



Percepção dos feirantes de Picuí - Paraíba sobre produtos orgânicos e práticas agroecológicas

Perception of fairground Picuí- Paraíba on organic products and agroecological practices

SANTOS, Sebastiana Joelma de Azevedo¹; ARAÚJO, Maria Jocélia Silva de²; ARAÚJO, Jordânia³; PEREIRA, Frederico Campos⁴; ARRUDA, Jandeilson Alves⁵.

1 Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB) - Campus Picuí, joelmaifbpicui@gmail.com; 2 Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB) - Campus Picuí, jocelyaaraujo@gmail.com; 3 Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB) - Campus Picuí, jordania_1990@hotmail.com; 4 Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB) - Campus Picuí, fredcampos2000@yahoo.com.br; 5 Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB) - Campus Picuí, jandeilson_agro@hotmail.com

Estratégias de Desenvolvimento Socioeconômico:

Resumo

Este trabalho teve como objetivo principal avaliar a percepção dos feirantes do município de Picuí, Paraíba sob a perspectiva de seu conhecimento em produtos orgânicos e a origem dos produtos comercializados. A técnica de comercializar alimentos agroecológico apresenta uma importância relevante para a saúde humana e a sua produção está relacionado à sustentabilidade. O estudo firmou-se como uma pesquisa básica e de campo, com observação direta sobre fontes primárias. Foram realizadas entrevistas com 31 vendedores de frutas, folhosas e verduras, sendo as informações anotadas através de questionários simples, cada um contendo 16 questões abordando principais pontos como quantidade de comerciantes produtores e conhecimento sobre as práticas agroecológicas. Em resposta aos questionários uma pequena quantidade de feirantes ressaltou produzir seus produtos a serem comercializados. Os dados coletados foram analisados compondo médias em porcentagem para discussão da situação atual.

Palavras-chave: agroecologia; comercialização; feira livre; conhecimento; sustentabilidade.

Abstract:

This work aimed to evaluate the perception of the fairground in the city of Picuí, Paraíba from the perspective of their knowledge on organic products and the origin of products sold. The technique of agroecological food market has a great importance to human health and their production is related to sustainability. The study has established itself as a basic and field research, with direct observation on primary sources. Interviews were conducted with 31 vendors of fruits, leafy vegetables and, while the information recorded through simple questionnaires, each containing 16 questions addressing key points such as number of producers and traders knowledge of the agro-ecological practices. In response to the questionnaires a small amount of fairground stressed produce their products to be sold. The



collected data were analyzed composing average percentage for discussion of the current situation.

Keywords: agroecology; marketing; fair free; knowledge; sustainability.

Introdução

O aumento na exigência dos consumidores por alimentos de qualidade e sem produtos químicos, e a busca por uma agricultura ambientalmente sustentável alavancou o desenvolvimento da produção de alimentos orgânicos.

Salienta-se que, sendo a agroecologia uma ciência que envolve as práticas sustentáveis de ocupação e uso dos recursos naturais, a produção de alimentos orgânicos se insere nesta prática. A agricultura orgânica, por sua vez, em função da pequena escala de produção, enfrenta dificuldades na comercialização até mesmo nas feiras livre.

Uma alternativa para esse problema são as associações ou cooperativas agropecuárias, pois oferecem apoio logístico. Além disso, facilitam a comercialização por meio de feiras, fornecimento de produtos para alimentação escolar e outros tipos de contratos.

A agricultura familiar é considerada como a forma mais conveniente de ocupação social do espaço agrário, pois promove a equidade e a inclusão social em simultâneo a uma maior e mais diversificada oferta de alimentos à população, produzidos sob formas sustentáveis, com alimentos de qualidade e diversificados (MALUF, 2004).

A tecnologia utilizada neste tipo de produção geralmente se origina da própria família do produtor ou do agente de extensão rural. Os produtos deste segmento, em geral, são pouco competitivos devido à baixa escala de produção e à pouca atenção dispensada à apresentação dos produtos ao consumidor no que se referem às embalagens, rótulos e símbolos (VIEIRA, 2008). Os produtores enfrentam problemas com relação à comercialização, pois não faz análise de mercado, falta planejamento e têm pouca capacidade de adaptação às freqüentes mudanças. Portanto, o trabalho objetiva analisar a percepção dos feirantes sobre a origem dos produtos comercializados na feira livre do município de Picuí-Pb.

Metodologia

A área de estudo localiza-se no município de Picuí, Estado da Paraíba, na mesorregião da Borborema e microrregiões do Curimataú Ocidental e Seridó Oriental Paraibano, com uma população de 18.222 habitantes (IBGE, 2012) e caracterizado, como de clima semiárido, com verão seco (AESA 2011).



O trabalho foi conduzido no dia quatorze de abril de 2015 na feira livre do município de Picuí-Pb. No intuito de analisar a percepção dos feirantes sobre a origem dos produtos comercializados foram realizadas entrevistas com 31 feirantes, dos quais eram homens e mulheres, sendo as informações anotadas através de questionários simples, cada um contendo 16 (dezesesseis) questões direcionadas aos comerciantes de feira livre do município abordando principais pontos como quantidade de comerciantes produtores, forma de compra dos produtos comercializados e conhecimento dos produtos orgânicos. Os dados coletados foram analisados compondo médias em porcentagem para discussão da situação atual. Os momentos da pesquisa foram registrados com máquina fotográfica.

Resultados e discussões

No decorrer da entrevista observou-se que a maioria dos feirantes, do total de 74%, não produzem os produtos comercializados. E 26%, dos trinta e um entrevistados, disseram que produzem apenas no período chuvoso, dos quais a mão de obra utilizada é a familiar, porém os que dispõem de uma melhor condição financeira, contrata funcionários durante a produção (Gráfico 1).

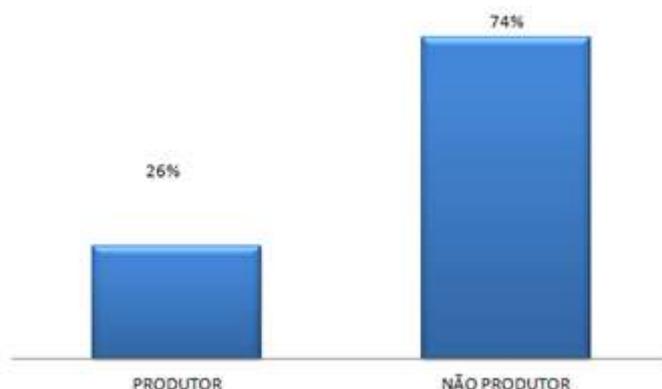


GRÁFICO 1- Percentagem de comerciantes produtores
Fonte: Dados gerados pela pesquisa de campo (2015)

Para Bittencourt e Bianchini (2006), o agricultor familiar é aquele que tem na agricultura sua principal fonte de renda e que a base da força de trabalho utilizada na produção seja realizada por membros da família ou, caso necessite, com a ajuda de terceiros desde que não ultrapasse 25% do total utilizado.

Quando questionados sobre as formas de adquirir os produtos comercializados, já que a maioria não produzem, 33% disseram comprar direto do produtor (Assú-RN) e os 67% compram do atravessador (Ceasa-PB), como podemos observar (Gráfico 2) abaixo.

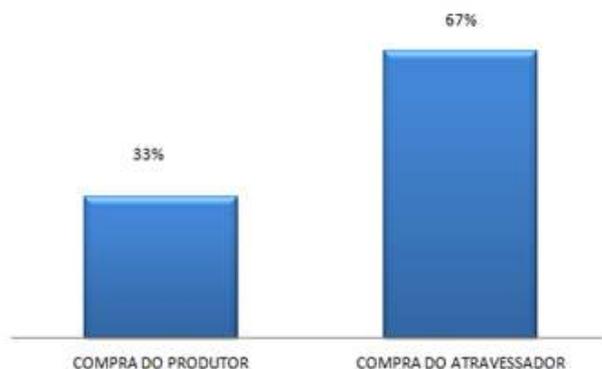


GRÁFICO 2- Formas de adquirir os produtos comercializados pelos feirantes
Fonte: Dados gerados pela pesquisa de campo (2015)

Os principais produtos comercializados por eles são – folhosas: couve, alface, coentro, cebolinha e repolho - frutas: manga, mamão, laranja, limão, banana, uva, maçã, abacaxi, melancia, melão, acerola, etc. – verduras: tomate, cenoura, batatinha, pepino, beterraba, cebola, pimentão, etc.

Segundo Silva, 2006, a feira é uma alternativa para facilitar a venda dos produtos dos pequenos agricultores, pois assim ele próprio vende seus produtos diretamente ao consumidor, o que aumenta o lucro do feirante por não haver interferência de intermediários.

Sobre o conhecimento dos produtos orgânicos e das práticas agroecológicas 54% não sabem a importância de se consumir um produto orgânico, para a saúde humana, e nem muito menos o que significa agroecologia. Alguns podem até praticar a agroecologia sem saber de seus prévios princípios. Os 46% restantes são conhecedores dos benefícios de se consumir um produto orgânico e das atividades agroecológicas, conforme gráfico 3.

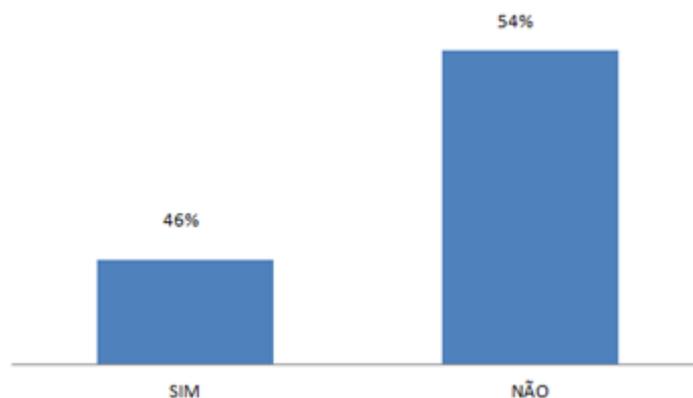


GRÁFICO 3- Conhecimento dos produtos orgânicos
Fonte: Dados gerados pela pesquisa de campo (2015)

Para Godoy e Anjos, 2007, as feiras se mostram como um eficiente canal de comercialização para os pequenos produtores. Elas desempenham papel fundamental na consolidação econômica e social da agricultura familiar, provocando



mudanças e reconversão no setor de pequenos e médios agricultores. Além disso, complementam os grandes varejos com base em atributos como oferta de produtos orgânicos, pequenas quantidades, produtos diferenciados, entre outros.

Conclusões

Nesta pesquisa, desenvolvida na feira livre do município de Picuí-Pb, conclui-se que os feirantes não sabem da origem dos produtos (frutas, verduras e folhosas) comercializados, adquirindo-os muitas vezes de atravessadores advindos do Ceasa Campina Grande-PB, bem como, muito deles, não tem conhecimento de produção orgânica e práticas agroecológicas não demonstrando preocupação com a saúde dos consumidores. Uma pequena quantidade de feirantes produzem seus produtos a serem comercializados, com maior frequência em períodos de precipitações pluviométricas. Portanto, sendo assim, necessária uma conscientização para comercialização de produtos orgânicos nesta feira livre.

Referências bibliográficas:

AESA. **Agência Executiva de Gestão das Águas do Estado da Paraíba**, 2011.

BITTENCOURT, G. A.; BIANCHINI, V. **Agricultura familiar na região sul do Brasil**, Consultoria UTF/036-FAO/INCRA, 2006.

GODOY, Wilson Itamar; ANJOS, Flávio Sacco dos. O perfil dos feirantes ecológicos de Pelotas-RS. **Revista Brasileira de Agroecologia**, v.2, n.1, fev. 2007, p. 1461-1464.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo 2012**.

MALUF, Renato S. Mercados agroalimentares e a agricultura familiar no Brasil: agregação de valor, cadeias integradas e circuitos regionais. **Ensaio FEE**, Porto Alegre, v. 25, n. 1, p. 299-322, abr. 2004.

SILVA, Nilcéia de Jesus Alves da. **A produção hortigranjeira no município de Maringá**. Dissertação de Mestrado. Mestrado em Geografia. Universidade Estadual de Maringá. Maringá, PR: 2006.

VIEIRA, Luiz Fernando. Agricultura e Agroindústria Familiar. **Revista de Política Agrícola**, Brasília, v. VII, n. 1, p.11-23, Jan./Mar. 2008.