



Comercialização da agricultura familiar agroecológica na feira de São Lourenço do Sul/RS

Isabela Fredes de Freitas¹

Thielle Vieira Pinho²

Roberto Caldeira Lopes³

Liandra Peres Caldasso⁴

Eduardo Guatimosim⁵

Recebido em: 15-12-2023

Aceito em: 12-06-2024

Resumo

A agricultura familiar desempenha um papel importante na economia brasileira. Um dos principais desafios que as(os) agricultoras(es) enfrentam se relaciona ao escoamento e comercialização da produção. Diante disto, o objetivo do trabalho foi buscar entender e caracterizar a contribuição que a comercialização na feira municipal de São Lourenço do Sul tem sobre a receita mensal das famílias da agricultura familiar no município. Para isso, a equipe acompanhou uma família de agricultores familiares de base agroecológica durante 12 meses de comercialização na feira municipal. Durante este período, a família ofertou 159 tipos de produtos, e obteve uma receita de R\$ 33.179,20. Esse valor não considera os inúmeros gastos necessários para comercialização e manutenção da família. Este cenário reforça a importância de políticas públicas voltadas à agricultura familiar, e uma melhor qualidade de vida para aqueles que produzem alimentos prioritariamente para a população brasileira.

Palavras-chave: Diversidade produtiva. Autoconsumo. Solidariedade. Políticas públicas.

Commerce of the agroecological family farming at the street market of São Lourenço do Sul/RS

Abstract

Family farming plays an important role in the Brazilian economy. One of the main challenges that farmers face is related to the distribution and commercialization of the production. Accordingly, this work aimed to understand and characterize the contribution that the commercialization at the municipal street market of São Lourenço do Sul has on the monthly income of the family farmers of the municipality. In order to do that, the team accompanied a family of agroecological based family farmers during 12 months of commercialization at the municipal street market. During that time, the family has offered 159 types of products, receiving an income of R\$ 33.179,20. Although the amount seems high, it does not consider the countless expenses necessary to support the family. This scenario reinforces the importance of public policies focused on family farming, and a better quality of life to those who produce food primarily for the Brazilian population.

Keywords: Productive diversity. Self-consumption. Solidarity. Public policies.

¹ Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Agroecologia. Universidade Federal de Viçosa (UFV). E-mail: isabela.fredes@ufv.br <https://orcid.org/0000-0002-1861-0013>

² Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural. Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). E-mail: thielle.pinho@hotmail.com <https://orcid.org/0000-0001-7141-150X>

³ Mestrado em Contabilidade (FURG). E-mail: robertocaldeiralopes@gmail.com <https://orcid.org/0000-0003-1170-5893>

⁴ Doutorado em Políticas Públicas, Estratégias e Desenvolvimento (UFRJ). Professora da Universidade Federal do Rio Grande (FURG). E-mail: liandra.caldasso@gmail.com <https://orcid.org/0000-0002-6042-0985>

⁵ Doutorado em Agronomia (UFV). Professor da Universidade Federal do Rio Grande (FURG). Chefe da Divisão de Transição Agroecológica do Ministério do Desenvolvimento Agrário e Agricultura Familiar. <https://orcid.org/0000-0003-3302-3607> E-mail: e.guatimosim@furg.br

1 Introdução

A agricultura familiar desempenha um papel de vital importância na economia brasileira, representando 77% de todos os estabelecimentos agropecuários brasileiros, e com taxa de ocupação de 67% das pessoas que trabalham no setor (IBGE, 2017). Olhando para um contexto mais amplo, na América Latina e no Caribe, dados de Leporati *et al.* (2014) demonstram que a agricultura familiar compreende “cerca de 81% dos estabelecimentos agrícolas”, representa entre 27% e 67% de alimentos produzidos por país, “ocupa entre 12% e 67% da superfície agropecuária e gera entre 57% e 77% do emprego agrícola” (Leporati *et al.*, 2014, p. 34). Um dos principais desafios encontrados neste tipo de agricultura, se relaciona ao escoamento e comercialização da produção (Ueno *et al.*, 2016).

Apesar de reconhecerem sua importância, muitos dos agricultores e agricultoras familiares feirantes guardam pouco ou nenhum controle sobre o montante de vendas, não conseguindo, muitas vezes, analisar se o preço das mercadorias está adequado, nem mesmo saber a real contribuição que a comercialização nas feiras tem sobre a receita mensal. O objetivo geral do trabalho foi entender e caracterizar a contribuição que a comercialização na feira municipal de São Lourenço do Sul tem sobre a receita mensal das famílias da agricultura familiar agroecológica no município. Tem ainda como objetivo específico buscar entender, de forma subjetiva e teórico reflexiva, como funcionam algumas dinâmicas organizacionais na feira, propondo que as discussões do trabalho ultrapassem o objetivo quantitativo da pesquisa.

Este trabalho se divide em quatro seções, sendo inicialmente apresentada uma revisão de literatura (onde serão trazidos conceitos fundamentais para a pesquisa); seguido da metodologia, na qual serão abordadas questões referentes à caracterização do estudo, da unidade familiar e da feira, bem como estudos e análises, e posterior categorização dos tipos de produtos, como propostos por Freitas *et al.* (2022). Os resultados foram subdivididos em quatro tópicos, dentre os quais são abordados: a quantidade de produtos ofertados e comercializados; os produtos que não foram comercializados; a composição da receita da família; e a receita por categoria de produtos. Por fim, algumas conclusões acerca dos resultados são apresentadas.

2 Revisão teórica

A produção de alimentos, a segurança alimentar e o desenvolvimento econômico e social dependem e continuarão a depender significativamente da agricultura familiar. A agricultura

familiar, por sua vez, trata-se de uma modalidade de agricultura fundamental para gerar resiliência ambiental e fortalecer os modos de vida rurais, além de aumentar a segurança alimentar e nutricional das pessoas (FAO, 2014). Assim, essa importância dialoga não apenas com questões econômicas, mas também contribui de modo decisivo com a manutenção das famílias no meio rural (Schneider, 2016). Este modelo de agricultura em muitos casos é marginalizado pelos sistemas agroalimentares convencionais, e percebem nos espaços de comercialização (como nas feiras livres), caminhos para o escoamento de sua produção (Rover; Darolt, 2021).

As feiras livres representam, tanto uma importante estratégia de comercialização de produtos e alimentos da agricultura familiar, como também são consideradas um dos espaços mais antigos de comercialização da nossa civilização, em que as relações perpassam pelo cotidiano das pessoas, permitindo trocas e conexões de modo direto e democrático (Instituto Kairós *et al.*, 2011). As feiras são espaços educativos e de lazer, que permitem grande interação entre produtores e consumidores, permitindo maior autonomia para os agricultores (Boechat; Santos, 2011; Darolt *et al.*, 2016). Ademais, feiras livres são espaços de manifestação cultural, troca de saberes e de constante aprendizado (Araújo, 2012).

De acordo com Darolt *et al.* (2016), as feiras são os mecanismos de comercialização mais acessados pelos agricultores e agricultoras ecológicas no Brasil, sendo a principal forma de escoamento dos seus produtos no mercado local. As múltiplas interfaces culturais e sociais que as feiras abrigam, propicia o reencantamento das relações de consumo alimentar (Niederle; Almeida, 2013).

3 Aspectos metodológicos

3.1 Caracterização do estudo

A pesquisa foi realizada na feira livre municipal de São Lourenço do Sul em uma banca de feirantes de produção agrícola familiar de base agroecológica. Uma vez por semana, a equipe responsável pela tabulação dos dados iniciou suas atividades na feira no momento da organização dos produtos na banca (próximo às 05h50 da manhã) e permaneceu junto aos feirantes até o fim das atividades (próximo das 12h30).

Logo pela manhã, a equipe estimou a quantidade de todos os produtos dispostos para a comercialização. A estimativa foi feita a partir das quantidades informadas pelos agricultores. Não foi realizada pesagem dos produtos, haja vista que tal procedimento impossibilitaria a

dinamicidade necessária à atividade de comercialização. Ao longo do dia, foram anotados a quantidade total comercializada, o valor unitário e o valor total de cada venda. Ao final da feira, foram anotadas também as quantidades de todos os produtos não comercializados.

Ao final de cada semana seguinte à feira, a família recebeu um relatório com as informações obtidas através da anotação realizada na semana anterior. As informações foram organizadas em: “produto”, “unidade” (kg/maço ou molho/unidade)”, e quantidades que “veio para a feira”, “voltou para casa” e “comercializados”. Os relatórios também continham os valores estimados relativos à comercialização.

Para além das atividades relativas ao projeto, após o término de cada feira, a equipe sistematizou em um diário de campo – a partir de percepções próprias, feitas considerando a observação do espaço de trabalho, informações relativas à rotina da família, seus anseios, vontades, sonhos, decepções, alegrias, tristezas, bem como articulações entre famílias de feirantes, suas relações com o poder público municipal e com os consumidores da feira em geral.

3.2 Caracterização da unidade familiar

A trajetória da família já é consolidada na feira e no movimento agroecológico local. A família é composta por três pessoas, sendo um casal e seu filho, que possuem descendência pomerana⁶. A propriedade está localizada no 5º distrito de São Lourenço do Sul (Prado Novo) e fica a cerca de 50Km do local em que ocorre a feira. A família comercializa seus produtos na feira livre municipal há aproximadamente 8 anos. A propriedade possui cerca de 20 hectares, e uma produção altamente diversificada. Dentre os principais produtos, destacam-se: batata, beterraba, rúcula, salsão, tomate, temperos, plantas medicinais e uma ampla diversidade de panificados, que vão desde as receitas mais tradicionais, até aquelas em que são utilizadas plantas alimentícias não convencionais (PANC). Destaca-se também a intensa produção e comercialização das PANC *in natura*.

3.3 Caracterização da feira

A feira livre municipal de São Lourenço do Sul é um espaço de comercialização ocupado por feirantes e agricultores familiares. Ocorre semanalmente, em dois momentos: nas quartas-

⁶ Imigrantes oriundos da Pomerânia, localizada na região oriental da Alemanha, dominada pelo Império Prussiano, que atuaram no processo de colonização do sul do Rio Grande do Sul no final do século XIX (Weber; Bosenbecker, 2010).

feiras, onde participam ao todo 6 bancas; e aos sábados, pela manhã, onde participam ao todo em torno de 25 bancas, e ela se localiza na praça central Dedé Serpa.

As feirantes e os feirantes são em sua grande maioria agricultoras e agricultores familiares que produzem e comercializam uma ampla diversidade de produtos (desde hortaliças a alimentos processados - como pães e biscoitos). Além dos agricultores e agricultoras, há ainda bancas de agroindústrias (de sucos, schimiers, geleias, biscoitos, queijos e vinhos); bancas de horticultores (com uma ampla diversidade de flores, temperos, plantas ornamentais e medicinais); bancas de venda de carne e de pastel frito. Dentre esta diversidade de pessoas, há apenas um feirante negro (homem proprietário da banca de pastéis). Todas as demais pessoas possuem fenótipo branco e são descendentes de alemães e pomeranos. Dentre as bancas de agricultores familiares, quatro ofertam produtos de base ecológica – certificados via Organismo de Controle Social (OCS).

Entre as quatro bancas de base ecológica, duas ofertam produtos unicamente da sua unidade familiar, e duas ofertam produtos de um grupo e/ou de outros agricultores vizinhos para comercialização na feira. Todas e todos, agricultoras e agricultores, têm na produção agrícola familiar sua principal fonte de renda, e escoam seus produtos tanto na feira livre municipal, quanto no Grupo de Consumo Responsável (GCR) Jerivá (Freitas *et al.*, 2022). Por ser um espaço livre, a feira possui uma maior diversidade de consumidores e consumidoras de diferentes perfis sociais e econômicos, etnia e raça. Os feirantes da banca agroecológica que fizeram parte do trabalho comercializam seus produtos unicamente aos sábados, momento em que a comercialização é maior devido ao maior público e maior número de bancas.

3.4 Estudos e análises

As informações anotadas foram tabuladas em um banco de dados com as seguintes entradas: produto; categoria; unidade; preço unitário; quantidade inicial estimada; quantidade final anotada; quantidade comercializada estimada; valor total comercializado estimado; valor total comercializado anotado; e data da feira.

3.5 Categoria e tipos de produtos

A fim de agrupar as informações acerca dos produtos comercializados, os diferentes produtos analisados foram classificados em oito categorias, a saber: alimentos processados;

flores e chás; frutas; hortaliças folhosas; outras hortaliças; plantas alimentícias não convencionais (PANC); produtos de origem animal; e raízes, conforme Freitas *et al.* (2022). Entende-se como tipo de produto a variedade / diversidade de produtos ofertados pela família.

4 Resultados e discussão

Considerando o período de pesquisa realizada entre agosto de 2021 e julho de 2022 (12 meses), foram acompanhados 43 dias de atividade de um núcleo de agricultura familiar da feira livre municipal de São Lourenço do Sul. Ao todo foi possível observar que a família ofertou à comunidade lourenciana 150 diferentes tipos de produtos (Tabela 1).

Tabela 1 - Tipos de produtos comercializados na feira municipal de São Lourenço do Sul, em 12 meses

CATEGORIA	TIPOS DE PRODUTOS
PANC (beldroega, buva, capuchinha, flores comestíveis, picão-preto, etc.)	50
Outras hortaliças (abóbora, alho, alho poró, brócolis, feijão, tomate, vagem, etc.)	23
Hortaliças folhosas (alface, coentro, couve, espinafre, mostarda, repolho, salsaão, etc.)	22
Raízes (batata, batata-doce, cenoura, nabo, etc.)	19
Flores e chás (flores decorativas, plantas medicinais, etc.)	14
Alimentos processados (pães, bolos, cucas, bolachas, etc.)	10
Frutas (araçá, bergamota, limão, maracujá, morango, etc.)	8
Produtos de origem animal (manteiga, mel, ovos, etc.)	4
Total	150

Fonte: Dados da pesquisa (2021; 2022).

A diversificação da produção, observada na tabela 1, é uma estratégia comum da agricultura familiar, já que muitas famílias produzem prioritariamente para a subsistência, e só o excedente é então comercializado (IBGE, 2017). Como Grisa (2010) aponta, a produção para autoconsumo, que anteriormente era vista como “marginal” ou “insignificante” do ponto de vista econômico, passa a ser vista como uma estratégia utilizada pelas unidades familiares que visa garantir a autonomia sobre sua alimentação.

Esse movimento representa uma possibilidade de criação de uma nova forma de desenvolvimento totalmente diferenciada, baseada na promoção da diversidade e ampliação das oportunidades de produção e na redução da dependência externa e da vulnerabilidade, e no

aumento da qualidade de vida (Exterckoeter; Niederle, 2012). De acordo com os autores, isso ocorre principalmente devido a essa estratégia de reduzir a dependência dos agricultores a um único tipo de cultivo, sistema de produção ou fonte de renda.

4.1 Quantidade de produtos ofertados

No que se refere à quantidade total de produtos estimada, foram ofertados 3.102,71 Kg e 8.909 unidades de produtos aos consumidores e consumidoras da feira livre municipal de São Lourenço do Sul, ao longo de um ano. Destes, foram comercializados 2.498,88 Kg e 8.193 unidades de produtos (Tabela 2).

Tabela 2 - Quantidade total de produtos ofertados, comercializados e não comercializados na feira livre de São Lourenço do Sul, em 12 meses

Categoria	Ofertados		Comercializados		Não comercializados	
	Kg	unidades	Kg	unidades	Kg	unidades
Alimentos processados	20,07	3867	20,07	3588	-	279
Flores e chás	-	98	-	74	-	24
Frutas	331,32	181	233,34	147	97,98	34
Hortaliças folhosas	0	2534	-	2354	-	180
Outras hortaliças	1571,32	1186	1343,7	1133	227,62	53
PANC	-	293	-	237	-	56
Produtos de origem animal	24,45	224	22,45	211	2	13
Raízes	1155,55	526	879,32	449	276,23	77
Total	3.102,71	8.909	2.498,88	8.193	603,83	716

Fonte: Dados da pesquisa (2021; 2022).

Praticamente todas as categorias possuem alta procura pelos consumidores. Em relação à categoria de Alimentos processados, é possível observar que praticamente tudo que é ofertado, é então comercializado. Dentre os produtos desta categoria, vale destacar aqueles processados vendidos por unidade, como é o caso dos pães caseiros produzidos pela agricultora. Destaca-se que esse é um dos produtos mais requisitados por consumidores e consumidoras da banca.

No que se refere à alta diversidade de PANC ofertadas e comercializadas na banca da família, vale ressaltar que o consumo e a oferta destes alimentos têm aumentado no município (Valente *et al.*, 2020). Mais do que quaisquer outras hortaliças comercializadas na feira, as PANC representam a reconexão com os saberes ancestrais e a sazonalidade que se instaura nas feiras agroecológicas, uma vez que em sua grande maioria, tratam-se de plantas espontâneas, que

nascem e crescem em apenas determinadas épocas no ano. Ao longo da pesquisa, foi possível presenciar o relato de uma consumidora que constatou o início do inverno, a partir da oferta da PANC erva-de-pinto (*Stellaria media*) na feira.

Na categoria Frutas, foram ofertados os seguintes produtos: araçá amarelo, bergamota, caqui, goiaba, limão, maracujá, marmelo e morango. Ainda que tenha havido baixa procura dos consumidores por produtos desta categoria (cerca de 55% do total de quilos e 35% do total de unidades de produtos ofertados não foram comercializados), destaca-se que, para alguns produtos (entre eles bergamota, goiaba e morango), a comercialização foi alta (cerca de 89%, 83% e 93%, respectivamente). Acredita-se que o elevado número de produtos não comercializados se deva principalmente ao desconhecimento por parte dos consumidores acerca de algumas frutas, como o marmelo (cuja oferta foi de 108 Kg e apenas 48 Kg foram comercializados).

4.2 Produtos não comercializados

Todos os produtos que porventura não foram comercializados (603,83 Kg e 716 unidades de alimentos – Tabela 2) acabaram por retornar para a propriedade. Estes alimentos não foram perdidos (descartados), haja vista que muitos serviram para o autoconsumo, foram doados e/ou trocados, ou então retornaram ao agroecossistema na forma de alimentação animal ou fertilização do solo.

É interessante notar que, embora muitas frutas não tenham sido comercializadas (cerca 30% daquelas vendidas por peso e 18% daquelas vendidas em unidade), em diversas ocasiões a família, na maioria das vezes por incentivo da agricultora, fez a doação desses alimentos, cultivando relações de amizade e solidariedade com consumidores(as) e outros(as) feirantes. Várias experiências em diversos territórios do Brasil relatam sobre a importância do fortalecimento desses laços que ocorrem através da doação e da troca, principalmente pelas mulheres, como forma de estabelecer vínculos que ultrapassam a lógica da economia de mercado e da troca monetária, e que fortalecem a agroecologia no contexto do território (Rody; Telles, 2021).

Em diversas ocasiões foi permitido a consumidores, incluindo a equipe de trabalho, a aquisição de produtos da banca, mesmo quando estes não possuíam o dinheiro necessário no ato da compra. Marcel Mauss (1872 - 1950), sociólogo que discute as relações econômicas, destaca que, nas relações capitalistas neoliberais, o “ideal” é que não se tenham dívidas, ou seja,

a troca de um produto pelo valor que ele custa acontece de forma imediata, para que desta forma, não seja necessário o estabelecimento de um vínculo mais duradouro entre consumidor e fornecedor (Godbout, 1998).

Em contrapartida, em outros tipos de economia, Mauss nos propõe o conceito de dádiva, que diferentemente do estabelecimento de relações rápidas e fluídas, sugere que o valor dos produtos não pode ser maior do que o valor simbólico que as coisas representam (Mauss, 2003). Ou seja, quando a família agricultora permite que algumas pessoas possam pagar por produtos em momento outro que não o da aquisição, mesmo que a comercialização seja sua principal fonte de renda, se torna possível a criação de laços que extrapolam as relações monetárias de troca – permitindo o estabelecimento de relações de confiança entre as partes.

Na economia neoliberal baseada em mercados, não é raro de se observar que relações não monetárias sejam subnotificadas (Weitzmann *et al.*, 2021). Práticas dessa natureza “fazem parte de uma tradição milenar, na base de processos de sociabilidade [...] que incidem sobre a promoção de uma rede de abastecimento local” (Weitzmann *et al.*, 2021, pp. 122-123). São iniciativas como essa que reforçam a importância do protagonismo das mulheres agricultoras para a soberania e segurança alimentar, haja vista que tal articulação “garante o autoconsumo e se constitui como uma das estratégias de enfrentamento à insegurança alimentar e nutricional” (Weitzmann *et al.*, 2021, p. 123).

4.3 Composição da receita da família

No que se refere à composição da receita, três fontes foram avaliadas, a saber: a venda direta na feira livre municipal, o projeto social desenvolvido em parceria com a Fundação Luterana de Diaconia (FLD), o qual propicia o acesso de famílias em vulnerabilidade social aos alimentos produzidos pela família de agricultores (pagamento pecuniário), e a comercialização de produtos no GCR Jerivá. Ao longo de 12 meses, a família obteve uma receita de R\$ 33.179,20 assim distribuídos: R\$ 27.492,50 advindos da venda direta na feira; R\$ 4.644,50 advindos do projeto social com a FLD; e R\$ 1.042,20 do GCR Jerivá.

É importante ressaltar que o montante se refere apenas à receita. Sob este valor ainda incidirão gastos de combustível; insumos externos; contas de luz e internet; taxas de fiscalização e alvará relativas à comercialização na feira; matéria prima para produção dos pães; alimentação (café/almoço) nos dias de feira; depreciação de implementos e máquinas; consertos e reparos domésticos e de cultivos; alimentação de animais; além do cuidado da saúde das três pessoas

que cultivam e vivenciam o agroecossistema, e de sua remuneração. Isto posto, percebe-se que o valor é consideravelmente baixo – cerca de R\$ 921,64 de receita por pessoa / mês – valor menor que um salário-mínimo na época do estudo⁷.

É ainda possível perceber que, apesar do grupo de consumo responsável ser uma importante estratégia de comercialização, que valoriza as pessoas e seu saber/fazer agroecológico, o GCR Jerivá contribuiu muito pouco financeiramente com a família, representando 3,14% do total da receita. Vale ressaltar que, ao longo do período estudado, o GCR Jerivá passou por diversas dificuldades de organização e participação.

O Grupo, que em 2019 e 2020 possuía mais de 20 consumidores, passou a menos de sete em 2021 e 2022, o que resultou em baixa atividade e, por sua vez, pouca contribuição financeira junto aos agricultores e agricultoras familiares. Ainda assim, as agricultoras e agricultores demonstraram satisfação em fazer parte do grupo, seja por conta da divulgação de seus produtos, ou ainda pela valorização das pessoas que produzem os alimentos (Pinho *et al.*, 2022).

Além das questões financeiras e dos gastos operacionais, o local em que ocorre a feira em si também possui diversos problemas. As feirantes e os feirantes não possuem acesso à luz elétrica e à água de qualidade no local. Não há banheiros adequados, e a rua de acesso à feira não é totalmente fechada, permitindo a passagem de veículos, o que gera insegurança para feirantes e consumidores. A relação das e dos feirantes com o poder público também possui diversos desafios que se opõem a uma relação de poder horizontal. Estes e estas enfrentam diversas dificuldades em relação à comercialização de diversos produtos, em especial os produtos de origem animal (ovos, leite, queijo e manteiga), devido a exigências do poder público e da vigilância sanitária.

Tais atos normativos, embora necessários para a garantia da qualidade e atendimento à saúde da população, na maior parte das vezes, não distingue os condicionantes entre escalas industriais de produção e aquelas relativas à produção familiar - inviabilizando iniciativas de pequeno porte. Ademais, a comunicação entre a Secretaria de Desenvolvimento Rural e os agricultores, por exemplo, não é fluída e, em muitos casos, gera desentendimentos e insegurança por parte dos feirantes. Soma-se a isso, a crescente dificuldade de agricultores e agricultoras familiares (em especial aqueles agroecológicos ou em transição agroecológica) de acessarem assistência técnica especializada, sobretudo frente aos recorrentes cortes no financiamento de políticas públicas de assistência técnica de extensão rural (Walendorff, 2019; Hollas, 2020).

⁷ R\$ 1.212,00 em 2022 (Rodrigues, 2023).

4.4 Receita por categoria

A fim de evitar ao máximo não interferir na dinâmica de comercialização da família, não foi possível anotar precisamente todos os produtos comercializados. Esse procedimento gerou uma diferença entre a receita estimada (R\$38.059,17) e a receita anotada (R\$27.492,50). Como não foi possível identificar, por categoria, a contribuição para esta diferença, optou-se por aplicar o fator 0,72 (27.492,50/38.059,17) de forma linear ao valor estimado de cada uma das categorias. Assim, chegou-se aos valores apresentados na tabela 3.

Tabela 3 - Receita corrigida, obtida a partir da comercialização dos produtos da agricultura familiar na feira livre de São Lourenço do Sul

Categoria	Receita (R\$)	Porcentagem (%)
Outras hortaliças	9.334,21	33,95
Alimentos processados	8.737,09	31,78
Raízes	3.489,34	12,69
Hortaliça folhosa	3.475,83	12,64
Produtos de origem animal	1.221,94	4,44
Frutas	864,37	3,14
PANC	307,74	1,12
Flores e chás	61,98	0,23
Total	27.492,50	100,00

Fonte: Dados da pesquisa (2021; 2022).

Conforme pode ser observado na tabela 3, no que se refere à receita obtida a partir da comercialização na feira municipal, é possível observar que mais da metade da receita (65,8%), provém da venda de: outras hortaliças (33,95%) e de alimentos processados (31,78%). O restante provém da comercialização de raízes (12,64%), hortaliças folhosas (12,64%), produtos de origem animal (4,44%), frutas (3,14%), PANC (1,12%) e flores e chás (0,23%).

Na tabela 3, ainda é interessante observar que as PANC, apesar de possuírem a maior variedade de tipos de produtos, são 50 tipos diferentes, conforme a tabela 1, correspondem a somente 1,12% da receita. Isso se dá, na maior parte das vezes, devido ao baixo valor agregado desses produtos – os quais são em sua grande maioria, plantas espontâneas e flores de hortaliças convencionais.

Entre os alimentos processados, comercializados pela agricultura familiar na feira livre de São Lourenço do Sul (Tabela 4, abaixo), os pães correspondem a quase 84% da receita da categoria (R\$ 7.329,47), seguido das bolachas com 11,3% da receita da categoria (R\$ 986,08) e outros produtos com menor expressão como bolos e vegetais minimamente processados.

Tabela 4 - Receita estimada corrigida, obtida a partir da comercialização de alimentos processados

Produto	Receita (R\$)	Porcentagem (%)
Pães	7.329,47	83,9
Bolacha de mel	986,08	11,3
Hortaliças minimamente processadas	208,43	2,4
Amendoim torrado	125,70	1,4
Bolos	87,41	1,0
Total	8.737,09	100,00

Fonte: Dados da pesquisa (2021;2022).

Já na categoria outras hortaliças (Tabela 5), a venda de tomates (R\$ 3.672,54) representa cerca de 40% da receita total, seguido da venda do feijão preto, com 13,24% ou R\$ 1.235,89. Estes produtos têm tanta importância na receita da família, que somente a comercialização de tomates agroecológicos (R\$ 3.672,54) e de dos pães artesanais (R\$ 7.329,47), representa, respectivamente, 13,35% e 26,65% do total da receita obtida pela comercialização de produtos na feira (R\$ 27.492,50). Isso significa que 40% de toda a receita da família, relativo à comercialização na feira, advém destes dois produtos.

Tabela 5 - Receita estimada corrigida, obtida a partir da comercialização de produtos da categoria outras hortaliças na feira municipal de São Lourenço do Sul

Produto	Receita (R\$)	Porcentagem (%)
Tomate	3.672,54	39,34
Feijão preto	1.235,89	13,24
Vagem	1.091,64	11,70
Alho	561,76	6,02
Pimentão	547,65	5,87
Brócolis	501,86	5,38
Couve-flor	417,81	4,48
Alho poró	381,07	4,08
Abóbora	300,35	3,22
Milho - espiga	261,51	2,80
Ervilha	178,68	1,91
Pepino	140,11	1,50
Cebola	43,34	0,46
Total	9.334,21	100,00

Fonte: Dados da pesquisa (2021; 2022).

Apesar da pequena contribuição monetária das plantas PANC na receita da família, são elas que frequentemente atraem consumidores e consumidoras para a banca, seja pela beleza dos produtos, seja pela curiosidade no preparo e no consumo. Assim, ainda que de baixa expressão financeira, as PANC possuem papel central na comercialização dos outros produtos da

família. Resultados semelhantes foram encontrados em Freitas *et al.* (2022), que estudaram a importância do GCR Jerivá no escoamento da produção da agricultura familiar local.

5 Considerações finais

A partir do presente estudo, é possível perceber que a feira livre de São Lourenço do Sul tem significativa importância na receita mensal da agricultura familiar do município, contribuindo com 82,86% (R\$ 27.492,50) do total da receita obtida com a comercialização da produção, considerando a família estudada. Em contrapartida o consumo responsável (percebido através do GCR Jerivá), ainda que bastante promissor, não tem impacto financeiro significativo (3,14% da receita). Apesar de limitado, é interessante observar que é com as consumidoras e os consumidores responsáveis do GCR que a família mantém mais contato, troca informações e tem aprendizados coletivos.

No que se refere à receita, vale destacar a importância da comercialização de pães artesanais e do cultivo e comercialização de tomates pela família, que representam (em conjunto) cerca de 40% de toda receita obtida ao longo de um ano. A pesquisa não objetivou investigar o custo de produção dos itens, dessa forma não é possível fazer qualquer assertiva acerca da renda obtida pela família.

Contudo, é interessante salientar que o valor da receita mensal por pessoa é baixo e, portanto, alternativas de produção e/ou agregação de valor aos produtos já existentes (como, p. ex., pestos ou patês junto aos pães, processamento do tomate para confecção de molho ou extrato de tomate, entre outros) poderia ser uma fonte de receita complementar - atrelada e potencializada pela produção atual. Soma-se, a necessidade incentivos e políticas públicas específicas para a agricultura familiar.

Em que pese que as PANC sejam responsáveis por 50 dos 150 tipos de produtos comercializados pela família, e mesmo elas não sendo responsáveis por parcela significativa da receita, tais plantas têm papel fundamental na atração dos consumidores. A oferta de PANC, mais do que de outras espécies de plantas comercializadas na feira, dialogam com os princípios agroecológicos de diversidade produtiva, pois representam um resgate do saber ancestral dos alimentos, o respeito a sazonalidade da natureza, e a manutenção de um tipo de cultivo de baixo custo - que pode ampliar a diversidade alimentar da população.

Em relação às questões relacionadas à infraestrutura da feira e à articulação com o poder público, entende-se que muito poderia ser discutido, resolvido e/ou amenizado, caso os feirantes

se organizassem enquanto um coletivo ou uma associação, para discutir questões de organização da feira, além de delimitar deveres e direitos.

São nas feiras, lidando diretamente com as agricultoras e agricultores, que presenciamos as dificuldades da agroecologia no cotidiano. Semear, esperar crescer, adubar, regar, colher, levar para a feira, vender, voltar para casa, cuidar dos animais, descansar por uns instantes, para recomeçar tudo de novo. Enxergar a agroecologia apenas a partir de um ponto de vista romantizado e bucólico do campo é trazer à tona apenas parte da equação. São diversos os percalços que as pessoas que constroem a agroecologia de fato, no campo da prática e da produção de alimentos, enfrentam. É importante discutir e tomar conhecimento de como esses processos se dão a fim de fortalecer o processo como um todo.

Os circuitos curtos de comercialização, entre eles, as feiras, promovem a reprodução e cultivos de espécies de importância cultural para as comunidades rurais, como no caso dos agricultores desta pesquisa, uma vez que não visam a padronização dos alimentos produzidos. (Rover; Darolt, 2021). Tal diversidade de produtos podem promover ainda mais as práticas de transição agroecológica e promoção da agroecologia, fortalecendo assim, a prática do bem viver “respeitando os modos de vida das populações tradicionais, fortalecendo a cultura alimentar regional e promovendo a valorização da sociobiodiversidade” (Darolt *et al.*, 2016). O acesso dos agricultores a mais de um canal de comercialização baseado em circuitos curtos, como é o caso da família de agricultores que fazem parte deste trabalho, é de extrema importância para o fortalecimento da agricultura familiar.

De maneira geral, foi possível observar que, sem qualquer alteração na matriz produtiva, seria possível atender um número ainda maior de consumidores, haja vista as quantidades de alimentos não comercializados, a saber: 603,83 Kg e 716 unidades de alimentos (Tabela 2). Este cenário reforça a importância de políticas públicas voltadas para a agricultura familiar, a fim de propiciar a fixação do jovem no campo, permitindo melhor remuneração e qualidade de vida de agricultores e agricultoras familiares que seguem trabalhando diariamente para alimentar a população brasileira.

Uma alternativa a essa realidade das feiras, seria o escoamento da produção através das compras institucionais. Ao analisar a repercussão das compras via programas institucionais na região da Serra dos Tapes (na qual São Lourenço do Sul está inserida), Salamoni *et al.* (2018) concluiu que esse tipo de comercialização é um caminho para promoção do desenvolvimento rural no território. Os mercados institucionais podem trazer novos desafios (como os longos prazos de pagamento ou o planejamento de produção mais específico para a realidade das

escolas, no caso do PNAE), porém, reforçam outras estratégias de venda de produtos da agricultura familiar baseadas em circuitos curtos de comercialização, “fortalecendo as redes de organizações sociais e potencializando o diálogo entre os atores envolvidos com a agroecologia” (Darolt *et al.*, 2016, p. 11).

Vale destacar, por fim, a importância das feiras e dos circuitos curtos de comercialização como espaços de reprodução social e estratégias de fortalecimento da agricultura familiar de base ecológica. São nestes espaços que as relações entre consumidoras e consumidores e agricultoras e agricultores ultrapassam as relações econômicas monetárias e capitalistas, e atingem a esfera social - estabelecendo laços de confiança entre quem planta e quem consome.

Agradecimentos: Universidade Federal do Rio Grande (FURG) e Incubadora de Empreendimentos de Economia Solidária (INEESOL) pela bolsa que oportunizou este estudo. Grupo de Consumo Responsável Jerivá pela disponibilização dos dados. Agricultores familiares de São Lourenço do Sul (RS). PPG em Agroecologia da UFV e CAPES, pela bolsa de estudos.

Referências

ARAÚJO, G. Aspectos sociais do cotidiano das feiras livres: um estudo etnográfico em território português e em solo brasileiro. **Maringá Management: Revista de Ciências empresariais**, v. 9, n.2, p. 49-64, 2012.

BOECHAT, P. T.; SANTOS, J. L. Feira Livre: Dinâmicas espaciais e relações identitárias. 2011. Dissertação (Mestrado em Cultura, Memória e Desenvolvimento Regional) – Universidade Estadual da Bahia, Bahia, 2011.

BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de atenção à Saúde. Departamento de Atenção Básica. **Guia alimentar para a população brasileira**. Ministério da Saúde, Secretaria de atenção à Saúde, Departamento de Atenção Básica. Brasília: Ministério da Saúde, 2014. Disponível em: < https://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/guia_alimentar_populacao_brasileira_2ed.pdf> . Acesso em 15 de abril de 2023.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DOS TRABALHADORES E TRABALHADORAS NA AGRICULTURA FAMILIAR DO BRASIL (CONTRAF). **A importância da agricultura familiar, enquanto produtora de alimentos e o reconhecimento formal da categoria no mundo do trabalho**. Escrito por: Amélia Maria Motta da Hora. Janeiro de 2020. Disponível em: < <https://contrafbrasil.org.br/noticias/a-importancia-da-agricultura-familiar-enquanto-produtora-de-alimentos-e-o-reconh-a302/>>. Acesso em 15 de abril de 2023.

DAROLT, M. R. *et al.* Redes alimentares alternativas e novas relações de produção – consumo na França e no Brasil. **Ambiente & Sociedade**. São Paulo v. XIX, n. 2 n p. 1-22 abr.-jun. 2016.

EXTERCKOTER, R. K.; NIEDERLE, S. L. A importância da diversificação produtiva para a reprodução social da agricultura familiar: o oeste catarinense. **XXI Encontro Nacional de Geografia Agrária**. Universidade Federal de Uberlândia – MG. Out, 2012.

- FAO. Agricultura familiar en América Latina y el Caribe: recomendaciones de política. Santiago, Chile, 2014
- FREITAS, I. F. de *et al.* Comércio Justo e Solidário na Prática: a experiência do Grupo de Consumo Responsável Jerivá. **Revista Brasileira de Agroecologia**. v. 17 n. 2. Jul. 2022.
- GLIESSMAN, S. R. *et al.* Agroecología: promoviendo una transición hacia la sostenibilidad. **Ecosistemas**, v. 16, n. 1, p. 13-23, 2007.
- GODBOUT, J. T. Introdução à dádiva. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**. Vol.13, n.38, 1998.
- GRISA, C.; GAZOLLA, M.; SCHNEIDER, S. A “produção invisível” na agricultura familiar: autoconsumo, segurança alimentar e políticas públicas de desenvolvimento rural. **Agroalimentaria**. v.16 n.31. Mérida, jul. 2010.
- GRISA, C. *et al.* Capacidades estatais para o desenvolvimento rural no Brasil: análise das políticas públicas para a agricultura familiar. **Sociedade e Cultura**. Goiânia, v. 20, n. 1, p. 13-38, jan./jun. 2017.
- HOLLAS, V. G. Projetos de ATER são um dos caminhos para uma agricultura saudável e sustentável. In: **Brasil de fato**. Publicado em: outubro de 2020. Disponível em: < <https://www.brasilefators.com.br/2020/10/30/projetos-de-ater-sao-um-dos-caminhos-para-uma-agricultura-saudavel-e-sustentavel> >. Acesso em 30 de abril de 2023.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA–IBGE. **Censo Agropecuário 2017**. Rio de Janeiro: IBGE, 2017. Disponível em: < <https://bit.ly/2wzsoU0>>. Acesso em:09 jul. 2022.
- INSTITUTO KAIRÓS; BADUE, A. F. B.; GOMES, F. F. F. **Parceria entre consumidores e produtores na organização de feiras**. São Paulo: Instituto Kairós, 2011.
- LEPORATI, M. *et al.* La agricultura familiar en cifras. In: FAO. **Agricultura familiar en América Latina y el Caribe: recomendaciones de política**. Santiago, Chile, 2014.
- MAUSS, M. **Sociologia e antropologia**. Tradução: Paulo Neves. Cosac Naify, 2003.
- NIEDERLE, P. A.; ALMEIDA, L. A nova arquitetura dos mercados para produtos orgânicos: o debate da convencionalização. In: NIEDERLE, P. A.; ALMEIDA, L.; VEZZANI, F. M. **Agroecologia: práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura**. Curitiba: Kairós, p. 23-68, 2013.
- PINHO, T. V. *et al.* Valorização, incentivo e reconhecimento: um olhar sobre a percepção de fornecedoras e fornecedores do Grupo de Consumo Responsável Jerivá em São Lourenço do Sul (RS). **Revista das ITCPs**, v. 2, n.1, 2022.
- RODRIGUES, A. Salário mínimo de R\$ 1320,00 começa a valer hoje. **Agência Brasil**. Disponível em: < <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2022-12/salario-minimo-de-r-1320-comeca-valer-#:~:text=O%20novo%20valor%20do%20sal%C3%A1rio,era%20R%24%201.212%2C00.> >. Acesso em 09 de julho de 2023.
- RODY, T.; TELLES, L. (org). **Caderneta Agroecológica: o saber e o fazer das mulheres do campo, das florestas e das águas**. Viçosa, MG – Editora Asa Pequena, 2021.
- ROVER, O. J.; DAROLT, M. R. Circuitos curtos de comercialização como inovação social que valoriza a agricultura familiar agroecológica. In: **Circuitos curtos de comercialização e inovação social** (livro eletrônico). Org: Moacir Roberto Darolt, Oscar José Rover. Florianópolis, 2021.
- SALAMONI, G.; SODRÉ, M. T.; WASSMANSDORF, L. F. As repercussões dos programas institucionais de aquisição de alimentos sobre os sistemas agrários da Serra dos Tapes/RS. In:

Third International Conference Agriculture and Food in a urbanizing Society. UFRGS, Porto Alegre, setembro de 2018.

UENO, V. A. *et al.* Estratégias de comercialização da Agricultura Familiar: estudos de caso em assentamentos rurais no estado de São Paulo. In: SIMPÓSIO UNIARA-NUPEDOR, 7., 2016, Araraquara. **Anais...Araraquara:** UNIARA, 2016. p. 1–14.

VALENTE, C. O. *et al.* Popularizando as plantas alimentícias não convencionais (PANC) no Sul do Brasil. **Cadernos de Agroecologia** ISSN 2236-7934 - Anais do XI Congresso Brasileiro de Agroecologia, São Cristóvão, Sergipe - v. 15, n. 2, 2020.

WALENDORFF, R. Governo corta 57% do orçamento para assistência técnica e extensão rural. In: **Canal Rural**. Publicado em: outubro de 2019. Disponível em: < <https://www.canalrural.com.br/programas/informacao/rural-noticias/corte-orcamento-assistencia-tecnica/> >. Acesso em 30 de abril de 2023.

WEBER, R., BOSENBECKER, P. Disputas pela memória em São Lourenço do Sul: uma visão histórica de representações étnicas. **Cadernos do CEOM**. v.32, p. 347-369. 2010

WEITZMAN, R.; SCHOTTZ, V.; PACHECO, M. E. L. Mulheres construindo a agroecologia: caminhos para a soberania e segurança alimentar e nutricional. In: **Caderneta Agroecológica: o saber e o fazer das mulheres do campo, das florestas e das águas.** Thalita Rody, Liliam Telles (Org.). Viçosa, MG – Editora Asa Pequena, 2021.