

AS DIFICULDADES DE PRODUTORES RURAIS NA COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS AGROECOLÓGICOS NO MUNICÍPIO DE SUMÉ-PB

Khyson Gomes Abreu; Iracema de Azevedo Monte Paiva (1); Nubiana da Costa
Benedito (2); Carina Seixas Maia Dornelas (4)

*Universidade Federal de Campina Grande, Centro de Desenvolvimento Sustentável do Semiárido,
Campus Sumé-PB, khyson-cunha@hotmail.com*

RESUMO

A reprodução sócia econômica de produtores rurais se reflete na constatação que uma das dificuldades dos agricultores é forma de comercializar a produção. Com este trabalho, objetivou-se conhecer e analisar aspectos inerentes ao elo de dificuldades na comercialização de produtos agroecológicos oriundos da agricultura familiar no município de Sumé-PB, sob a ótica dos produtores. Por tanto, foi desenvolvido um questionário com perguntas referentes sobre as principais dificuldades enfrenta hoje na comercialização; como também, perguntas referentes no que falta para difundir a feira agroecológica e a comercialização dos seus produtos.

Palavras chaves: Produtores, agricultura familiar, comercialização.

INTRODUÇÃO

A agricultura de base agroecológica caracteriza-se pelo uso de técnicas ecológicas relacionadas à adubação, fertilização, técnicas sustentáveis, manejo do solo e da produção. Ou seja, levam-se em conta as características específicas de cada agroecossistema onde as atividades se desenvolvem. Entre os princípios da agricultura de base agroecológica, pode-se citar o aproveitamento dos resíduos orgânicos gerados na unidade produtiva, a eliminação do uso de agrotóxicos e, a minimização da dependência externa por meio da substituição de insumos artificiais por processos biológicos naturais. Sobressaem ainda, benefícios como a valorização do “saber fazer” tradicional do agricultor e do seu modo de vida.

De acordo com França et al. (2010), a agricultura familiar está localizada em um ambiente hostil, sendo posto características de competitividade, seleção e conseqüentemente exclusão do sistema capitalista. Porém a cooperação se faz importante no momento de superar as dificuldades, e para que de forma autônoma possa

conduzir a ação coletiva dos agricultores familiares na construção de identidades locais, fortalecendo assim a cultura além de preservar a diversidade regional.

As feiras agroecológicas, possuem grande importância sócio cultural e abastecem as cidades com alimentos livres de venenos, diversos e a preços justos. Proporcionam ao produtor rural visibilidade do seu produto e aumento de renda. É relevante destacar que as mesmas representam uma importante estratégia para escoar a produção de agricultoras e agricultores que produzem de forma agroecológica por absorver grande diversidade de tipos de alimentos in natura e beneficiados e por permitir uma remuneração justa pelo produto vendido, uma vez que são os próprios produtores comercializando diretamente ao consumidor final sem passar por atravessadores.

O sistema de produção orgânico no Brasil absorve basicamente dois tipos de produtores. De um lado, os agricultores familiares, representando 90% do total, sendo estes responsáveis por cerca de 70% da produção nacional, de outro, os agricultores empresariais que totalizam 10% dos produtores orgânicos (CAMARGO FILHO et al., 2004). Entre as principais vantagens da adoção do sistema orgânico por agricultores familiares, pode-se destacar: a menor escala de produção, a diversificação produtiva, o envolvimento direto da família na gestão da unidade e na produção dos alimentos, menor dependência de insumos externos, possibilidade na eliminação no uso de agrotóxicos e os menores custos com a produção (HESPANHOL, 2008).

O interesse em analisar a problemática da comercialização de produtos agroecológicos em Sumé-PB deve-se ao fato de que, o município está inserido nas redes de articulação e fomento à agroecologia por meio de organizações específicas, como cooperativas e associações de agricultores familiares. O município possui uma pequena feira agroecológica situada no mercado público da cidade, onde existem muitos adeptos aos produtos agroecológicos e muitas pessoas que não conhece a agroecologia e o valor de seu produto. É sede de organizações atuante na região do cariri paraibano, centralizando encontros e reuniões voltadas à agroecologia, com o intuito de articular os agentes localizados nos demais municípios da região.

Diante disso, o objetivo deste artigo é caracterizar e mostrar as dificuldades na comercialização dos produtos de base agroecológica no município de Sumé-PB. O interesse maior é dar ênfase às questões empíricas, as técnicas de produção,

evidenciando os principais meios, estratégias e dificuldades para a comercialização dos produtos.

METODOLOGIA

Esta pesquisa foi introduzida no Município de Sumé-PB onde foram entrevistados seis agricultores familiares de uma feira agroecológica que ocorre todas as segundas-feiras durante o dia. Ainda não se conhece o número total de produtores agroecológicos da região, sendo os participantes do estudo considerados referência no cultivo de produtos da agricultura familiar do Município. Foi utilizado um questionário semi-estruturado com questões abertas e fechadas, totalizando 10 questões.

As entrevistas ocorreram de forma individual no horário de comercialização dos produtores. As questões abordaram tópicos como: qual a maior dificuldade em vender seus produtos, rejeição por parte do consumidor, assistências técnicas, divulgação da feira e dos produtos, reclamações, dificuldade de locomoção do meio rural para as feiras, dificuldades na produção, visão geral da feira agroecológica. A análise dos dados foi feita por porcentagem simples além da descrição qualitativa dos dados.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Os agricultores estudados já cultivam de forma diversificada há alguns anos. Nas suas propriedades constaram que são produzidas sobre o manejo agroecológico, diferentes espécies de frutas, legumes, verduras, animais e outros. Nessas condições, foram citadas: acerola, banana, goiaba, limão, mamão, manga, pinha, siriguela, abóbora, milho, pimenta, alface, coentro, cebolinha, espinafre, vargem, rúcula, feijão guandu, leite, ovos, queijo, vaca, cabra, galinha, pato e porco. Essa grande variedade de espécies contribui para melhor equilíbrio do sistema e para a eliminação do uso de agrotóxicos e também reduzindo os riscos inerentes à dependência de uma única atividade.

Quando perguntado sobre a principal dificuldade de produzir alimentos de base agroecológica, para todos os produtores a preocupação maior é com a crise hídrica enfrentada nos últimos anos.

Para 70% dos agricultores participantes da pesquisa, a maior dificuldade em vender seus produtos está relacionada à falta de reconhecimento do seu trabalho. Por outro lado, os mesmos 70% dos produtores afirmaram que, as pessoas sempre questionam o tamanho do produto e acaba comprando os produtos convencionais sem saber a importância do produto.

agroecológico. E para 60% dos agricultores, afirmam que, a agroecologia por muitas das vezes não é bem vista nas feiras, porque os consumidores não sabem o que a agroecologia, diante em mão desvalorizando seus produtos. Contudo, maiores são os desafios nas pequenas localidades, de modo que a popularidade destes produtos não seja tão exercitada. Segundo Dantas et al. (2011), o crescimento do mercado de produtos orgânicos não acontece na mesma intensidade entre os grandes centros urbanos e os pequenos. No interior, a oferta de produtos orgânicos costuma ser menor e menos regular, o nível de conhecimento dos consumidores acerca de alimentos orgânicos também tem sido apontado como causas deste descompasso.

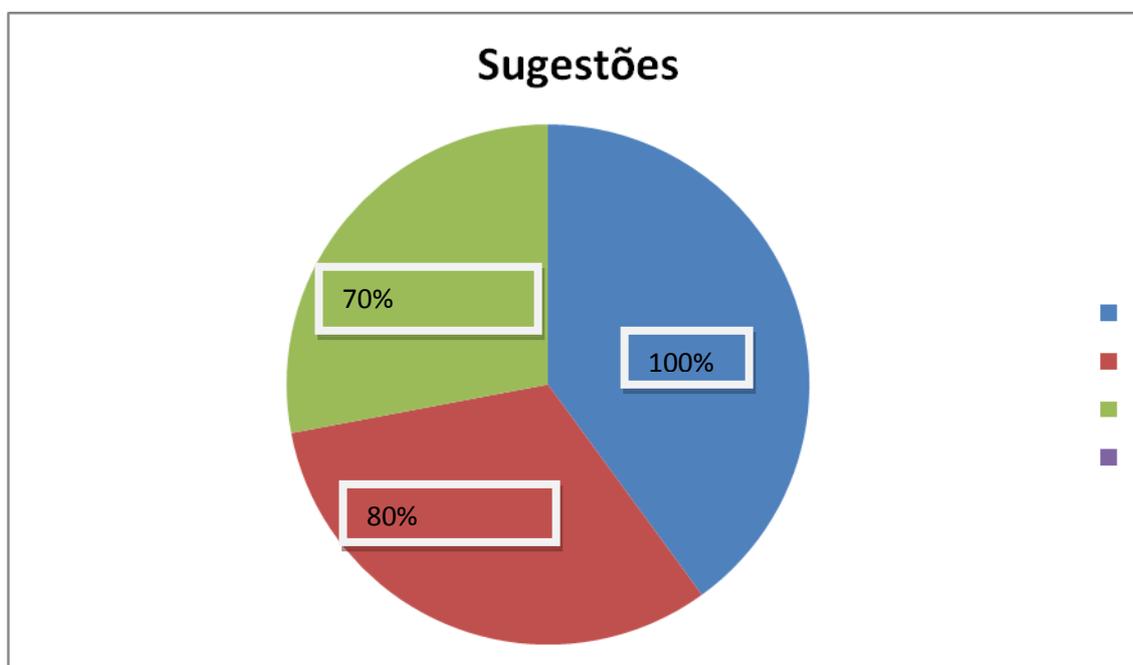
A comercialização de todos os seis produtores é feita em feiras (Figuras 1 e 2). A imagem da figura dos produtores demonstra que a comercialização não é um problema para os agricultores, mas há falta de conhecimento das praticas que se fazem necessárias pra conseguir vender bem a produção, pois com relação aos relatos da comercialização da produção, 70% dos produtores disseram estar insatisfeitos com o reconhecimento de seus produtos. Mas, enquanto 40% avaliam como satisfatório os resultados econômicos na comercialização. A satisfação com as formas de comercializar a produção é considerada por todos como positiva, mas relatam que poderiam melhorar suas vendas. O que pôde ser constatada em algumas falas dos produtores: “Eu consigo viver bem vendendo meus produtos, mas queria que as pessoas soubessem mais sobre a agroecologia e dessem mais valor”. “Na feira tenho contato diretamente com o público, consigo passar para os consumidores aquilo que eu acredito”.



FIGURA 1. Feira Agroecológica - local de comercialização dos produtos no município de Sumé-PB.

FIGURA 2. Produtos agroecológicos para comercialização.

Quando conversávamos e diante algumas perguntas sobre quais seriam os fatores que consideram como limitantes para o reconhecimento e venda de seus produtos 40% afirmaram que uma das dificuldades seria de locomoção do meio rural para as feiras, já que dependiam de terceiros. E outros 50% afirmam que as pessoas não procuram saber o que está comprando e falam que os consumidores compram por olhares e não por qualidade. Diferentes sugestões foram apontadas pelos agricultores a respeito do que deveria mudar para que houvesse maior expansão na venda e no reconhecimento dos produtos agroecológicos, como pode ser observado na figura 3.



- 100% afirmam que há falta de assistência técnica na produção e para eles dificultam muito a expansão para a produção e venda;
- 80% afirmam que a feira agroecológica precisa ser mais divulgada, em meios como: rádio, praças e universidade;
- 70% afirmam que era pra existir mais incentivo das autoridades, já que a feira trás benefícios para cidade.

CONCLUSÃO

Portando com esse trabalho, pôde-se concluir que a feira é uma das formas de subsistência e de luta dos agricultores, além de aproximar comunidade e consumidores em geral da realidade do agricultor agroecológico, permitido trocas de experiências e contato direto com o público consumidor desses produtos. Alguns dos agricultores encontram-se satisfeitos com as formas de comercialização, porém poucos satisfeitos com os resultados econômicos, pois avaliam que os produtos deveriam ser mais valorizados em função da grande mão-de-obra e o cuidado na produção de alimentos de base agroecológica, quando comparados aos convencionais. A ausência de assistência técnica apontada pelos produtores dificulta para uma melhor organização da produção, de venda, da distribuição e do consumo destes produtos.

REFERÊNCIAS

- CAMARGO FILHO, W. P. et al. Algumas considerações sobre a construção da cadeia de produtos orgânicos. Rev. Informações Econômicas. São Paulo/SP, v.34, n.2, p. 55- 68, 2004.
- HESPANHOL, R. Ap. de M. Agroecologia – limites e perspectivas. In. ALVES, A. F.; CORRIJO, B. R.; CANDIOTTO, L. Z. P. (Orgs.). Desenvolvimento territorial e agroecologia. São Paulo: Expressão Popular, 2008. p. 117- 136.
- FRANÇA, A. R. M.; SILVA, J. R.; NUNES, K. F. G. et. al. Economia solidária e desenvolvimento rural: a agricultura familiar e sua diversificação na Rede Xique-Xique (RN). In: Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural–SOBER Nordeste, 2010, Crato, CE. Anais... Crato: SOBER, 2010. p.1-15.
- DANTAS, S. R. et al. Avaliação do conhecimento e aceitabilidade dos produtos orgânicos oferecidos na feira agroecológica de Bananeiras, PB. Cadernos de Agroecologia, v. 6, n. 2, 2011