaridades que determinam o êxito de propriedades familiares rurais. Fatores inerentes à forma de colonização e a herança cultural de povos europeus capacitaram os produtores a desenvolverem formas de associativismo, permitindo que pequenas unidades produtoras pudessem competir com propriedades maiores.

Interessante, também, o exposto por Stoffel et al. (2014, p. 59): “[...] a propriedade familiar caracteriza-se numa unidade de produção e consumo, que valoriza, dessa forma, a diversidade, os policultivos, distribuídos de forma equilibrada no espaço e no tempo”.

## 2.4 MERCADOS PARA A AGRICULTURA FAMILIAR

Com a responsabilidade por produzir significada parte dos produtos agropecuários e matérias-primas do país, a agricultura familiar firma-se como um importante segmento rural. No entanto, de acordo com Ferreira (2013), essa atividade sempre foi vista por muitos como uma atividade caseira e sem objetivos de lucros. Contudo, o agricultor familiar não vive somente do que produz, precisando comercializar parte de sua produção para a aquisição de insumos (sementes, adubos, defensivos e implementos) a fim de que mantenha sua propriedade evoluindo e produzindo de forma eficiente e responsável.

No entanto, muitos são os entraves ou obstáculos que dificultam o pleno desenvolvimento da agricultura familiar nas várias regiões do país, cada uma com sua especificidade. Ferreira (2013) aponta como uma das grandes dificuldades deste setor produtivo justamente o processo de comercialização, pois entende que, em grande parte das vezes, o produtor não tem domínio do processo produtivo, bem como carece de um melhor acompanhamento pela assessoria técnica.

Considerando que o agricultor familiar necessita comercializar também sua produção, além de produzir para o sustento da família, Ferreira (2013, p. 10) argumenta ser muito importante entender “o conceito de comercialização como algo mais amplo e complexo do que simplesmente o processo de compra e venda dos produtos. Na comercialização estão contidas também as etapas de produção e transformação do produto, o que constitui a cadeia produtiva”.

Wulfing (2002) destaca como uma das principais dificuldades enfrentadas pelos produtores da região sul a manutenção do modelo familiar herdado da imigração europeia e que foi se consolidando ao longo do século XX. Para o autor, essa dificuldade é uma consequência da sistemática e constante inviabilização social e econômica da agricultura familiar, dentro de um modelo capitalista de exploração agrícola, que ocorreu na América Latina a partir da implantação da chamada “Revolução Verde”.

Abramovay (1997, apud SAVOLDI; CUNHA, 2010), comenta a necessidade dos produtores familiares de se aparelharem de condições que lhes permita a inserção segura e competitiva nos mercados dinâmicos e exigentes em inovações, onde a busca de produtos diferenciados se faz presente, para que, assim, consigam atingir base de um modelo de desenvolvimento rural sustentável.

Para que isso ocorra, torna-se imprescindível o apoio, a participação e o incentivo de políticas públicas voltadas aos agricultores familiares, que lhes permitam crescimento, conhecimento, aquisição, legalização e espaço, conforme mostra o trabalho apresentado por

Silva et al. (2008), cujo objetivo foi caracterizar o varejo de produtos coloniais na região central do Rio Grande do Sul face à importância desse setor e seus efeitos sobre as cadeias produtivas da região, em especial sobre o produtor rural.

Outra ameaça apontada por Wulfing (2002), é a abertura à entrada de produtos importados. Isso, segundo o autor, representa uma ameaça, na medida em que:

A abertura do mercado brasileiro a produtos agrícolas de outros países tem representado muito mais uma ameaça às condições de reprodução da agricultura familiar pela concorrência dos produtos oriundos dos mesmos, do que uma alternativa de novos mercados para seus produtos, na medida que o acirramento da concorrência em alguns setores no mercado interno não tem sido compensado com a abertura de novas oportunidades de comercialização para os nossos produtos no mercado externo (WÜLFING, 2002, p. 9).

Para Silva et al. (2008), da mesma forma como outros setores produtivos e comerciais, como os próprios supermercados, vêm ganhando atenção em pesquisas, as questões que trazem respostas aos produtores focados em alguns produtos com barreiras à entrada no setor varejista também devem ser evidenciadas e estudadas, tendo em vista que esse setor produtivo não pode ser visto de maneira estanque e individual.

Buaianin et al. (2013, p. 322) descreve o perfil econômico do agricultor familiar brasileiro, que não se distancia do gaúcho:

O perfil clássico de produção dos agricultores familiares é composto por um a dois produtos comerciais, que fazem em torno de 70% de sua renda total, e por vários outros produtos de menor importância individual, mas que, em conjunto, compõem 30% da produção, seja para o autoconsumo, seja para a venda.

A falta de políticas públicas eficientes e sistemáticas que incentivem e amparem o agricultor familiar faz com que, num determinado momento, por quebra de produção de um dos seus produtos de ponta ou queda do preço final de comercialização, permita um cenário de instabilidade e de abandono da atividade.

Além disso, entre hortifruti e produtos coloniais, estes descritos por Silva et al. (2008, p. 3) como sendo “um produto com algum grau de processamento, realizado no interior das propriedades rurais, geralmente pelo produtor e/ou sua família, através de um processo artesanal de produção (ex.: vinho colonial, queijo colonial, salame, linguiça, patê, torresmo, pão caseiro, etc.)”, o agricultor familiar precisa ter determinados cuidados e técnicas para a comercialização responsável, evitando problemas com a fiscalização sanitária. Essa é mais uma dificuldade financeira que onera os custos da produção, que nem sempre é em grande escala para dar suporte aos insumos desta exigência.

Portanto, conforme Ferreira (2013), em grande parte dos casos, os produtos coloniais oriundos da agricultura familiar passam por dificuldade tanto na adequação das normas e leis quanto no momento de comercialização e acesso. Todo esse processo deve ser estudado e entendido de maneira mais direcionada a incentivar, oportunizar e facilitar o desenvolvimento das agroindústrias familiares que trabalham com produtos coloniais e hortifrutigranjeiros de forma a permitir a fixação do homem na terra evitando o êxodo rural.

Siqueira (2015) aponta a comercialização como um dos grandes obstáculos enfrentados pela agricultura familiar e propõe alternativas acadêmicas para auxiliar o produtor. Esclarece que, no país, a agricultura familiar representa 70% da produção total de alimentos. Contudo, salienta que os produtores familiares sofrem com diversos desafios, principalmente quanto à comercialização. Conforme o autor, não é de hoje que a comercialização se constitui num grande problema ao desenvolvimento da agricultura familiar, e complementa: “Um dos motivos é a dependência de terceiros que, quando atuam em pequeno número na intermediação dos produtos, podem impor preços de compra desfavoráveis aos agricultores” (SIQUEIRA, 2015, sp).

Sepulcri e Trento (2010) apresenta estratégias para orientar agricultores familiares na comercialização de seus produtos. Relata que os agricultores familiares (AF) só conseguem realizar os seus objetivos de melhoria de qualidade de vida se tiverem sucesso na comercialização de seus produtos e serviços e, com esse resultado monetário, adquirirem os bens de que necessitam.

Lacki (2010) aponta múltiplos problemas e dificuldades enfrentados pelos pequenos agricultores, pelo que, para efeitos didáticos, classifica em duas categorias:

Problemas externos: aqueles que se originam fora das propriedades e comunidades, ou cuja solução não depende ou está fora do controle dos agricultores. Problemas internos: os que se originam dentro das propriedades e comunidades, e cuja solução está (ou poderia estar) ao alcance das famílias rurais. (LACKI, 2010, sp.).

Para Sepulcri e Trento (2010), tem-se nos mercados locais uma importante estratégia e um promissor aliado no processo de comercialização dos produtos da agricultura familiar. No entanto, na maioria das vezes, estes são menosprezados nesse processo, quando o comércio local opta por adquirir produtos oriundos de outras regiões. Para que se consolide a comercialização no mercado local, torna-se necessária a construção de redes de movimentos sociais, redes de vizinhanças e familiares, redes de organizações cooperativas e não cooperativas parcerias e alianças.

No município de Bagé/RS existe um vasto problema que dificulta a manutenção e expansão dos produtos oriundos da agricultura familiar, problemas estes encontrados em toda região sul conforme mostrado nos trabalhos de Wülfing (2002), Costa et al. (2010) e Aires e Salamoni (2013).

O tema é atual no município e requer medidas rápidas e eficientes no que se refere a manter viva a produção e comercialização de produtos oriundos da agricultura familiar no município de Bagé/RS. Os problemas apresentados pela literatura são permanentes sobre os agricultores familiares e, mesmo que existam políticas públicas Federais, Estaduais e Municipais voltadas a essa categoria, esse setor da economia brasileira, e mais especificamente regional, ainda requer um olhar voltado de forma muito especial à legislação, que atualmente vem causando muitos incômodos aos pequenos produtores do município e da região, o que é extensivo a todo o estado do Rio Grande do Sul. Ainda é importante salientar, conforme descrito por Neves (2007) e Matei (2014), que esse não é um problema pontual e não se constitui de apenas um fator determinante, mas é recorrente e encerra várias nuances, desde o legal, até o financeiro.

## 2.5 A IMPORTÂNCIA DAS FEIRAS LIVRES PARA AGRICULTORES FAMILIARES

A prática de comercializar a produção por meio de trocas, com variedade de produtos e entre indivíduos de locais diferentes é muito antiga, visando suprir as necessidades pessoais de cada um. Inicialmente itinerantes, a necessidade de um local de encontro para essas trocas logo se fez presente e, de acordo com Boechat e Santos (2010), a própria produção excedente e de produtos não consumidos pelo produtor, levou à busca de fixação dos feirantes.

Portanto, o surgimento das feiras livres, hoje em locais próprios de acordo com cada município e região, oriunda de um processo de trocas necessárias entre produtores, com vistas à comercialização de produtos excedentes e de busca de novas alternativas de consumo. Cazane et al. (2014, p. 120):

As feiras livres, consideradas as formas mais antigas e tradicionais de comercialização de produtos agropecuários ou hortifrutigranjeiros, se originaram na antiguidade, com a troca do excedente da produção entre os produtores que, mais tarde, passaram a comercializá-los em troca de dinheiro.

Os mesmos autores comentam que o originário comércio aberto e livre de antigamente foi cedendo espaço para outras formas de varejos alimentares, surgindo os armazéns,

mercados e supermercados., sempre em função da exigência do consumidor quanto à qualidade de produtos e locais de compras.

Com um crescimento de mais de 100% da produção anual de hortifrutícolas, o Brasil tem expressiva posição no cenário mundial neste setor. Para Scalco et al (2012), é um dos setores da economia que se encontra em expansão, mas que ainda enfrenta muitos problemas, onde se incluem o custo da produção (insumos) e as perdas, que vão da produção até a distribuição do produto ao consumidor final. “Tais perdas confirmam que variáveis como o despreparo de horticultores, o transporte e armazenamento inadequado, e a forma inadequada do consumidor escolher hortifrutícolas ainda são principais gargalos para o incremento do progresso para o setor em geral” (p. 114).

Archer et al. (2013, p. 489) consideram as feiras livres como uma espécie de comércio, em que “agricultores ou produtores de um determinado local estão presentes pessoalmente para vender sua produção, diretamente para o público”. Segundo o autor, os produtos comercializados em feiras livres devem ser “cultivados, criados, capturados, fabricados, cozidos, defumados ou processados pelo próprio produtor”.

A expressividade das feiras livres no mercado de hortifrutigranjeiros, que era expressivo, começou a decair a partir da década de 1990, perdendo espaço para os supermercados. Entre os principais fatores apontados por Scalco et al. (2012), e que levam o consumidor a preferir a compra desses produtos nos supermercados estão a facilidade de pagamento e a flexibilidade dos horários de atendimentos.

Para Silvestre et al. (2006, apud CAZANE et al., 2014, p. 124), “as feiras livres também possibilitam o acesso dos agricultores ao mercado, gerando renda para compra de produtos para consumo familiar, de forma a ser considerada uma importante política distributiva”. Isso, de acordo com os autores, possibilita a manutenção da renda da população local no próprio município, o que contribui para o desenvolvimento deste.

O mesmo tempo, Hunt (2007, apud CAZANE, 2014, p. 124), argumenta que “o desenvolvimento de feiras livres tem o potencial para agregar valor às vendas dos produtores diminuindo a cadeia de suprimentos, além do potencial para gerar benefícios sociais e ambientais para a comunidade”.

No entanto, Coelho (2008) comenta que as feiras livres proporcionam ao consumidor produtos fresquinhos e com origem garantida, sendo crescente o interesse por este espaço de compras por consumidores de países como a Nova Zelândia, Austrália, Grã-Bretanha, Canadá e os Estados Unidos. Isso, de acordo com Coelho (2008), o ressurgimento desse tipo de

comércio tem motivação nos critérios de procura de alimentos pelo consumidor, o que implica em uma reavaliação da forma que os alimentos são cultivados, distribuídos e vendidos.

Boechat e Santos (2010) apontam vantagens para o consumidor que faz suas compras na feira, como oferta de produtos frescos, variedade de produtos, preço baixo e negociação garantida, qualidade do produto e liberdade de escolha, já que existem muitos estandes com os mesmos produtos. Além disso, apontam as trocas de saberes, constituindo-se em espaço social, onde consumidores e comerciantes trocam conhecimentos e experiências.

Além disso, Coelho (2008) aponta o fato de que o consumidor tem espaço ao ar livre para a escolha dos produtos e investiga opções com liberdade e variedade. No entanto, estudos de Scalco et al. (2012) realizados na feira livre no município de Tupã/SP apontam insatisfação com os produtos da feira, seja pela qualidade/confiabilidade dos produtos, seja pela apresentação dos comerciantes.

A confiabilidade também é fator apontado por Cazane et al. (2014), como determinante para a busca de hortifruti em outros locais, especialmente os supermercados. No entanto, o mesmo estudo mostra que é significativo o percentual de indivíduos da pesquisa que realiza suas compras na feira, sendo que 68,7% afirmaram frequentá-la toda semana.

Atualmente, as feiras livres comercializam todo o tipo de produto direto ao consumidor. A maioria são de produção doméstica, oriundos da agricultura familiar, o que destaca um dos pontos de importância desse tipo de comércio, segundo Godoy e Anjos (2007). Na visão de Ricotto (2002, apud GODOY; ANJOS, 2007, p. 365) as feiras livres “desempenham um papel muito importante na consolidação econômica e social, especialmente da agricultura familiar, sendo capaz de provocar mudanças e reconversão no setor de pequenos e médios agricultores”.

Portanto, a importância da feira livre não reside apenas no fato de proporcionar frutas, legumes e verduras fresquinhas e de procedência garantida (a maioria sem grandes doses de agrotóxicos) para o consumidor, mas também por desempenhar um papel social destacado, tanto no que se refere ao que comentam Godoy e Anjos (2007), Cazane et al. (2014) e Stoffel et al (2014), que é o desenvolvimento da agricultura familiar e a possibilidade de consolidação econômica do pequeno agricultor, como também pelo que comentam Scalco et al. (2012) e Boechat e Santos (2010), para quem as trocas culturais entre consumidores e agricultores permite o desenvolvimento de saberes e a expansão cultural dos agentes do contexto.

É uma oportunidade de inserção no mercado de produtos coloniais e agrícolas, importantes para o consumidor pelo baixo preço, evitando o atravessador, bem como para o

produtor, que alcança maior preço de venda de sua produção por que comercializa direto (ARCHER et al., 2013).

### 3 METODOLOGIA

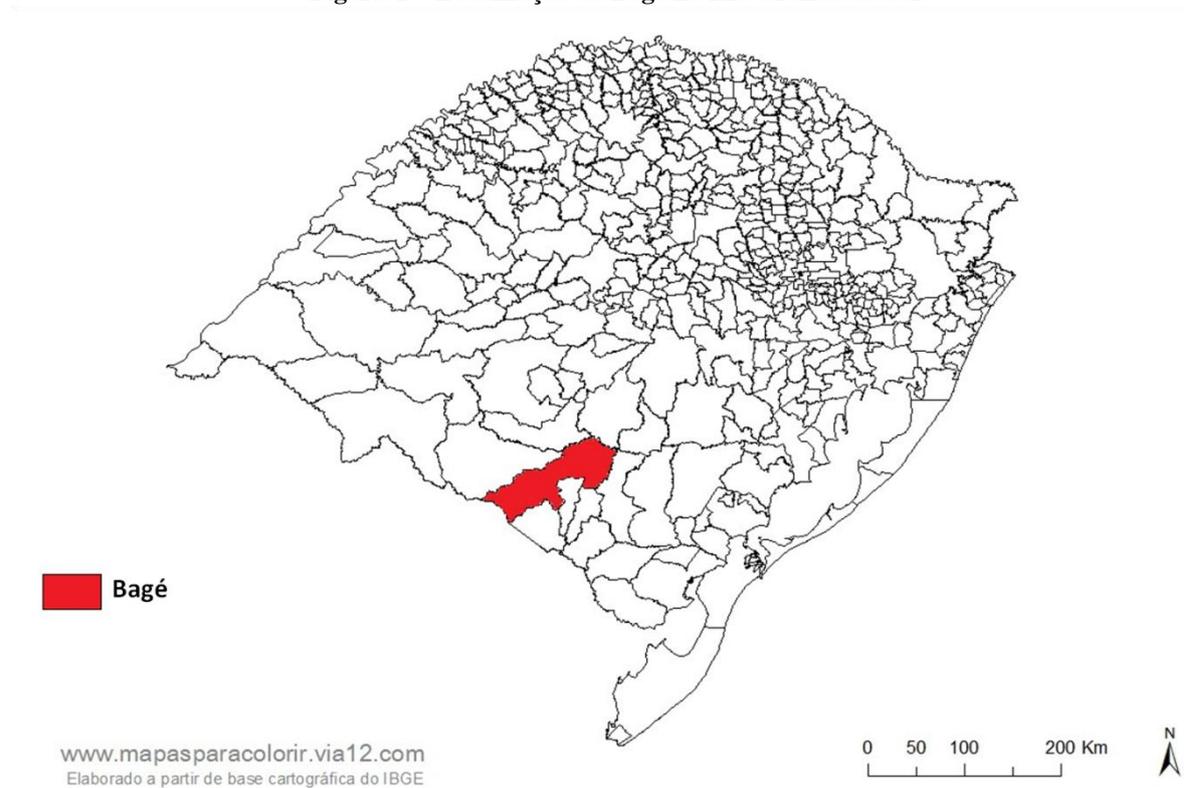
Este capítulo trata da metodologia de pesquisa, descrevendo os passos tomados para a elaboração do estudo, contendo o tipo de pesquisa adotado e a descrição do local onde a mesma foi aplicada, a população envolvida no estudo e a caracterização da amostra.

Também descreveu-se a forma como foram coletados os dados para apresentação de resultados e o procedimento para análise destes dados, possibilitando o encaminhamento da conclusão do estudo.

#### 3.1 CARACTERIZAÇÃO DO AMBIENTE DA PESQUISA

Conforme dados do IBGE(2017), o município de Bagé, localizado na região da Campanha, no sul do estado do Rio Grande do Sul, possui uma área de 5.674,10 km<sup>2</sup>, e aproximadamente 117 mil habitantes, conforme dados do último censo. Limita-se ao norte com os municípios de Lavras do Sul e Caçapava do Sul; ao Sul, com a República Oriental do Uruguai e Herval; ao Leste, com os municípios de Pinheiro Machado, Hulha Negra e Candiota; e ao Oeste, com o município de Dom Pedrito e com a República Oriental do Uruguai (Figura. 1).

**Figura 1 – Localização de Bagé no Rio Grande do Sul**



Fonte: Elaborado pela autora com base em IBGE (2017).

São possibilidades de acesso a BR 153, que liga Aceguá à BR 290, e a BR 293, que liga Pelotas a Santana do Livramento. Ainda é acesso à cidade a RST 473, que liga o município à Caçapava do Sul, além da Estação Ferroviária, no ramal Cacequi-Rio Grande, bem como pelo Aeroporto Comandante Krammer.

A cidade possui 205 anos, e sua economia tem como base o agronegócio, fomentado pelas culturas de arroz, soja, frutíferas, bem como a produção de gado, de corte e leite, além de ser polo da criação de equinos. A agricultura familiar é bem desenvolvida, sendo que muitos produtores comercializam sua produção na Feira Livre da cidade. Sua localização geográfica e topologia facilita a agropecuária, principal fonte econômica do município.

### 3.2 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA

Para alcançar o objetivo, foi realizada uma pesquisa descritiva e exploratória que, de acordo com Gil (2010, p. 41), “tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses”. A pesquisa descritiva busca descrever as características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis.

O trabalho foi desenvolvido na forma de um estudo de caso. O estudo de caso pode decorrer de acordo com uma perspectiva interpretativa, que procura compreender como é o mundo do ponto de vista dos participantes, ou uma perspectiva pragmática, que visa simplesmente apresentar uma perspectiva global, tanto quanto possível completa e coerente, do objeto de estudo do ponto de vista do investigador (GERHARDT; SILVEIRA, 2009, p. 33).

### 3.3 POPULAÇÃO E AMOSTRA

A população-alvo da pesquisa foi formada por produtores que se caracterizam como agricultores familiares, cuja comercialização de produtos é realizada na Feira de Produtores Rurais de Bagé, semanal e regularmente.

Neste contexto, a população foi formada por nove produtores devidamente cadastrados na Secretaria de Indústria e Comércio do município, requisito para a exposição de produtos na feira. Fizeram parte da população-alvo, também, todos os membros da família envolvidos na

feira. A escolha foi intencional entre a população-alvo, sendo escolhidos todos os feirantes que se caracterizam como agricultor familiar.

Foi motivo de exclusão da pesquisa a manifestação de desinteresse pela participação, não ter sido encontrado no local da pesquisa nas abordagens que se realizaram em quatro etapas, uma por semana, bem como negar-se a assinar o termo constante no instrumento de pesquisa. Para participação na pesquisa, os agricultores familiares assinaram a pesquisa, onde consta a autorização para divulgação de resultados, mas manutenção do sigilo de informações pessoais, consistindo no Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE).

### 3.4 COLETA DE DADOS

A coleta de dados foi realizada no local de realização da feira livre em Bagé, na região central, localizada no calçadão da cidade, entre as Av. Mal. Floriano e Gen. Neto. Para a pesquisa, foi elaborado um instrumento de coleta de informações, na forma de entrevista semiestruturada, com base nos estudos de Godoy e Anjos (2007), Costa et al. (2010), Aires e Salomoni (2013), Cazane et al. (2014), Stoffel et al. (2014), entre outros.

O período de coleta de dados foi entre 10 e 30 de setembro do corrente ano e o instrumento caracterizou os indivíduos da pesquisa quanto à idade, escolaridade, localização e tamanho da propriedade e pessoas da família. Consta ainda de nove questões fechadas de escolha simples e cinco abertas, que permitiram obter informações sobre aspectos relativos à feira, sobre a avaliação dos entrevistados.

### 3.5 ANÁLISE DE DADOS

Os procedimentos adotados para análise dos dados serão de maneira qualitativa e descritiva, em forma de texto, no qual, de acordo com Minayo (1992, p.10) a pesquisa qualitativa é capaz de “incorporar o significado e a intencionalidade como fundamentais às construções humanas, contidas em seus atos, relações e estruturas sociais”. Ela é tida como não estruturada e baseia-se em pequenas amostras capazes de contribuir para a compreensão da problemática (MALHOTRA, 2006). Quando realizada a partir de entrevista, coleta as ideias sobre o tema investigado de forma livre, de acordo com as concepções do entrevistado.

Os dados das questões fechadas serão tabulados e analisados de maneira a expressar os resultados em forma de gráficos, elaborados a partir do programa Windows Excel, ou

apresentados numericamente na redação do texto. Esses resultados foram discutidos levando em consideração a literatura sobre o tema, conforme já destacado no referencial teórico.

Os dados levantados com as questões abertas serão discutidos a partir da análise do discurso, conforme orientado por Bardin (2011) como análise de conteúdo. Essa análise permite analisar as diferentes respostas a mesmas perguntas permitindo a utilização de trechos das falas dos entrevistados como meio de ilustrar as análises e discussões dos resultados.

## **4 RESULTADOS E DISCUSSÃO**

Após o levantamento de dados realizado junto aos agricultores familiares que comercializam seus produtos na Feira Livre de Bagé, realizou-se a apresentação dos resultados da pesquisa. Neste capítulo apresenta-se o resultado do estudo na forma de gráficos e relatos dos sujeitos da pesquisa, caracterizando-os e discutindo seus posicionamentos em uma análise transversal com a literatura consultada.

### **4.1 CARACTERIZAÇÃO SOCIOECONÔMICA DA AMOSTRA**

A mostra formada por nove produtores rurais e microempresários (agroindústria) que se dedicam à agricultura familiar do município de Bagé/RS, na região da Campanha. As entrevistas foram feitas durante a Feira Livre de Bagé, realizada no Calçadão da cidade, localizado entre as ruas General Neto e General Osório, entre 10 e 30 de setembro do corrente ano (Figura 2). A feira de produtores rurais de Bagé, mais conhecida como Feira Livre, existe desde 1942, mas só em 1952 ela foi devidamente reconhecida pelos órgãos públicos da cidade. Isto se deu através de uma Lei Municipal nº422, de 27/05/1952. Desde então, vem sendo incentivada pelo Poder Público e crescendo, com a adesão cada vez maior de pequenos produtores que veem neste caminho uma forma de comercializar dinâmica e facilmente seus produtos. A amostra se caracterizou por indivíduos com idade entre 27 e 69 anos, com média etária de 49,22 anos. A escolaridade dos indivíduos da amostra vai de fundamental incompleto (3) a especialização (1), passando por fundamental completo (2), ensino médio (2) e superior incompleto (1).

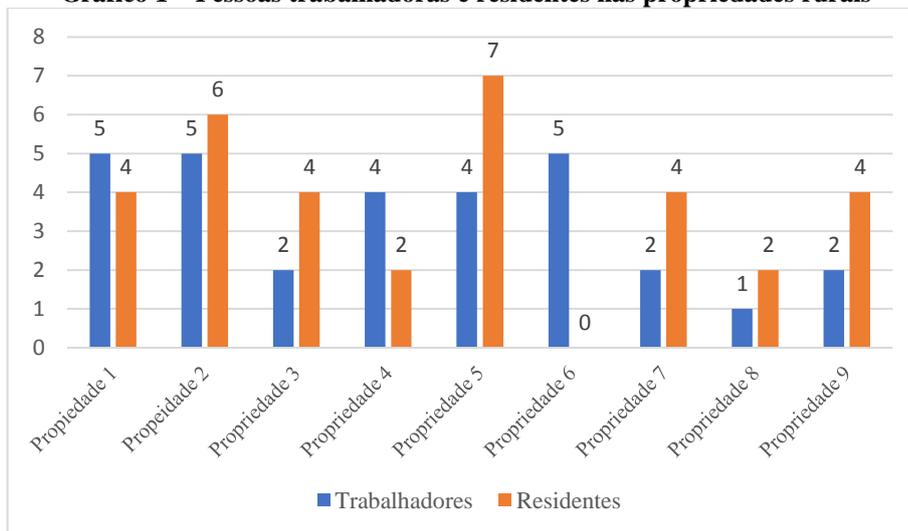
**Figura 2 – Espaço de comercialização da Feira**



Fonte: Registro realizado pela autora durante a pesquisa de campo (2017).

Quanto à localização da propriedade, três ficam na cidade e se constituem agroindústria familiar, três ficam a até 6 km e duas a aproximadamente 10 km, sendo que um indivíduo não soube responder. Quanto ao número de pessoas na propriedade, residentes e trabalhadores, o Gráfico 1 mostra os resultados da pesquisa.

**Gráfico 1 – Pessoas trabalhadoras e residentes nas propriedades rurais**



Fonte: Dados primários da pesquisa

Em algumas propriedades é possível verificar-se que o número de pessoas que trabalham é maior que o número de residentes, o que caracteriza a contratação de pessoal ou o trabalho de outros membros da família que não mais moram na propriedade rural, dados que não foram investigados neste estudo.

Para Coelho (2008), esta é a realidade da agricultura familiar atual. Feirantes que trazem seus produtos dessa origem, não contam mais com a família que buscou outras alternativas de vida, sendo obrigados a contratar para tocar os negócios. Stoffel et al. (2014), comentam em seus estudos que grande parte dos agricultores familiares atuais tem mais que familiares trabalhando na propriedade, tendo em vista que os descendentes estudam na cidade ou trabalham em outros setores.

Quanto ao tamanho da propriedade, as agroindústrias contam com espaços reduzidos para sua produção, normalmente anexos da residência. Nas produções agrícolas, as extensões de terra vão de dois a 25 hectares. Nestas, a área de cultivo é variada, de acordo com o tamanho da propriedade, sendo, em algumas aproveitada tanto para a agricultura, como para pecuária e criação de pequenos animais.

Aires e Salamoni (2013), em estudos sobre a agricultura familiar de pequenas propriedades do interior de município gaúcho, constataram que as pequenas propriedades se dedicam ao cultivo variado, em pequenas quantidades, juntamente com a pecuária e pequenas criações. Estas, em geral, servem para o sustento da família, não sendo utilizadas como fonte de renda (comércio), mas contribuem para minimizar a necessidade de aquisição destes produtos (PICOLOTTO, 2011).

#### 4.2 ATIVIDADES PRODUTIVAS E HISTÓRIA NA FEIRA

Constituída por nove questões, esta parte da pesquisa investiga os aspectos referentes à participação na feira. Quanto aos tipos de produtos comercializados, constatou-se que da agroindústria (três indivíduos) são comercializados pão caseiro, doces, salgados, geleias, cucas e rapaduras. Os hortifruti têm como carro chefe da comercialização as folhosas, sendo encontradas frutas e legumes, além da hidropônica.

Os dados da pesquisa são consoantes com os encontrados nos estudos de Soares et al. (2009), Siqueira (2015), Lima e Câmara (2016), que relatam a variedade de produtos encontrados nas feiras livres de várias cidades, o que se constitui num incentivo tanto à produção, como à compra por parte dos consumidores, tendo em vista que, em geral, encontram todo tipo de alimento que procuram.

Costa et al. (2010), comentam que o consumidor encontra produtos novos, fresquinhos e a feira livre é onde estes se encontram com mais facilidade. Além disso, sabem a origem dos produtos e comercializam direto com o produtor, o que torna a compra mais pessoal, além da possibilidade de encontrar variedade de produtos e preços.

Com relação a quem se responsabiliza pela comercialização, os dados refletem bem o funcionamento da agricultura familiar relatado por Scalco et al. (2012), e Cazane et al. (2014), onde o próprio produtor ou pessoa ligada à família é responsável pela comercialização e, em geral, a família se divide entre comércio e produção para manter rentável o negócio, como mostram os dados da pesquisa. Nestes, verifica-se que em apenas um caso é uma funcionária que comercializa a produção, enquanto nos demais é o proprietário ou parente próximo.

Esses resultados são congruentes com vários trabalhos (SCHNEIDER; NIEDERLE, 2008; BOECHAT; SANTOS, 2010; FERREIRA, 2013; SIQUEIRA, 2015), em que a produção é diretamente comercializada pelo produtor ao consumidor, facilitando a negociação e se tornando um canal muito importante para escoamento da produção da agricultura familiar.

A preferência pelo indivíduo que comercializa o produto na feira reside em várias razões, sendo porque são os únicos disponíveis, tanto na produção quanto na comercialização, ou porque os demais integrantes da produção ficam na propriedade trabalhando, ou porque gostam de lidar com o público. Ainda que a comercialização de produtos familiares seja um entrave para a agricultura familiar, como propõe Siquera (2015), quando ela se realiza diretamente pelo produtor é facilitada pelo conhecimento do produto, a simplicidade nas informações e a animosidade criada entre comerciante e cliente, conforme relatam Sepulcri e Trento (2010).

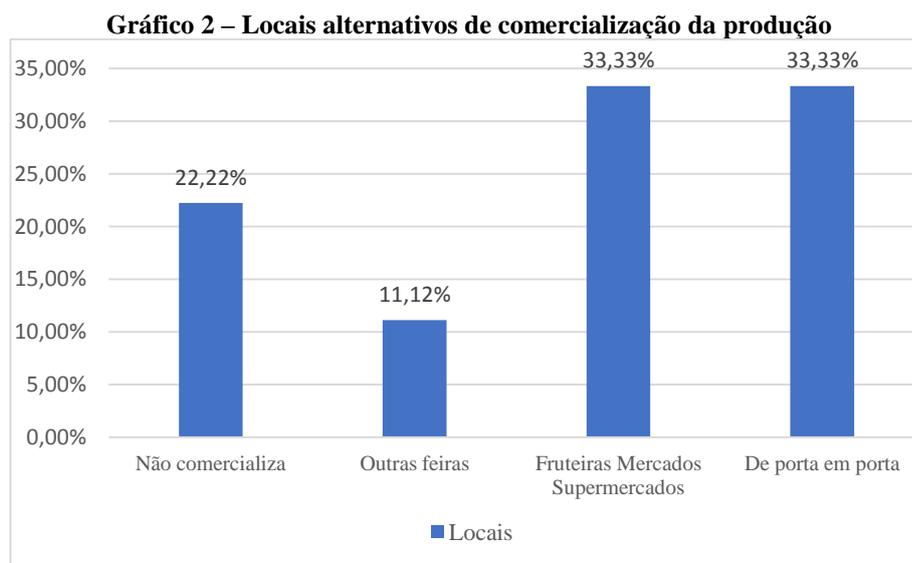
Quanto ao percentual da produção comercializado na feira, é unânime o percentual de 70%. Isso significa que a maior parte da produção extraída da agricultura familiar dos comerciantes da Feira Livre de Bagé tem destinação através da feira, o que torna a mesma um dos caminhos alternativos de escoamento daquilo que o pequeno produtor rural produz. O que ocorre neste contexto é relatado em trabalhos de Godoy e Anjos (2007), Buainain e Romero (2010), Baiardi e Alencar (2014). Os autores constataram que a maior parte dos produtos da agricultura familiar são comercializados em feiras nos centros urbanos, diretamente com os consumidores e que estas feiras se tornam um importante canal de escoamento da produção.

Silva et al. (2008) argumentam que os produtos coloniais, especialmente os fabricados em pequenas propriedades e de forma artesanal, perdem espaço nos centros de comercialização, mas são muito procurados em pequenas feiras agrícolas.

Saraiva et al. (2013), argumentam que apesar de o PRONAF ser caminho importante para a agricultura familiar, pequenos produtores não têm acesso a esse programa e seu canal de escoamento produtivo mais importante são as feiras de produtos agrícolas e coloniais, em

geral realizadas em bairros das cidades pequenas e mesmo aquelas que acontecem em grandes centros urbanos.

No entanto, os dados da questão seguinte mostram que a comercialização dos produtos originários das propriedades agrícolas em estudo não se restringe à feira da cidade, mas tem outros caminhos (Gráfico 2).



Fonte: Dados primários da pesquisa

Alguns produtores, além da feira, se utilizam da rede de supermercados, pequenos mercados e fruteiras da cidade como canais de distribuição da produção. Outros fazem a comercialização direta, de porta em porta, alguns utilizando veículos próprios e com roteiros fixos. Um dos sujeitos da pesquisa acompanha feiras em municípios vizinhos, expondo e comercializando seus produtos.

Isso reforça o pensamento de Rambo et al. (2016, p. 87), para quem “a agricultura familiar brasileira sempre ocupou um lugar secundário e subalterno na sociedade, marcado por lutas para conseguir um espaço próprio na economia e na sociedade”. A luta diária de trabalhadores rurais para inserir seus produtos no mercado e as dificuldades na comercialização destes caracteriza o setor econômico importante do país que não tem valorização (PICOLOTTO, 2011).

Sobre o tempo que participa da feira, alguns produtores têm mais de 30 anos, enquanto alguns tem de dois a quatro anos. A média é de 20 anos. Questionados sobre ter havido alguma interrupção na participação neste tempo, 66,67% afirmam que nunca interromperam suas atividades, o que denota a importância dada pelo produtor ao evento. Um dos

participantes da pesquisa refere problemas familiares, um relata problemas de ordem política e outro por escassez de produtos para ter interrompido as atividades.

Questionou-se se o tipo de produto negociado manteve-se o mesmo, pelo que se constatou que sim, havendo apenas, para alguns, ampliação e diversificação. Os dados dessas questões corroboram com o que referem Boechat e Santos (2010), ao afirmarem que o feirante se identifica com esse tipo de atividade na sua vida de tal forma que não se vê em outro tipo de relação comercial. Ao mesmo tempo, Lima e Câmara (2016), destacam a importância da feira para o município e para os produtores, sendo esta um dos únicos canais para a comercialização dos produtos oriundos da agricultura familiar de pequenos produtores, especialmente aqueles que tem pequena propriedade. Para Cazane et al. (2014), estes não possuem espaço de negociação com grandes grupos, como as redes de supermercados, ficando dependentes desse tipo de negócio.

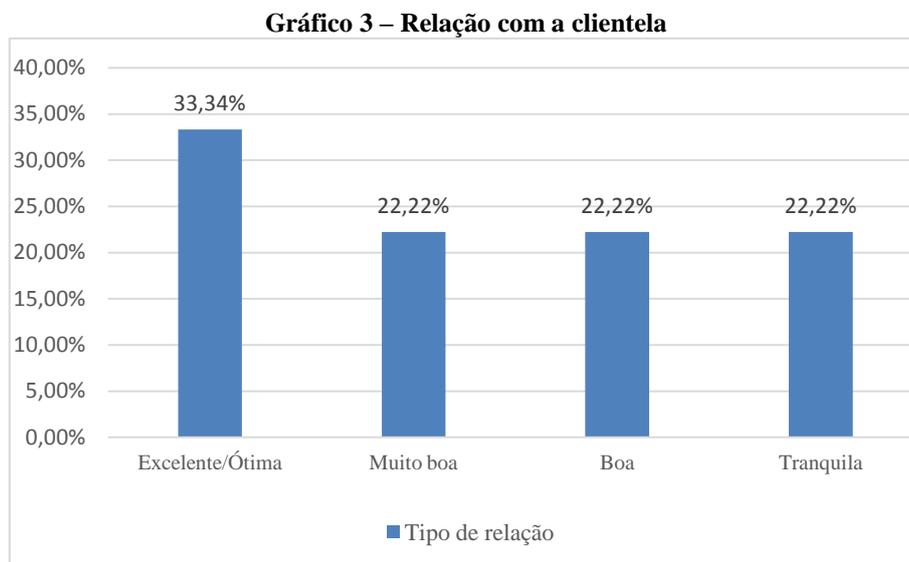
A última questão dessa parte abordou as mudanças advindas com a participação na feira. As respostas de forma dissertativa são variadas, pelo que se transcreve as mais importantes:

- Aumentou a produção de acordo com a procura dos produtos na feira, melhorou financeiramente a estrutura familiar e a estrutura da propriedade (Gleice).
- Aumentou a renda familiar, aumentou a produção, aquisição de maquinário e deslocamento da agroindústria que antigamente era dentro de casa passou a ser em estrutura própria e destinada somente a produção dos produtos a serem comercializados (Alfredo).
- Melhorou a estrutura da propriedade, melhorou o estilo de vida, aumentou significativamente a produção e a renda familiar (Jamil).
- Diversificou sua produção acrescentando novos produtos, aumentos a renda, empregou a filha que trabalha com ela, aumentou a casa (antes fabricava na cozinha da residência e hoje possui local específico), melhorou e aumentou a qualidade de utensílios específicos para produção, conseguiu trocar de carro várias vezes (Nilza).

Os relatos dos sujeitos da pesquisa mostram a importância da feira para a agricultura familiar e para o melhoramento das condições de vida destes pequenos agricultores. Tanto o incremento na propriedade, como no padrão de vida são elementos citados nas entrevistas, reforçando o que a literatura aponta como caminho importante na comercialização da produção da agricultura familiar (SILVA et al., 2008; COSTA et al., 2010; SEPULCRI; TRENTO, 2010; AIRES; SALAMONI, 2013).

#### 4.3 PERSPECTIVAS E DESAFIOS

Nesta parte são abordadas as oportunidades e ameaças referente à comercialização dos produtos agrícolas na feira, com base na matriz de SWOT (TAVARES, 2008), com cinco questões abertas. A primeira relaciona-se aos pontos fortes/fracos, questionando-se a relação com os consumidores. Constatou-se que a relação entre produtores e consumidores é muito boa, sendo considerada pela maioria dos sujeitos da pesquisa como excelente (Gráfico 3).



Fonte: Dados primários da pesquisa

Essa relação, na análise de SWOT, pode ser considerada como um dos pontos fortes dos agricultores na Feira Livre de Bagé, pois que vez estabelecida uma boa relação, a fidelização dos clientes é consequência. Além disso, consideram também como pontos fortes a localização, tendo em vista que é central e local de grande movimentação de transeuntes, além de oferecer produtos novos, fresquinhos e de qualidade, bem como preço acessível:

- Oferecer um produto orgânico e hidropônico, morar perto do local de comercialização facilitando o deslocamento com os produtos (Julierme).
- Local possui um movimento grande por estar localizado no centro comercial da cidade o que facilita a venda direta, é uma vitrine para os produtores (Armando).
- Local movimentado venda direta, adquire conhecimento, o público ajuda com conselhos para melhorar, aumentar e diversificar a produção, tem um relacionamento ótimo com os clientes o que faz com que as encomendas estejam sempre em alta (Nilza).

A fala dos sujeitos da pesquisa denota a satisfação com os resultados e aponta na direção dos trabalhos de Ferreira (2013), Baiardi e Alencar (2014) e Stoffel et al. (2014), que apontam esse tipo de mercado, que está inserido em quase todas as cidades, como uma excelente alternativa associativa dos agricultores familiares para inserção dos seus produtos junto ao público consumidor.

No que diz respeito aos pontos fracos, a maioria dos respondentes não vê dificuldades. No entanto, são apontados como pontos que poderiam ser melhorados, o incentivo à estrutura produtiva, bem como uma estrutura que abrigue de melhor maneira os feirantes, como local para refeições. Também é apontado o pouco tempo para comercialização (apenas dois dias no local de maior fluxo de pessoas):

- Falta de incentivo para melhorar a produção, falta de estrutura física do local (muitos feirantes fazem seus alimentos no local para passarem o dia e não precisarem se deslocar até a propriedade para se alimentar (Glênio).
- Falta de estrutura o que dificulta a comercialização em dias com temperaturas muito diferentes (Alfredo).
- Na comercialização não vê desvantagens somente vantagens por ser em um local movimentado e ser uma feira tradicional da cidade. Vê desvantagem somente para os feirantes pela estrutura precária das barracas e falta de apoio de órgãos públicos (Miriane).
- Não vê desvantagem por ser muito bom o movimento e as vendas (não dá vencimento com as encomendas), possuem poucas doceiras no momento podendo ter espaço para que outras entrem no mercado comercializando seus produtos na feira (Neiva).
- Poucos dias para comercializar os produtos podendo ser 3 dias por semana baseado no movimento que a feira tem, o sucesso da feira permanece a muitos anos mesmo que com as dificuldades que os feirantes passam tudo isso é compensado com o sucesso das vendas (Nilza).

Ainda que esse tipo de comercialização de produtos hortifruti tenha sofrido a concorrência acirrada dos supermercados, a procura ainda é significativa. No entanto, como destacam Scalco et al. (2012), em alguns locais a estrutura carece de maior qualidade e, ainda que na questão em estudo tenha havido grandes avanços, tanto do poder público como dos próprios feirantes, as falas dos sujeitos refletem essa realidade. Matei (2014), preconiza o incentivo à agricultura familiar a partir de espaços de comercialização próprios e adequados, o que é reivindicado por algumas falas. Picolotto (2011), destaca a importância para a economia do país desse tipo de trabalho, ressaltando que a agricultura familiar e seus meios de comercialização devem ser incentivados pelo governo.

Quanto às melhorias necessárias para a comercialização na feira, os sujeitos da pesquisa apontam maior apoio da Prefeitura Municipal, bem como a maior diversificação dos produtos e melhorias do espaço da feira:

- Agricultor poderia melhorar a diversidade dos produtos, prefeitura poderia padronizar as barracas (Julierme).
- Depende mais da prefeitura dando mais apoio e suporte, melhorar o espaço do local e facilitar a aquisição de financiamentos para investir em semente, etc. para aumentar e melhorar a produção (Glênio).

- Agricultor pode melhorar a qualidade e diversificação de seus produtos, mas para isso ocorrer deve ter um incentivo da prefeitura por trabalharem com poucos recursos (Armando).
- Na comercialização não vê motivo para melhorias e sim na estrutura do local e dando oportunidade para que outros agricultores e agroindústrias possam comercializar seus produtos na feira (Jamil).
- A prefeitura podendo ceder o espaço mais dias por semana pelo sucesso que a feira trás para cidade e para os feirantes. Acontecendo isso muitos feirantes não precisariam vender o excedente que produz a supermercados e mercearias da região por um valor abaixo do que eles comercializam na feira. Eles conseguiriam comercializar tudo que produzem por um valor mais alto somente ali na feira, seria um incentivo para melhorarem a comercialização direta de seus produtos (Nilza).

Conforme Scalco et al. (2012) e Cazane et al. (2014), a insatisfação do consumidor com os produtos coloniais em supermercados leva à busca destes nas feiras livres o que incentiva o comércio local, devendo ser esse tipo de atividade muito incentivado pelo poder público local. No entanto, Boechat e Santos (2010) apontam falhas na estruturação dos locais onde as feiras se instalam, incluindo a falta de higiene, como falta de banheiro público, espaço de alimentação, água potável para irrigação dos produtos, entre outros.

Lima e Câmara (2016), na linha de pensamento dos feirantes desta pesquisa, constataram que a estrutura dos supermercados e grandes centros de comercialização dos produtos agrícolas leva consumidores a deixar de lado a feira, “quebrando” o elo entre o consumidor e o agricultor familiar.

A última questão abordou as alternativas para sanar as dificuldades encontradas na comercialização por meio da feira, pelo que se constatou que a melhoria da estrutura é o principal ponto. A especialização do produtor também é citada:

- Melhorar a estrutura física para que a comercialização em dias chuvosos ou de muito frio/calor não diminuam (Julierme).
- Incentivar os produtores através especialização (técnicas adequadas) que ajudem a melhorar os produtos, estrutura adequada para a comercialização dos produtos (Gleice).
- Prefeitura ter uma acolhida melhor a esses produtores fazendo uma troca de favores: prefeitura disponibiliza recursos, estrutura e especialização e em troca os produtores oferecem seus produtos as escolas e creches da cidade (Armando).
- Melhorar a estrutura das bancas, dar um suporte para os produtores explorarem novas práticas e apoio, pois se sentem atirados como se estivessem atrapalhando (Miriane).
- Melhorar as estruturas que estão precárias, aumentar o número de bancas e os dias de feira poderiam ser 3 vezes por semana pelo fluxo que o local dispõe (Neiva).
- Apoio da prefeitura em fazer novas estruturas mais resistentes ao relento, aumentar os dias de feira para 3 facilitando a comercialização, aumentar o número de barracas para dar espaço a novos feirantes tudo isso pelo sucesso que é a feira de produtores de Bagé (Jamil).

Os dados da pesquisa apontam a estrutura física do local como dificuldades para a comercialização dos produtos coloniais na feira. Durante todo o trabalho de pesquisa,

constatou-se que as melhorias do espaço são as principais reivindicações dos feirantes. Apontam ainda as dificuldades encontradas em dias de chuva, quando a estrutura das barracas não é suficiente para abrigar os produtos, bem como o pouco espaço, tendo em vista o crescimento de produtores na feira.

Os dados apontam como pontos fortes a boa relação entre o consumidor e feirantes, o que é apontado pela literatura como uma característica desse tipo de comércio (BOECHAT; SANTOS, 2010; BUAINAIN; ROMEIRO, 2010; LIMA; CÂMARA, 2016).

Entre os pontos fracos, a concorrência com os supermercados e a estrutura física do espaço. Rambo et al. (2016) afirmam que a agricultura familiar mudou um pouco seu rumo, antes voltada quase que exclusivamente ao consumo doméstico, para se voltar à produção destinada ao mercado, cada vez mais importante para os agricultores, como fruto do crescimento e da expansão dos limites de produção. Tornou-se ainda importante na economia nacional, alavancando o comércio e a produção campesina (BUAINAIM, et al., 2013).

Neste contexto, as feiras livres, como a de Bagé, têm servido para o escoamento dessa produção excedente, se tornando um propulsor da produção agrícola familiar e importante mercado para o consumidor, tendo em vista a facilidade de escolhas, bem como o preço mais acessível.

## 5 CONCLUSÕES

Este trabalho que teve como meta identificar as dificuldades encontradas pelos produtores da agricultura familiar do município de Bagé/RS no que se refere à comercialização de sua produção, mostrou que a Feira Livre de Bagé é um dos canais mais importantes de que se utilizam esses produtores, consubstanciado pelo trato direto com o consumidor, facilitando a negociação e a relação interpessoal. Constatou-se que este é um dos pontos fortes do processo comercial ali estabelecido e que as dificuldades se referem à estrutura da feira, sendo citados principalmente o espaço e instalações adequadas para algumas atividades, como uma área de alimentação.

O trabalho mostrou que, pelo tempo que a maioria dos produtores tem de trabalho nesse ramo na feira livre, bem como na análise do que conseguiram neste tempo, esta se tornou um importante meio de escoamento da produção, bem como um aporte importante na economia do município, tendo em vista que incentiva a comercialização da produção local, gerando emprego e renda a um número expressivo de indivíduos, além de incentivar um setor econômico de grande expressão – a agricultura familiar.

Portanto, de acordo com o objetivo proposto para este estudo, constatou-se que os principais entraves na comercialização dos produtos coloniais oriundos da agricultura familiar, que na feira livre se caracterizam por hortifruti, doces, pães, cucas e salgados, entre outros, reside no espaço, na qualidade das instalações bem como na falta de incentivo do poder público municipal para aparelhar melhor as estruturas existentes.

No entanto, essa atividade se vê prejudicada por não possuírem cadastro como empresa, não serem formais, entre outros, incluindo as dificuldades econômicas decorrentes da crise econômica que o país vive e, dentro desse cenário, de manter a atividade agrícola dentro do modelo familiar, bem como a própria dificuldade de comercialização de produtos que esbarram na fiscalização da vigilância sanitária e na concorrência com produtos externos.

## REFERÊNCIAS

- AIRES, Cintia Helenice L.; SALAMONI, Giancarla. Agricultura familiar e as relações sociais de trabalho: um estudo sobre a pluriatividade na Vila Freire - Cerrito - RS. **Geografia Ensino & Pesquisa**, v. 17, n. 1, p. 41-54, jan./abr., 2013.
- ARCHER, Geoff P.; GARCIA SÁNCHEZ, Judit; VIGNALI, Gianpaolo et al. Latent consumer's attitude to farmer's markets in North West England. **British Food Journal**. London, v. 115, n. 8, p. 487-497, 2013.
- BAIARDI, Amilcar; ALENCAR, Cristina Maria M. Agricultura familiar, seu interesse acadêmico, sua lógica constitutiva e sua resiliência no Brasil. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, Piracicaba, Vol. 52, Supl. 1, p. S045-S062, 2014.
- BARDIN L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2011.
- BOECHAT, Patrícia T. V.; SANTOS, Jaqueline L. **Feira livre**. Dinâmica especial e relações identitárias. Salvador, UESB, 2010. Disponível em: <http://www.uesb.br/eventos/ebg/anais/2p.pdf>. Acesso em 23 jul., 2017.
- BRANDÃO, Carlos Rodrigues. Tempos e espaços nos mundos rurais do Brasil. **Revista Ruris**, Campinas, v. VIII, n. 1, p. 37-64, 2014.
- BRASIL. **Lei 11.326, de 24 de julho de 2006**. Estabelece as diretrizes para a formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais. Brasília: Diário Oficial da União, 25/07/2006.
- BUAINAIN, Antônio Márcio; ROMEIRO, Ademar R. **A agricultura familiar no Brasil: agricultura familiar e sistemas de produção**. Campinas: FAO/INCRA, 2010.
- BUAINAIN, Antônio Márcio; ROMEIRO, Ademar R.; GUANZIROU, Carlos. Agricultura familiar e o novo mundo rural. **Revista Sociologias**. Porto Alegre, a. 15, n. 10, p. 312-347, jul./dez., 2013.
- CAZANE, Ana Livia; MACHADO, João Guilherme C. F.; SAMPAIO, Fábio F. Análise das feiras livres como alternativa de distribuição de frutas, legumes e verduras (FLV). **Informe Gepec**. Toledo, v. 18, n. 1, p. 119-137, jan./jun., 2014.
- COELHO, Jackson D. **Feiras livres de Cascavel e de Ocara: caracterização, análise da renda e das formas de governanças dos feirantes**. Fortaleza, UFC, 2008. Dissertação (Mestrado Acadêmico em Economia Rural). Centro de Ciências Agrárias, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2008. Disponível em: <http://www.repositorio.ufc.br/handle/riufc/9105>. Acesso em 30 jun., 2017.
- COSTA, Jair P.; RIMKUS, Leah Marie; REYDON, Bastian P. **Agricultura familiar, tentativas e estratégias para assegurar um mercado e uma renda**. Campinas: Unicamp, 2010.
- FERREIRA, Luzia Amélia. **Estratégias de acesso a mercados para agricultura familiar**. Brasília: UNICAFES/Fundação Banco do Brasil, 2013.
- GERHARDT, Tatiana E.; SILVEIRA, Denise T. **Métodos de pesquisa** (Org). Porto Alegre: EdUFRGS, 2009.
- GIL, A.C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GODOY, Wilson I.; ANJOS, Flávio S. A importância das feiras livres ecológicas: um espaço de trocas e saberes da economia local. **Revista Brasileira de Agroecologia**. v. 2, n. 1, fev., p. 364-68, 2007.

IBGE. **Nova ferramenta digital do IBGE permite acompanhar o uso da terra em cada quilômetro do Brasil**. Agência IBGE – Notícias. 2017. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br.html>>. Acesso em 10 set., 2017.

LACKI, Polan. **O verdadeiro livro dos pobres rurais**. 2010. Disponível em: <<http://www.polanlacki.com.br/agrobr/cap3.html>>. Acesso em: 10 ago., 2017.

LIMA, Tiago C.; CÂMARA, Talita M. Importância cultural da feira livre para a população do município de Parnamirim/RN. In: CONGRESSO NORTE-NORDESTE DE PESQUISA E INOVAÇÃO, 11., Maceió, 2016. **Anais**. IFAL, Maceió, 2016.

MACEDO, Anelise. **Agricultura familiar e a difusa conceituação do termo**. Brasília: Embrapa Hortaliças, set., 2014. Disponível em: <https://www.embrapa.br>. Acesso em 10 jul., 2017.

MATTEI, Lauro. O papel e a importância da agricultura familiar no desenvolvimento rural brasileiro contemporâneo. **Revista de Economia NE**, Fortaleza, v. 45, p. 71-79, (suplemento especial), 2014.

MAZOYER, Marcel; ROUDART, Laurence. **História das agriculturas no mundo: do neolítico à crise contemporânea**. Brasília: NEAD, 2010.

MELGAREJO, Leonardo, O desenvolvimento, a reforma agrária e os assentamentos - espaços para a contribuição de todos. **Revista Agroecologia e Desenvolvimento Rural Sustentável**. Porto Alegre, v. 12, n. 4, p. 58-68, out./dez., 2011.

MINAYO, Maria C. S.; GUERRIERO, Iara C. Z. Reflexividade como étnos da pesquisa qualitativa. **Ciência & Saúde Coletiva**. Rio de Janeiro, v. 19, n. 4, p. 1103-1112, 2014.

NEVES, DelmaPessanha. Agricultura familiar: Quantos ancoradouros! In: FERNANDES, Bernardo Mançano; MARQUES, Marta Inez Medeiros; SUZUKI, Julio Cesar (orgs.). **Geografia agrária: teoria e poder**. São Paulo: Expressão Popular, 2007, p. 211-270.

PENA, Rodolfo F. Alves. Evolução da agricultura e suas técnicas. **Brasil Escola**. 2017. Disponível em <<http://brasilecola.uol.com.br/geografia/evolucao-agricultura-suas-tecnicas.htm>>. Acesso em 07 ago., 2017.

PEREIRA, K. S.; et al. Análise microbiológica de manga, cultivar palmer, congelada e minimamente processada. Qualidade de vegetais minimamente processados. **Revista Higiene Alimentar**. São Paulo, v. 28, n. 239, p. 47-50, abr., 2014.

PEROVANO, D. G. **Manual de metodologia científica**. São Paulo: Juruá, 2014.

PICOLOTTO, Everton L. As mãos que alimentam a nação: agricultura familiar, sindicalismo e política. Rio de Janeiro, UFRRJ, 2011. Tese (Doutorado em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade). Instituto de Ciências Humanas e Sociais, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, 2011.

RAMBO, José Roberto; TARSITANO, Maria Aparecida A.; LAFORGA, Gilmar. Agricultura familiar no Brasil, conceito em construção: trajetória de lutas, história pujante. **Revista de Ciências Agroambientais**. Alta Floresta, v. 14, n. 1, p. 86-96, 2016.

SANTOS, Carlos Eduardo S. **Agricultura familiar, marketing e inserção nos mercados: o sonho possível?** Lavras, UFLA, 1999. Dissertação (Mestrado em Agricultura). Universidade Federal de Lavras - UFLA, Lavras, 1999.

SARAIVA, Elisa B.; SILVA, Ana Paula F.; SOUZA, Anete A. et al. Panorama da compra de alimentos da agricultura familiar para o Programa Nacional de Alimentação Escolar. **Ciência & Saúde Coletiva**. Rio de Janeiro, v. 18, n. 4, p. 927-935, abr., 2013.

SAVOLDI, Andréia; CUNHA, Luiz Alexandre. Uma abordagem sobre a agricultura familiar, PRONAF e a modernização da agricultura no sudeste do Paraná na década de 1970. **Revista Geografar** Curitiba, v. 5, n. 1, p. 25-45, jan./jun., 2010. Disponível em: [www.ser.ufpr.br/geografar](http://www.ser.ufpr.br/geografar). Acesso em 10 ago., 2017.

SCALCO, Andréa R.; OLIVEIRA, Sandra C.; FONSECA, Amanda C. et al. Qualidade do serviço em feiras livres. **Geografia**. Londrina, v. 21, n. 2, p. 113-135, mai./ago., 2012.

SCHNEIDER, Sergio; NIEDERLE, Paulo A. Agricultura familiar e teoria social: a diversidade das formas familiares de produção na agricultura. In: FALEIRO, F. G.; FARIAS NETO, A. L. (Ed.). **Savanas: desafios e estratégias para o equilíbrio entre sociedade, agronegócio e recursos naturais**. Planaltina: Embrapa Cerrados, 2008. p. 989-1014.

SEPULCRI, Odílio; TRENTO, Edison J. **O mercado e a comercialização de produtos agrícolas**. Curitiba: Emater, 2010. (Emater - Informação Técnica, 082).

SILVA, Alexandre; LISBOA, Rodrigo S.; SOUZA, Renato S. et al. **O varejo de produtos coloniais na região central do Rio Grande do Sul**. Santa Maria, UFSM, 2008. Dissertação (Mestrado em Extensão Rural). Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2008. Disponível em: <<http://www.sober.org.br/palestra/9/53.pdf>>. Acesso em: 10 abr., 2017.

SILVA, José Ribeiro; JESUS, Paulo. Os desafios do novo rural e as perspectivas da agricultura familiar no Brasil. Satuba: Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Alagoas, 2010. Disponível em: <http://connepi.ifal.edu.br/ocs/index.php/connepi/CONNAPI2010>. Acesso em 17 fev., 2017.

SILVA, Soraya G. **Agricultura**. Brasil Escola, 2017. Disponível em: <http://monografias.brasilecola.uol.com.br/agricultura-pecuaria/agricultura.htm>. Acesso em 14 ago., 2017.

SIQUEIRA, HalloysioMiquel de. A comercialização representa um grande entrave ao desenvolvimento da agricultura familiar. **Revista Época online**. Rio de Janeiro, mar., 2015. Disponível em: <http://epoca.globo.com/vida/noticia/2015/03>. Acesso em 23 ago., 2017.

SOARES, Ivanilza F.; MELO, Alana C.; CHAVES, Alandel Carlos G. A agricultura familiar: uma alternativa para o desenvolvimento sustentável no município de Condado - PB. **Infotecnarido**. Mossoró, v. 3, n. 1, p. 56-63, jan./dez., 2009. Disponível em: <http://www.gvaa.com.br>. Acesso em 10 mar., 2017.

STOFFEL, Jaime Antônio; COLOGNESE, Silvio Antônio; SILVA, Roselaine Navarro B. A sustentabilidade na agricultura familiar e as formas de organização produtivas em contextos locais. **Tempo da Ciência**. Porto Alegre, v. 21, n. 42, p. 53-67, 2º sem., 2014.

TAVARES, Mauro C. **Gestão estratégica**. São Paulo: Atlas, 2008.

TSCHIEDEL, Mauro; FERREIRA, Mauro Fernando. Introdução à agricultura de precisão: conceitos e vantagens. **Ciência Rural**. Santa Maria, v. 42, n. 1, p. 159-163, 2012.

VAZ, Rosane Sittoni. **Incidência de parasitas patológicos em hortaliças comercializadas na Feira Livre de Bagé/RS: um estudo de caso**. Bagé, URCAMP, 2011. TCC (Faculdade de Farmácia). Centro de Ciências da Saúde, Universidade da Região da Campanha, 2011.

WANDERLEY, Maria de Nazareth B. Raízes históricas do campesinato brasileiro. In: TEDESCO, João Carlos (org.). **Agricultura familiar realidades e perspectivas**. 5 ed. Passo Fundo: EDIUPF, 2010. Cap. 1, p. 21-55.

WÜLFING, Astor F. **Mercados locais e não comoditários para produtos da agricultura familiar**: ensaiando uma análise no Rio Grande do Sul. Seropédica, UFRRJ, 2002. Monografia (Pós-Graduação em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade). Instituto de Ciências Humanas e Sociais, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, 2002.

## APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA

**FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS**  
**DEPARTAMENTO DE ECONOMIA E RELAÇÕES INTERNACIONAIS**  
**CURSO SUPERIOR DE BACHARELADO EM DESENVOLVIMENTO RURAL –**  
**PLAGEDER**  
**INSTRUMENTO DE PESQUISA E TERMO DE CONSENTIMENTO**

Este instrumento é componente de um trabalho de pesquisa intitulado “A comercialização de produtos agrícolas da agricultura familiar no município de Bagé/RS”, realizado por Aline Madruga Dias. As respostas às questões que o compõe ajudarão a identificar as dificuldades da agricultura familiar e da comercialização dos produtos oriundos desta, contribuindo para encontrar possíveis alternativas para o setor.

Fica esclarecido que dados pessoais não serão divulgados, preservando o sigilo das informações pessoais e que o respondente estará livre para desistir de sua participação, livre esclarecida, a qualquer momento.

### IDENTIFICAÇÃO:

Nome (Apenas o primeiro): ..... Idade: ..... anos  
Escolaridade: ( ) Fundamental Inc. ( ) Fundamental comp. ( ) Médio  
( ) Superior ( ) Especialização  
Local da propriedade: ( ) Sede do município ( ) Interior (distritos)  
Nº de pessoas que compõe a família: .....  
Extensão da propriedade explorada para produtos agrícolas/coloniais: ..... ha

### QUESTIONÁRIO:

1. Que tipo de produto sua família produz para comercialização no município?  
( ) Lácteos (leite, queijos, etc.) ( ) Doces artesanais ( ) Mel  
( ) hortifrutigranjeiros ( ) Embutidos e/ou outros
2. Quantas pessoas da família são envolvidas diretamente no trabalho dessa produção?  
( ) uma ( ) 2-3 ( ) 4-5 ( ) mais de cinco
3. Toda a produção é comercializada ou parte dela é utilizada para o sustento dos membros da família?  
( ) Toda comercializada ( ) Mais de 70% é comercializada  
( ) Menos de 50% é comercializada ( ) Apenas a mínima parte é comercializada
4. A comercialização produtos gerados com a agricultura familiar são comercializados de que forma:  
( ) diretamente com os consumidores em feiras livres  
( ) Em entrepostos da CEASA e/ou outros  
( ) Para distribuidores e/ou cooperativas  
( ) É entregue a mercados/supermercados (comércio local) que ficam encarregados da comercialização, devolvendo o que sobra.

5. Quais as vantagens da comercialização direta dos produtos da agricultura familiar ao consumidor pelo produtor, quando ela existe?

.....  
.....

65. Quais as maiores dificuldades encontradas para a colocação dos produtos no mercado consumidor local?

.....  
.....

7. Nas vendas diretas a consumidor, se elas existem, qual a maior dificuldade encontrada por você?

.....  
.....

8. Quais as possíveis alternativas apontadas por você para sanar as maiores dificuldades encontradas pela agricultura familiar no município?

.....  
.....

## APÊNDICE B – IMAGENS DA FEIRA LIVRE DE BAGÉ

