

O potencial multifuncional das propriedades rurais familiares através da produção / comercialização de alimentos: o caso da Feira Corujão em Rio Claro/SP/Brasil.

Darlene Aparecida De Oliveira Ferreira y Wilyan Rodrigo Luciano.

Cita:

Darlene Aparecida De Oliveira Ferreira y Wilyan Rodrigo Luciano (2017). *O potencial multifuncional das propriedades rurais familiares através da produção / comercialização de alimentos: o caso da Feira Corujão em Rio Claro/SP/Brasil. XXXI Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. Asociación Latinoamericana de Sociología, Montevideo.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-018/4132>



**XXXI CONGRESO ALAS
URUGUAY 2017**

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

**O POTENCIAL MULTIFUNCIONAL DAS PROPRIEDADES RURAIS FAMILIARES
ATRAVÉS DA PRODUÇÃO / COMERCIALIZAÇÃO DE ALIMENTOS: O CASO DA
FEIRA CORUJÃO EM RIO CLARO/SP/BRASIL.**

Darlene Aparecida de Oliveira Ferreira

darlene-ferreira@uol.com.br

UNESP/Rio Claro-Departamento de Geografia-Instituto de Geociências e Ciências Exatas
Brasil

Wilyan Rodrigo Luciano

wilyanrodrigo@yahoo.com.br

UNESP/Rio Claro-Instituto de Geociências e Ciências Exatas/ IC-PIBIC/CNPq
Brasil



XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

RESUMEN

A comercialização dos produtos agroalimentares, efetuada por venda direta do produtor ao consumidor, é o foco deste trabalho. O desenvolvimento da pesquisa tornou-se relevante por levar à identificação e entendimento das estratégias definidas no contexto de uma área no interior do estado de São Paulo-BR para manutenção de pequenas propriedades rurais, trabalhadas com mão de obra familiar e que se encontravam desarticuladas, social e economicamente. A área tem características urbano-industriais nítidas que, ao longo do tempo, fizeram do campo um espaço desarticulado e dominado pela monocultura da cana de açúcar e pecuária. Nosso objetivo foi caracterizar os produtores rurais/feirantes (12) e os consumidores/frequentadores (152) da feira do produtor da agricultura familiar, também conhecida como Feira Corujão em Rio Claro-SP-BR como forma alternativa de comercialização de produtos agrícolas, atentando para o potencial multifuncional de espaços urbanizados. Para tanto, se efetuou a pesquisa em duas fases, cada uma dedicada a um grupo específico: produtores rurais/feirantes e consumidores/frequentadores. O levantamento de informações foi realizado, primeiramente, segundo técnicas de observação simples e registro em caderno de campo com visitas esporádicas à Feira. Em seguida, ocorreu elaboração, teste e aplicação de formulários junto aos produtores rurais/feirantes e consumidores/frequentadores. Para completar, foram realizadas entrevistas semiestruturadas com representantes dos órgãos públicos. As questões foram estruturadas e ordenadas conforme a necessidade da pesquisa e, de acordo com o tipo de informação desejada, abordando os seguintes elementos: propriedades agrícolas (tamanho, atividade principal, nível de renda e investimentos, equipamentos existentes nas propriedades que permitam uma diversificação das atividades); produtores familiares, procurando identificar o potencial econômico, cultural, empresarial e educacional do grupo; consumidores/frequentadores (faixa etária, naturalidade, ramo de atividade profissional, bairro de origem). Assim, buscamos caracterizar e avaliar o impacto da feira Corujão no município de Rio Claro/SP/BR, identificando sua importância socioeconômica e cultural e o papel dos agentes envolvidos no contexto formativo desse lugar. Os produtores são pequenos proprietários, que trabalham com a família e dedicados à produção de hortifrutigranjeiros. Os consumidores/frequentadores são jovens, escolarizados, e buscam na feira qualidade e preço, e têm confiança nos produtores por serem do município. O modelo dominante de concentração da produção agroalimentar vem sendo criticado, e novas propostas de aproximação produtor/consumidor têm sido praticadas. Uma característica da cadeia de abastecimento curta é sua capacidade de ressocialização e reespecialização dos alimentos. Essa nova forma é marcada pela possibilidade de o consumidor avaliar os alimentos com base em seu conhecimento, experiência, ou a aparência percebida. Mais do que confiar no alimento consumido, os laços de confiança estabelecidos entre produtor e consumidor são muito mais que trocas mercantis, conforme comprovado na pesquisa.

Palavras clave

Produtos agroalimentares; Trocas Mercantis; Circuitos Curtos



XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina
La sociología en tiempos de cambio

ABSTRACT

The commercialization of agri-food products, carried out by direct sale from the producer to the consumer, is the focus of this work. The development of the research became relevant because it led to the identification and understanding of the strategies defined in the context of an area in the interior of the state of São Paulo to maintain small rural properties, worked with family labor and that were disarticulated, socially and economically. The area has clear urban-industrial characteristics that, over time, have made the countryside a disjointed space dominated by the monoculture of sugar cane and livestock. Our objective was to characterize the farmers / farmers (12) and the consumers / regulators (152) of the family farmer's fair, also known as Fair Owl in Rio Claro-SP-BR as an alternative way of marketing agricultural products, to the multifunctional potential of urbanized spaces. To do so, the research was carried out in two phases, each dedicated to a specific group: farmers / farmers and consumers / goers. The information gathering was carried out, firstly, using simple observation techniques and recording in a field notebook with sporadic visits to the Fair. Next, there was the elaboration, test and application of forms with the farmers / farmers and consumers / goers. In addition, semi-structured interviews were conducted with representatives of public agencies. The questions were structured and ordered according to the research need and, according to the type of information desired, addressing the following elements: agricultural properties (size, main activity, level of income and investments, equipment existing in properties that allow diversification of activities); familiar producers, seeking to identify the economic, cultural, business and educational potential of the group; consumers / customers (age group, naturalness, branch of professional activity, neighborhood of origin). Thus, we sought to characterize and evaluate the impact of the Corujão fair in the city of Rio Claro / SP / BR, identifying its socioeconomic and cultural importance and the role of the agents involved in the formative context of this place. The producers are small owners, who work with the family and are dedicated to the production of fruit and vegetables. Consumers / goers are young, educated, and seek quality and price in the fair, and have confidence in the producers because they are from the municipality. The dominant model of agri-food production concentration has been criticized, and new proposals of producer / consumer approximation have been practiced. A feature of the short supply chain is its resocialization and re-spatialization of food. This new form is marked by the possibility of the consumer evaluating foods based on their knowledge, experience, or perceived appearance. More than relying on consumed food, the bonds of trust established between producer and consumer are much more than mercantile exchanges, as evidenced in the research.

Keywords

Agri-Food Products; Mercantile Exchanges; Short Circuits.



**XXXI CONGRESO ALAS
URUGUAY 2017**
3 - 8 Diciembre / Montevideo
Las encrucijadas abiertas de América Latina
La sociología en tiempos de cambio

I. Introdução

O reconhecimento do potencial multifuncional das propriedades rurais familiares é o primeiro passo para planejar e realizar o desenvolvimento municipal, quer pela ação individual ou comunitária, quer como objeto de políticas públicas. É com este objetivo que propomos o desenvolvimento do presente projeto¹, tendo, como escala de análise, estudo de caso a ser realizado no município de Rio Claro/SP.

O objetivo da gestão de um determinado espaço está relacionado com as estratégias de desenvolvimento do mesmo, e, para tanto, a agricultura familiar exprime organizações espaciais que definem parâmetros para esse desenvolvimento, com sua inserção no mercado através de formas convencionais e alternativas. Nosso objetivo foi avaliar a importância da feira do produtor da agricultura familiar, também conhecida como Feira Corujão, para os produtores rurais/feirantes e para os consumidores/frequentadores da mesma.

O desenvolvimento da pesquisa tornou-se relevante por levar à identificação e entendimento das estratégias definidas no contexto municipal de Rio Claro-SP para manutenção de pequenas propriedades, trabalhadas com mão de obra familiar e que se encontravam desarticuladas, social e economicamente. O município de Rio Claro tem características urbano-industriais nítidas que, ao longo do tempo, fizeram da área rural um espaço desarticulado e dominado pela monocultura da cana-de-açúcar.

Através da formação de uma associação, e depois da transformação da mesma em cooperativa, as ações dos gestores públicos locais levaram à inserção desses produtores familiares cooperados ao mercado, seja ele institucional (PAA e PNAE) ou de venda direta aos consumidores. Assim contextualizado, nosso objetivo foi avaliar a Feira Corujão sob a ótica dos produtores rurais/feirantes e dos consumidores/frequentadores.

¹ O presente texto é parte do projeto intitulado Multifuncionalidade na Organização do Espaço pela Agricultura Familiar: abordagens comparativas sobre a paisagem rural nos estados de MG, RS e SP; financiado pelo CNPq/Processo: 476587/2013-1-Chamada: Universal 14/2013 - Faixa B - até R\$ 60.000,00 e Bolsa de IC-PIBIC/CNPq.



XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

Para tanto, se efetuou a pesquisa em duas fases, cada uma dedicada a um grupo específico: produtores rurais/feirantes e consumidores/frequentadores. O levantamento de informações foi realizado, primeiramente, segundo técnicas de observação simples e registro em caderno de campo com visitas esporádicas à Feira. Em seguida, ocorreu elaboração, teste e aplicação de formulários junto aos produtores rurais/feirantes e consumidores/frequentadores. Para completar, foram realizadas entrevistas semiestruturadas com representantes dos órgãos públicos.

As questões foram estruturadas e ordenadas conforme a necessidade da pesquisa e, de acordo com o tipo de informação desejada, abordando os seguintes elementos: *propriedades agrícolas* (tamanho, atividade principal, nível de renda e investimentos, equipamentos existentes nas propriedades que permitam uma diversificação das atividades); *produtores familiares*, procurando identificar o potencial econômico, cultural, empresarial e educacional do grupo; *consumidores/frequentadores* (faixa etária, naturalidade, ramo de atividade profissional, bairro de origem). As informações levantadas foram tabuladas e compiladas em tabelas e gráficos e são parcialmente apresentadas neste texto.

II. Marco Teórico

Como já abordado por muitos autores, os avanços nos meios de transporte e de comunicação e a melhoria da qualidade de vida das populações provocaram mudanças fundamentais em relação ao comércio local. A materialização do processo de globalização, instituindo uma economia global, permitiu o acesso a produtos agrícolas antes inacessíveis. A sazonalidade que relacionava produto, local e tempo deixou de ser realidade, estando à venda, hoje, qualquer tipo de fruta e legume, seja qual a época do ano ou o local onde nos encontramos.

Essa realidade é abordada sob o prisma dos Movimentos Alimentares que, no contexto global, podem ser evidenciados em quatro correntes, conforme Giménez e Shattuck (2011). Para os autores o Estado, empresas, organizações filantrópicas e instituições globais têm produzido um conjunto de instituições, programas e campanhas vinculadas às agriculturas alternativas e movimentos alimentares, por exemplo *Buy Fresh, Buy Local* (EUA) ou *Local Food Program* (União Europeia).



**XXXI CONGRESO ALAS
URUGUAY 2017**

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

As quatro correntes identificadas por Giménez e Shattuck (2011) são:

- neoliberal: corrente hegemônica, vinculada ao liberalismo econômico e de mercado, conduzida pelas corporações agroalimentares e gerida por instituições como o USDA, UE, OMC e o FMI, ela estabelece a empresa alimentar;
- reformista: pressupõe reproduzir o sistema, mitigando os efeitos negativos através de reformas suaves com base em redes sociais de apoio, mercados de nicho, iniciativas de responsabilidade social;
- progressista: estabelece a construção de alternativas com base na agroecologia e agricultura biológica e em redes comunitárias de consumidores e produtores;
- e, por último, a radical que visa promover reformas estruturais nos mercados e regimes de propriedade com base no conceito de soberania alimentar.

A consequência principal desse processo foi a distância que se estabeleceu entre o mercado e os produtores locais. As limitações de competitividade e afirmação ao nível de preços de mercado levaram muitas famílias produtoras ao abandono da atividade rural e, conseqüentemente, das terras agrícolas.

Adicionada a esses aspectos, ainda há uma desvalorização da atividade agrícola em relação àquelas atividades desenvolvidas em espaços urbanos como a indústria, o comércio e a prestação de serviços, consideradas essenciais para a geração de trabalho e renda. Muitos pequenos produtores têm uma história familiar vinculada à agricultura e produção, sem conseguir ou desejar se desvencilhar delas.

Diante de um novo cenário no qual os consumidores urbanos passaram a procurar bens e serviços rurais, buscando produtos locais de qualidade, espaços de lazer e recreio e atividades turísticas, estabeleceu-se a oportunidade para se encontrar dinâmicas e oportunidades de negócio que impulsionam a interação entre o rural e o urbano.

The development of 'alternative food chains,' or networks has attracted much attention in recent years, with a new food politics beginning to fill gaps left by conventional government regulation and with the growing public concern over the provenance and manipulation of foods. From a rural development point of view, this new resurgence of interest in 'more natural' or 'more local' [...] types of food comes at a critical time for the land-based production sector (MARSDEN; BANKS; BRISTOW, 2000, p. 424).



XXXI CONGRESO ALAS
URUGUAY 2017

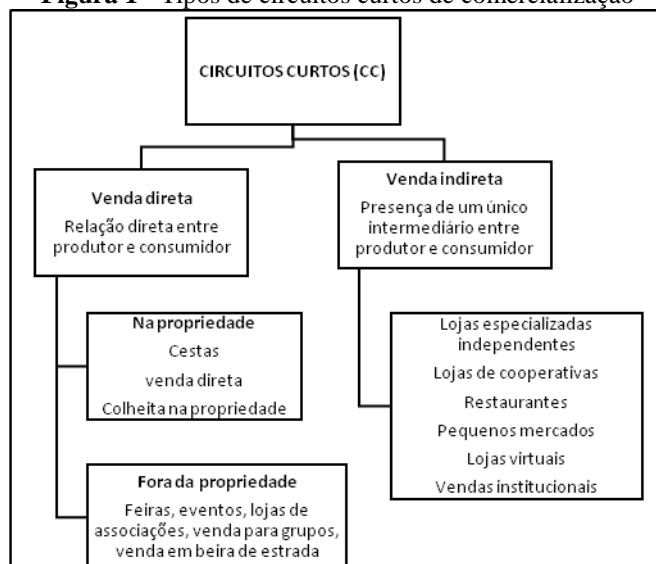
3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

A comercialização dos produtos agroalimentares, efetuada por venda direta do produtor ao consumidor, é uma dessas dinâmicas que associa uma proximidade geográfica e relacional entre produtores e consumidores. “As iniciativas bem sucedidas em CC acontecem, normalmente, em locais onde se verifica a formação de uma rede com estreita parceria entre o poder público, entidades não governamentais, organizações de agricultores e consumidores” (DAROLT; LAMINE; BRANDEMBURG , 2013, p. 12). Tal processo perpassa o conceito de circuito curto agroalimentar (Figura 1).

Figura 1 - Tipos de circuitos curtos de comercialização



Fonte: Adaptado de: DAROLT; LAMINE; BRANDEMBURG (2013, p. 9)

No contexto da lógica progressista (GIMÉNEZ; SHATTUCK, 2011) a comercialização de produtos agroalimentares é distinta, porque tem bens comercializáveis cuja origem é local e identificada por produtor. O produtor/feirante intervém diretamente na produção e, frequentemente, também na transformação e comercialização dos produtos. Ao consumidor são apresentadas informações sobre a origem do produto, o seu modo de produção e as respectivas qualidades específicas. Todos esses aspectos desencadeiam um fluxo de comunicação entre produtores e consumidores, permitindo criar confiança mútua e diferenciar os produtos locais dos restantes.



**XXXI CONGRESO ALAS
URUGUAY 2017**

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

Trata-se de formas de comercialização por proximidade, que não são novos. Entretanto, assumiram novas e diversas dimensões que conjugam múltiplas motivações por parte de consumidores e produtores.

A possibilidade de comprar produtos locais diretamente ao produtor é, para muitos consumidores, a forma mais satisfatória de garantir a qualidade, rastreabilidade e autenticidade aos produtos e uma maneira de apoiar a economia local. As preocupações pelas questões ambientais têm levado, igualmente, a um interesse crescente por métodos alternativos de comercialização dos alimentos. Os produtores, que não possam ou não pretendam aceder às exigências estabelecidas pelas cadeias de distribuição, optam por comercializar os seus produtos através de circuitos curtos. A aposta não é apenas escoar e remunerar melhor os produtos ou valorizar a qualidade e a singularidade de alguns deles, mas, frequentemente, conseguir obter o reconhecimento social da sua atividade (REDE RURAL, 2013, s/p.).

Ao olhar para os produtores rurais o que se constata é uma série de benefícios tais como: o escoamento regular dos bens produzidos, o aumento do rendimento dos produtores, o pagamento imediato e justo dos produtos, desencadeando, ainda, a possibilidade de diversificação das atividades da exploração. Na ótica dos consumidores é uma relação benéfica, porque oferece o consumo de produtos diversos, frescos e com qualidade garantida pelo contato direto com os produtores.

Nessas circunstâncias, as feiras locais, como a aqui estudada, ou as feiras regionais que são realizadas sazonalmente em regiões como o Centro-Oeste e o Nordeste brasileiros podem associar e, em muitos casos constituem, o principal meio de escoamento de produtos agrícolas alimentares. São eventos organizados por organismos municipais articulados às associações de produtores ou outras, realizando-se com periodicidade regular, numa determinada época do ano ou em datas fixas, como a Feira do Corujão que acontece duas vezes na semana em uma cidade do interior paulista brasileiro.

É importante destacar que esses eventos trazem significativos retornos aos produtores, mas, também, para os territórios.



XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

Para além de permitirem escoar grande parte dos produtos produzidos na região, aumentar o volume de vendas e os rendimentos dos produtores, atraem visitantes e turistas, o que tem promovido o desenvolvimento de outras atividades ligadas ao artesanato, à gastronomia, ao turismo e à promoção da cultura e identidade das regiões (BANDEIRAS; ALVAREZ, 2007, s/p).

Apresentamos, aqui, aspectos gerais sobre uma iniciativa de circuito curto instituída no município de Rio Claro, denominada Feira da Agricultura Familiar – Feira Corujão.

III. Metodologia

Para realização do presente estudo foi efetuada pesquisa bibliográfica com leitura e análise de monografias, dissertações, teses, textos entre outras fontes acadêmicas, necessário para o conhecimento e construção dos aspectos geográficos, sociais, políticos, econômicos e ambientais sobre a temática multifuncionalidade, feiras livres, circuitos curtos.

O estudo da área pesquisa foi possível através da realização de visitas no local onde ocorre a feira do produtor rural, procurando conhecer a realidade dos agricultores, bem como sua relação com os consumidores tendo por objetivo a coletar informações para a elaboração e aplicação dos questionários, permitindo a divulgação das mesmas, além de registros fotográficos da Feira do Produtor Rural.

Uma pesquisa direta foi desenvolvida a partir da elaboração, teste e aplicação de formulários contendo questões objetivas e dissertativas junto aos produtores rurais (12) e consumidores (183) que participam da feira, com a finalidade de levantar, sistematizar e mensurar os registros e informações através da construção de um banco de dados, permitindo a divulgação das mesmas, tendo como parâmetro as características ecológicas, demográficas e culturais de suas propriedades e famílias, caracterizando seus elementos internos (tríade produtor/propriedade/produção). Também realizou-se entrevistas semiestruturadas com representantes dos órgãos públicos e entidades representativas, tendo por objetivo um levantamento do histórico do processo de formação da feira, visando mostrar a importância da participação do poder público para a sua formação, consolidação e desenvolvimento.

IV. Análisis y discusión de datos



**XXXI CONGRESO ALAS
URUGUAY 2017**

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

A feira da agricultura familiar, também conhecida como *Feira Corujão*, foi criada no dia 12 de dezembro de 2012, em ação conjunta da Secretaria Municipal de Agricultura, Abastecimento e Silvicultura com a Associação dos Produtores Familiares de Rio Claro, que se tornou cooperativa em 2014, tendo como objetivo valorizar o produtor e incentivar a produção agrícola local. As edições da feira acontecem em dois dias da semana, às terças e sextas-feiras, das 18h00 às 21h00, na Central de Agronegócio, oferecendo variedade de produtos, como frutas, verduras, legumes, cachaça artesanal, embutidos, pães, doces, lanches, tortas e, ainda, peças de artesanato confeccionadas pelos empreendedores do Programa de Economia Solidária (Figura 2).

A feira conta, atualmente, com 40 feirantes entre produtores rurais, artesãos e vendedores de alimentos preparados, recebendo entre 1000 e 1500 pessoas a cada edição. A organização da feira, em sua origem, tinha como objetivo ser exclusivamente um local para comercialização de produtos agrícolas de origem familiar, entretanto, ela se transformou em um local de grande circulação de pessoas o que atraiu a atenção de produtores e vendedores de outros bens e, hoje, a agricultura familiar tem representação minoritária.

Através do levantamento de campo realizado, pudemos identificar doze pessoas como produtores rurais/feirantes, dos quais onze são os proprietários e um é arrendatário, sete são do sexo masculino e cinco são do sexo feminino e os onze residentes nas propriedades. Encontramos sete proprietários cujo acesso à propriedade se deu através da compra, outros quatro por herança, havendo, como dissemos um arrendatário.

No tocante ao tempo o qual a propriedade pertence à família, varia entre dez anos e mais de cem anos (tabela 1), havendo propriedades ainda do período do café, que foram herdadas e mantidas por longo período com produção. O tamanho delas reflete a escolha pela produção de alimentos, em especial os hortifrutí, já que, das onze propriedades, nove tem menos de dez hectares, uma mais de vinte e outra mais de trinta hectares.

Figura 2 – Localização e organização interna da Feira

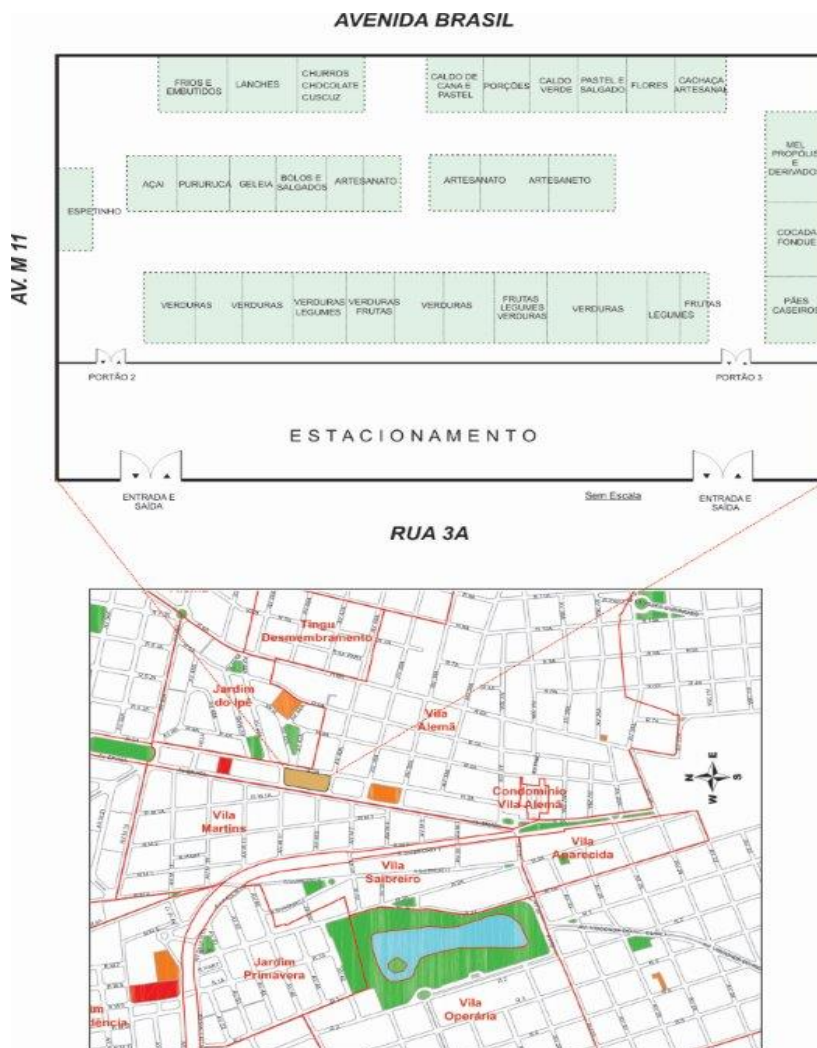


XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio



Fonte: Trabalho de campo, 2015.

Tabela 1 - Tempo em que à propriedade pertence à família (em anos)

Tempo em que a propriedade pertence à família (em anos)	Número de propriedades
1 - 10	3
11- 20	3
21 - 40	1
41 - 60	2
61- 80	2
Mais de 100	1

Fonte: Trabalho de Campo, 2015



**XXXI CONGRESO ALAS
URUGUAY 2017**

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

Tratamos, então, de propriedades pequenas, administradas e exploradas pelos proprietários, excetuando-se o arrendatário, em atividades agropecuárias (em todas elas hortifruti, em uma mais cana-de-açúcar e, em outra ainda, a criação de frangos), cuja mão de obra principal é familiar, auxiliada por assalariado permanente, uma delas, e temporários em três delas. A renda média auferida nas propriedades é de dois a quatro salários mínimos, proveniente de atividades agropecuárias, principalmente, através do plantio e da venda de hortaliças. É importante ressaltar que os doze produtores/feirantes também participam dos programas de venda institucional do município de Rio Claro como o PAA e o PNAE.

[...] um dos pilares de sustentação das unidades produtivas de pequena escala é o trabalho familiar, que tem carga intensa e deve aliar diferentes competências (produção, transformação e comercialização) no intuito de diminuir custos e agregar valor aos produtos. Nesses sistemas, a autonomia do agricultor em termos de gestão, planejamento e comercialização é maior quando comparada à dos circuitos longos. (DAROLT; LAMINE; BRANDEMBURG, 2013, p. 10).

Em relação aos equipamentos e implementos agrícolas, apenas dois dos produtores não os possuem, sendo que dez deles têm trator. Contudo, a assistência técnica está presente em apenas três propriedades, sendo este um problema sempre apontado por eles, a ausência de órgãos institucionais (estadual ou municipal) que os orientem tecnicamente. O financiamento da produção é prática entre 06 dos produtores/feirantes.

Em relação à feira se pôde diagnosticar que os principais motivos que levaram o agricultor a participar dela foram o incentivo dos órgãos públicos e a venda da produção, sendo que todos os produtores/feirantes pretendem continuar a vender os seus produtos, mostrando a importância da sua realização como forma de resistência comercial, pautada na relação direta com o consumidor. Pudemos identificar que o peso da renda da feira na renda familiar do produtor/feirante varia entre 10% a 75%, mostrando a real importância da venda direta dos produtos. Além disso, “[...] a feira torna-se um espaço de afirmação da honra do agricultor, pois nela ‘governa’ a transformação de seu trabalho na terra em ganho” (FERRARI, 2014, p. 133).

A aceitação, por parte dos consumidores, dos produtos processados e semiprocessados é bem avaliada pelos produtores, que apontam praticidade como seu motivo principal, pois são comercializados já limpos, descascados, cortados e empacotados, facilitando o seu preparo. A



**XXXI CONGRESO ALAS
URUGUAY 2017**

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

prefeitura Municipal de Rio Claro, por meio da Secretaria de Agricultura e Abastecimento, e Silvicultura, criou o Serviço de Inspeção Municipal (S.I.M), serviço sanitário responsável pela fiscalização e inspeção dos estabelecimentos que produzem algum tipo de alimento e, assim, objetivou transformar a produção artesanal desses produtos em uma atividade regulamentada nos moldes exigidos pelos órgãos públicos, tornando-os mais lucrativos e contribuindo para o desenvolvimento do agricultor familiar.

Nos sistemas de venda direta a confiança do consumidor no produto que está adquirindo é um dos aspectos principais a ser analisado.

Quando se discute mercados de agricultura familiar, pensa-se nas cadeias agrolimentares curtas, no processo de produção e comercialização de produtos agropecuários, cuja lógica é aproximar produtores e consumidores, permitindo uma conexão com maior interatividade, fundamentada nas relações de confiança mútua (ESTEVAN et al, 2014, p. 161).

Neste trabalho, não encontramos apenas consumidores de produtos agrícolas da Feira Corujão. Eles serão, aqui, denominados consumidores/frequentedores, pois além de espaço de consumo, a feira é também espaço de lazer para muitos deles. As informações sobre o perfil dos entrevistados são baseadas em 152 questionários aplicados. Dos pesquisados 65,7% são do sexo feminino e 34,3% são do sexo masculino, evidenciando que são as mulheres, majoritariamente, frequentadoras da feira. A figura 3 ilustra as faixas etárias dos consumidores/frequentedores:

Figura 3 – Gráfico relativo às faixas etárias



Fonte: Trabalho de Campo, 2015

Analisando a Figura 3, pode-se observar que predominam os jovens na faixa dos 20 aos 29 anos. Isto pode ser explicado pela grande presença de estudantes universitários, como exporemos



**XXXI CONGRESO ALAS
URUGUAY 2017**

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

mais à frente. Os frequentadores no intervalo de idade entre as faixas de 30 a 49 anos vem logo em seguida. Quando se considera que frequentar feiras era um hábito de um passado não muito distante, os frequentadores da Feira Corujão caracterizam-se como jovens que buscam alternativas de compras em espaços novos, além disso, trata-se de um grupo que, tendencialmente, tem se preocupado com nutrição e saúde, buscando alimentos frescos.

Essa tendência corrobora com Carneiro (1998) quando, discutindo as novas ruralidades, tratou dos fenômenos que passaram a chamar a atenção para o meio rural e um conjunto de valores típicos do velho mundo rural, e que se pensava estar em vias de extinção, mas que ganharam a adesão de pessoas da cidade. Os valores seriam a busca por relações diretas com a natureza; a compra de bens cujos ciclos produtivos e tempo de trabalho seriam mais longos e menos rígidos; valorizar o ar puro e a tranquilidade; desejar de relações mais profundas e valorizar a autodeterminação. Diante disso, pode-se perceber a razão para a presença jovem na feira estudada.

Outro aspecto pesquisado, que evidencia essa presença, diz respeito à profissão/ocupação dos entrevistados (Tabela 2). Prevaecem entre os consumidores/frequentadores os estudantes, que representam 34,86% dos entrevistados, 9,21% de domésticas/donas de casa e 6,5 de aposentados. Observa-se, ainda, que encontramos pessoas com escolarização, no mínimo de nível técnico, indicando que a feira é um canal de comercialização demandado por população que tem acesso aos mercados tradicionais, mas busca produtos de *qualidade diferenciada* e tem noções que são redefinidas na atualidade, valorizando “produtos com atributos que incorporam natureza, artesanabilidade e tipicidade” (FERRARI, 2014, p. 131).



**XXXI CONGRESO ALAS
URUGUAY 2017**

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

Tabela 2 - Profissão/Ocupação dos consumidores - Frequência

Profissão/Ocupação	Frequência	Profissão/Ocupação	Frequência
Açougueira	1	Estudante	53
Administrador	1	Funcionário/a Público/a	4
Analista Fiscal	1	Geógrafa	1
Aposentado/a	10	Geólogo/a	2
Artesã	1	Gerente administrativo	1
Atendente	1	Manicure	1
Auxiliar Administrativo	1	Mecânico	3
Auxiliar de Produção	1	Médica	1
Bióloga	1	Monitora Escolar	1
Botânico	1	Motorista	3
Cabelereira	2	Operador de Máquina	2
Comerciante	5	Porteiro	1
Contador/a e Bancário	3	Preparador de esmalte	1
Coordenadora Escolar	1	Professor/a	6
Corretora de imóveis	1	Programadora Pleno	1
Costureira	4	Projetista	1
Cozinheira	1	Psicóloga	1
Desempregada	1	Representante de vendas	1
Doméstica/Dona de casa	14	Supervisor de Produção	1
Ecólogo/a	2	Supervisora	2
Educadora	1	Técnico	1
Eletricista	1	Técnico em Refrigeração	1
Engenheiro eletrícista	1	Técnico em Telecomunicação	1
Estagiária	1	Vendedora	3
Extrusor	1	Vigilante	1

Fonte: Trabalho de Campo, 2016

Do total de entrevistados, 148 são de Rio Claro, dois de municípios vizinhos (Araras e Corumbataí) e outros dois (Cotia e Campinas) que vieram conhecer a feira, em visita à cidade.

Ir à feira uma vez por semana é o hábito de 55, 26% dos pesquisados (Figura 4), havendo, ainda, aqueles que a visitam duas vezes por semana (14,47%).



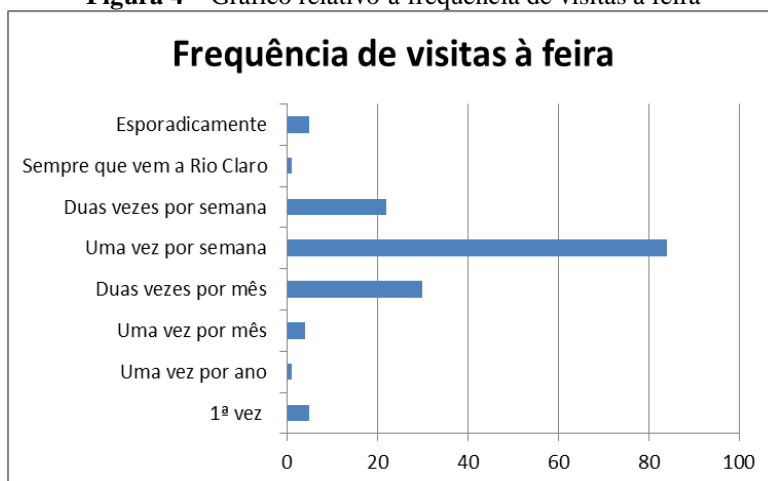
**XXXI CONGRESO ALAS
URUGUAY 2017**

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

Figura 4 – Gráfico relativo à frequência de visitas à feira



Fonte: Trabalho de Campo, 2016

A Tabela 3 nos permite identificar que fazer compras de hortifrutigranjeiros é o principal motivo que leva os consumidores/frequentedores à feira.

Tabela 3 – Motivos para ir à Feira

Motivos	Frequência
Comprar Orquídea	2
Conhecer a feira	6
Fazer compras de alimentos preparados	39
Fazer compras de artesanato	4
Fazer compras de hortifrutigranjeiros	134
Fazer refeições	64
Lazer	24
Outros	6

Fonte: Trabalho de Campo, 2016

Entretanto, a oferta de produtos alimentares preparados, seja para consumo imediato ou para consumo posterior, são motivos também identificados, comprovando que a feira é um espaço de lazer e de se realizar refeições. Isso é comprovado pelos dados da Figura 5, que demonstra que 28% dos entrevistados vão à feira para satisfazer diferentes necessidades, tendo, assim demandas distintas.



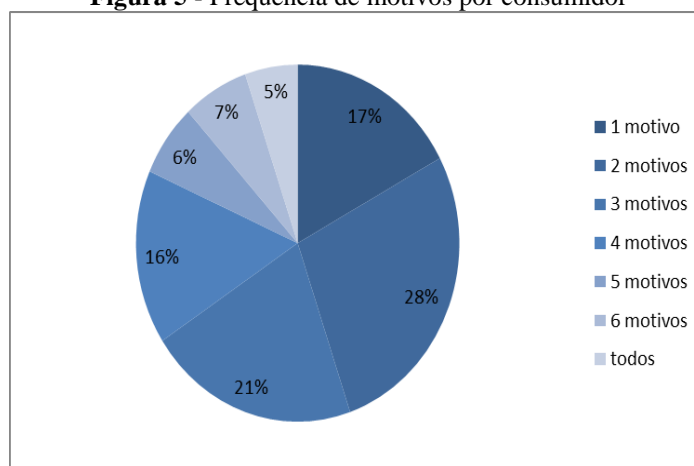
XXXI CONGRESO ALAS
URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

Figura 5 - Freqüência de motivos por consumidor



Fonte: Trabalho de Campo, 2016

Realmente, a tendência de visitar as feiras está se expandindo, entre outros, pelos motivos expostos:

Há interesse dos/as consumidores/as por feiras, as quais se consolidam e se constituem como espaço privilegiado de trocas econômicas e de relações sociais. [...]. As relações de amizade são reforçadas a partir de relações oriundas das feiras. Com isso, a comercialização em feiras também se constitui como um espaço cultural, educativo e de troca de informações, no sentido de enriquecer e de fortalecer as relações sociais (ESTEVAN et al, 2014, p. 169).

Como já assinalamos anteriormente, a compra de produtos cuja produção seja de tempo longo e com uso da força humana vem ganhando espaço nos mercados mundiais e nas análises acadêmicas em várias designações. Carneiro (1998) que trata das novas ruralidades e Marsden, Banks e Bristow (2000) que falam do ressurgimento do interesse pelo *mais natural* e *mais local*. Em consonância com essas tendências, estuda-se e discute-se, também, as dimensões da qualidade dos produtos presentes nas feiras, buscada pelos consumidores e que envolve componentes como confiança e conhecimento. O consumidor busca e confia na qualidade dos alimentos que consome, combinando materialidade e simbolismo (FERRARI, 2014).

Ao indagarmos os consumidores/frequentadores sobre os atributos que os levam a comprar na Feira Corujão, a *qualidade* dos produtos foi referenciada por 87,5% deles. O *preço* (63,15%) foi



**XXXI CONGRESO ALAS
URUGUAY 2017**

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

o segundo atributo escolhido, seguido pelo *horário de funcionamento* (33%). A *confiança no agricultor* (32%) e a *origem geográfica* (local) da produção (32%) foram atributos igualmente destacados.

Ao tratar de tipos distintos de circuitos curtos de comercialização, Marsden, Banks e Bristow (2000, p. 430) apontam o que foi identificado em nossa pesquisa. São eles:

1. *Face-to-face*: consumer purchases a product direct from the producer/processor on a face-to-face basis. Authenticity and trust are mediated through personal interaction. [...]
2. *Spatial proximity*: products are produced and retailed in the specific region (or place) of production, and consumers are made aware of the 'local' nature of the product at the point of retail.

Ou seja, de uma maneira geral observa-se que os consumidores/frequentedores da feira buscam atributos que são peculiares à característica da feira em questão e com modelos encontrados em outros países. Além disso, coadunam com preceitos da multifuncionalidade, ou seja, oferecer qualidade e preço justo (segurança alimentar) e garantir mercado para os produtores familiares locais (geração de trabalho e renda) que são valorizados.

Podemos assinalar que, dos 152 pesquisados, 138 deles compram na feira hortifrutigranjeiros (verduras, legumes, frutas, ovos) e 34 deles, produtos processados (pães, doces, tortas, cachaça, lanches prontos e o tradicional pastel com garapa). Há, ainda, uma referência à compra de flores (orquídeas), cujo produtor é especializado em plantas ornamentais. O artesanato não foi referenciado pelos entrevistados, apesar de estar à venda. O gasto médio dos consumidores/frequentedores da Feira Corujão com compras e alimentação é de R\$11,00² a R\$20,00 para 50 deles, de R\$21,00 a R\$30,00 para 39 deles e de R\$31,00 a R\$40,00 para 30 deles. Encontramos 6 deles gastando menos de dez reais e 4 gastando mais de cem reais.

Para finalizarmos nossa análise um aspecto final deve ser abordado. Como podemos observar na figura 6 os consumidores/frequentedores da Feira Corujão direcionam-se para o recinto dos mais diferentes bairros da cidade de Rio Claro-SP. Isso nos indica que a feira já é um evento conhecido, que atrai diferentes camadas da população e que tem um impacto social e espacial no contexto municipal, articulando de forma eficaz o campo e a cidade rioclarenses.

² Valor correspondente ao ano de 2015.

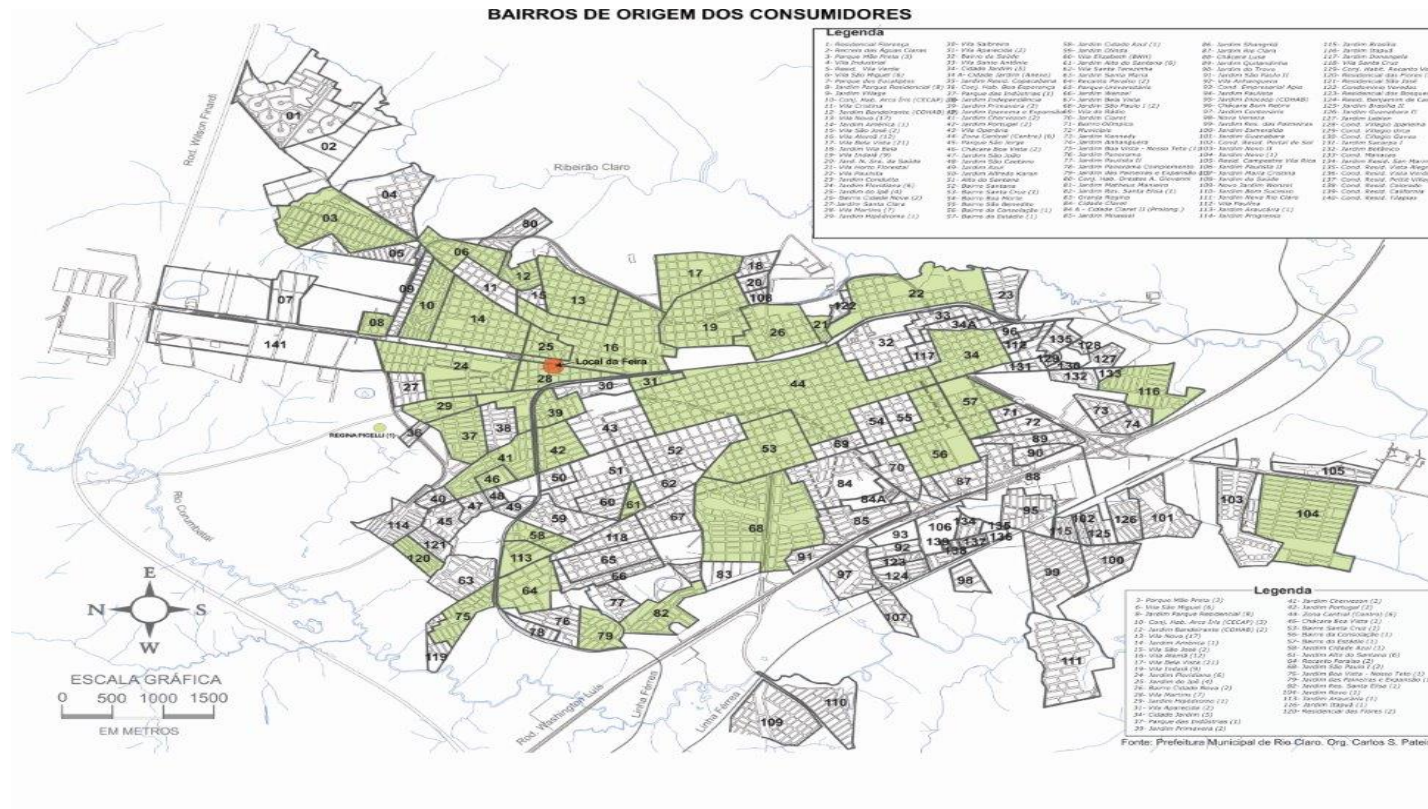


XXXI CONGRESSO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina
La sociología en tiempos de cambio

Figura 6- Bairros de origen dos consumidores.





XXXI CONGRESO ALAS URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

V. Conclusões

O presente trabalho trouxe, de forma parcial, alguns dos resultados de pesquisa realizada no município de Rio Claro/SP, tendo como objeto a Feira do Produtor Familiar – Feira Corujão, caracterizando os produtores/feirantes e os consumidores/frequentadores.

Como resultado da ação de gestores municipais e da Cooperativa de Agricultores Familiares, a Feira Corujão tornou-se referência na venda de produtos de qualidade, cuja produção, processamento e distribuição estão sob a responsabilidade dos produtores/feirantes.

Verificou-se que, tanto os produtores/feirantes como consumidores/frequentadores, avaliam a feira como uma iniciativa positiva que permite a aproximação entre eles. Essa forma de circuito curto tem possibilitado aos consumidores o acesso a produtos com preços justos e, aos produtores, um ganho de autonomia.

O modelo dominante de concentração da produção agroalimentar vem sendo criticado, e novas propostas de aproximação produtor/consumidor têm sido praticadas. Uma característica da cadeia de abastecimento curta é sua capacidade de ressocialização e reespecialização dos alimentos. Essa nova forma é marcada pela possibilidade de o consumidor avaliar os alimentos com base em seu conhecimento, experiência ou aparência percebida. Mais do que confiar no alimento consumido, os laços de confiança estabelecidos entre produtor e consumidor são muito mais que trocas mercantis.



XXXI CONGRESO ALAS
URUGUAY 2017

3 - 8 Diciembre / Montevideo

Las encrucijadas abiertas de América Latina

La sociología en tiempos de cambio

VI. Bibliografía

CARNEIRO, M. J. Ruralidade: novas identidades em construção. *Estudos Sociedade e Agricultura*, Rio de Janeiro, n.11, p.53-75, Out. 1998.

DAROLT, M. R.; LAMINE, C.; BRANDEMBURG, A. A diversidade dos circuitos curtos de alimentos ecológicos: ensinamentos do caso brasileiro e francês. *Agriculturas*, Rio de Janeiro, v.10, n.2, p. 8-13, Jun. 2013.

ESTEVAN, D. O. et al. Feiras livres e mercados de proximidades: estudos sobre o perfil dos/das consumidores/as na Região Sul catarinense. In: ESTEVAM, D. O.; MIOR, L. C. (Orgs.). *Inovações na agricultura familiar*. As cooperativas descentralizadas em Santa Catarina. Florianópolis: Insular, 2014. p.161-186.

FERRARI, D. L. Reciprocidade e trocas mercantis: a natureza das relações na feira livre. In: ESTEVAM, D. O.; MIOR, L. C. (Orgs.). *Inovações na agricultura familiar*. As cooperativas descentralizadas em Santa Catarina. Florianópolis: Insular, 2014. p. 129-159.

GIMÉNEZ, E. H.; SHATTUCK, A. Food Crisis, Food Regimes and Food Movements: Rumblings of Reform or Tides of Transformation? *The Journal of Peasant Studies*, United Kingdom, v. 38, n.1, p.109-144, jan. 2011.

MARSDEN, T.; BANKS, J.; BRISTOW, G. Food supply chain approaches: exploring their role in rural development. *Sociologia ruralis*, Brussels, v.40, n.4, p. 424-438, Out. 2000.

REDE RURAL. CCA – *Circuito curto agroalimentar*. Disponível em: <<http://www.rederural.pt/index.php/pt/2013-10-30-12-05-36/o-que-e-um-cca/conceito-de-circuito-curto-agroalimentar-cca>>. Acesso em: 01 jul. 2015.