

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL FARROUPILHA
CAMPUS JAGUARI

CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM EDUCAÇÃO DO CAMPO E
AGROECOLOGIA

FERNANDA TAMIOSSO WESZ

**CIRCUITOS CURTOS DE COMERCIALIZAÇÃO: FEIRA DE PRODUTOS DA
AGRICULTURA FAMILIAR DE JAGUARI/RS**

Jaguari
2020

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL FARROUPILHA
CAMPUS JAGUARI

FERNANDA TAMIOSSO WESZ

**CIRCUITOS CURTOS DE COMERCIALIZAÇÃO: FEIRA DE PRODUTOS DA
AGRICULTURA FAMILIAR DE JAGUARI/RS**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao curso de
Especialização em Educação do
Campo e Agroecologia do Instituto
Federal Farroupilha *Campus* Jaguari
– RS como requisito para obtenção
do título de Especialista em
Educação do Campo e Agroecologia.

Orientadora: Carina Rejane Pivetta

Jaguari
2020

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL FARROUPILHA
CAMPUS JAGUARI

A orientadora, Prof^a. Carina Rejane Pivetta e a pós-graduanda Fernanda Tamiosso Wesz, abaixo assinados, cientificam do teor do Trabalho de Conclusão de Curso, do Curso de Especialização em Educação do Campo e Agroecologia

**CIRCUITOS CURTOS DE COMERCIALIZAÇÃO: FEIRA DE PRODUTOS DA
AGRICULTURA FAMILIAR DE JAGUARI/RS**

Elaborado por

Fernanda Tamiosso Wesz

como requisito para a obtenção do título de
Especialista em Educação do Campo e Agroecologia

Carina Rejane Pivetta

(Orientadora)

Fernanda Tamiosso Wesz

(Estudante)

Jaguari
2020

Circuitos curtos de comercialização: feira de produtos da agricultura familiar de Jaguari/RS

Fernanda Tamiosso Wesz¹

Carina Rejane Pivetta²

Resumo

Objetivou-se compreender a dinâmica de comercialização por circuitos curtos utilizada pelos agricultores familiares da feira livre do município de Jaguari/RS. Pretendeu-se apontar a importância dessa forma de comercialização para o desenvolvimento econômico desses produtores, que buscam de forma autônoma, com pouco respaldo nas políticas públicas, a ampliação desses espaços e a agregação de valor aos seus produtos que representam renda familiar. O trabalho caracteriza-se como estudo de caso, de abordagem qualitativa, onde se levou em conta o contexto de inserção desses sujeitos na sociedade, seu modo de vida e a gestão rural de suas propriedades. Foi executado por meio de dois projetos de extensão cadastrados no IFFar com vigência em 2019 e 2020. O levantamento dos dados ocorreu mediante entrevistas semiestruturadas, realizadas no local da feira, totalizando quatro famílias entrevistadas. Posteriormente, a ação promoveu oficinas para ofertar aos feirantes conhecimentos sobre a gestão da propriedade, formas de melhorar a dinâmica de comercialização e relação com os consumidores e incentivo ao uso estratégias simples de *marketing* para ampliar a visibilidade da feira na comunidade. Observa-se que há potencial no município para ampliação dessa forma de comercialização direta, contribuindo para a soberania alimentar e a geração de renda das famílias feirantes. As famílias carecem de apoio e incentivo para melhorar a estrutura da feira e capacidade produtiva de seus produtos para atender a demanda dos consumidores. Os feirantes acolheram de

¹Acadêmica do Curso de Especialização em Educação do Campo e Agroecologia do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Farroupilha - *Campus* Jaguari. E-mail: fernanda.wesz@gmail.com

² Professora Orientadora, da área de Agronomia do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Farroupilha - *Campus* Jaguari. E-mail: carina.pivetta@iffarroupilha.edu.br

forma positiva as abordagens das oficinas e aplicaram algumas orientações, bem como, sentiram-se valorizados por meio da ação do projeto.

Palavras-chave: Gestão Rural. Renda Familiar Rural. Desenvolvimento Rural.

1 Introdução

A agricultura familiar se constitui na relação do agricultor com a terra que cultiva, com a execução de seu trabalho e com a comunidade em que vive. Na medida em que a agricultura foi se desenvolvendo, as práticas de produção de alimentos foram se aprimorando, visando agregar práticas ecológicas com o conhecimento dos camponeses, contribuindo para a geração de renda da propriedade e o cultivo respeitando as leis da natureza.

Essas práticas ecológicas, muitas vezes são realizadas através de saberes populares, sendo estruturadas e disseminadas em lugares não formais e/ou não escolares. Elas podem ser consideradas práticas educacionais, voltadas aos ensinamentos campesinos dentro da própria propriedade familiar, ou em outros contextos, como em comunidades e feiras locais. Transpõe Marques e Freitas (2017), que as práticas organizacionais podem ser em diversas perspectivas, como a que leva em consideração os objetivos da aprendizagem política dos direitos dos cidadãos e os exercícios da organização desses indivíduos que possuem objetivos comunitários, voltados para a busca de resolução dos problemas coletivos cotidianos.

Por meio da Lei Nº 11.326, de 24 de julho de 2006, se estabelecem os critérios para a agricultura familiar no território nacional, a qual se constitui na base econômica de aproximadamente 90% dos municípios do Brasil que possuem até 20 mil habitantes. Sendo considerada, de acordo com a Secretaria de Agricultura Familiar e Cooperativismo³ (2006), uma atividade econômica de extrema importância para o País, por desempenhar o papel de abastecer o mercado interno e auxiliar no controle da inflação dos alimentos.

A essência da agricultura familiar está no seu saber-fazer, no aproveitamento dos recursos naturais da propriedade de forma a depender menos de insumos externos, na segurança e soberania alimentar baseada na produção para o

³A Secretaria de Agricultura Familiar e Cooperativismo integra-se ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Tem dentre as suas competências, a formulação de diretrizes voltadas a ações governamentais para a agricultura familiar, o pequeno e médio produtor rural e o cooperativismo.

autoconsumo e na diversidade de produção, que abastece de forma completa a base alimentar da população do país. Essa configuração converge para o contexto vinculado a educação do campo e agroecologia que tem na agricultura familiar o principal meio de desenvolver o território de acordo com os princípios da sustentabilidade. Em busca de considerar as peculiaridades culturais e sociais de cada região, surge através de muitas lutas, a educação do campo, com o viés de “realizar a formação dos sujeitos que vivem no e do campo, buscando influenciar a formulação de políticas públicas que instituem direitos a estes povos no Brasil.” (CALDART, et al., 2006, p. 23). Embora a educação do campo venha contribuir em diversos contextos, ainda precisa-se de mais adequações as realidades da agricultura familiar de cada região e mesmo localidades para ampliar a geração de renda dessas famílias e ao mesmo tempo não tornarem-se reféns do pacote tecnológico e dinâmica comercial que está associada à grande propriedade monocultora. Nesse aspecto, a comercialização de produtos excedentes da propriedade rural familiar promove a geração de renda e pode reforçar o elo que mantém as famílias no campo, pois o trabalho nesse espaço, além de gerar a subsistência gera condições de manutenção dessas pessoas no cenário de inserção na lógica capitalista, repleta de apelo comercial.

A etapa de comercialização da produção desses agricultores é considerada uma situação problema em virtude de que a alternativa mais viável e rentável, seria o desenvolvimento de circuitos curtos de comercialização, onde haveria a maior proximidade na relação entre produtores e consumidores. Essa relação promoveria os laços de confiança e fidelização envolvida na compra de determinado produto, bem como, na maior margem de lucro pela venda direta ao consumidor. A dinâmica dos circuitos curtos de comercialização se aplica de forma exitosa para os agricultores que trabalham com as feiras e também como meio de estimular e fortalecer essa estratégia para outras propriedades que possuem viabilidade de trabalho nessa área.

Para promover essa dinâmica praticamente inexitem ações governamentais voltadas aos agricultores familiares, talvez a mais notória ação na forma de políticas públicas seja o incentivo por meio do Programa Nacional de

Fortalecimento da Agricultura Familiar - PRONAF⁴, “ofertando a opção de financiamentos, que visam estimular a geração de renda e o uso da mão de obra familiar”. (SIMÕES; BANNWART, 2018, p. 05). Embora exitoso, esse programa direciona-se mais a etapa de produção agropecuária, já a comercialização dos produtos fica a mercê da inserção nas cadeias produtivas ou vinculada a algumas outras iniciativas governamentais específicas para os agricultores familiares, como os mercados institucionais. Nesse campo figuram o Programa Nacional de Compra de Alimentos - PAA⁵, ou o Programa de Alimentação Escolar - PNAE⁶. Porém essas políticas não conseguem abarcar as diferentes realidades produtivas e logísticas dos agricultores familiares e acabam por não atingirem todo o seu potencial de intervenção no território. Quando as opções institucionais não existem ou são consideradas insuficientes, busca-se por outros mercados que valorizem produtos de qualidade diferenciada, preservando as tradições artesanais. Embora, sejam mercados informais, como as cadeias curtas, muitos produtores conseguem se organizar através de ações coletivas, que geram proximidade social entre eles, podendo até formar associações ou cooperativas.

Apontam Estevan e Mior (2014) que, ao mesmo tempo em que a agricultura familiar surgiu ofertando produtos *in natura* e de qualidade artesanal, os produtores tiveram que desenvolver suas competências gerenciais e mercadológicas, de maneira a consolidar um mercado baseado na confiança. Surge assim, a opção de utilizar a comercialização de produtos por circuitos curtos, sendo uma relação direta do produtor com o consumidor, ou no máximo um intermediário. Essa forma de comercialização, segundo Silva (2015),

⁴O PRONAF financia projetos individuais ou coletivos, que gerem renda aos agricultores familiares e assentados da reforma agrária, financiando a taxas mais baixas, os custos da safra ou atividade agroindustrial, seja para o investimento em máquinas, equipamentos ou infraestrutura de produção e serviços agropecuários ou não agropecuários.

⁵ O PAA foi criado através da Lei 10.696/03, de dois de julho de 2003, com o objetivo de contribuir com a segurança alimentar dos segmentos menos favorecidos do Brasil. Funcionava como um programa de preços mínimos para determinados produtos, garantindo a renda ao agricultor familiar.

⁶O PNAE é regulamentado pela Lei 11.947 de 2009, que pertence a modalidade de compras institucionais, onde está estabelecido que 30% do valor repassado pelo programa deve ser investido na compra de produtos da agricultura familiar, buscando estimular o desenvolvimento econômico e sustentável das comunidades. O município de Jaguari/RS conta com 10 agricultores que fornecem produtos para o PNAE. (EMATER/ASCAR, Outubro/2019).

promove o desenvolvimento socioeconômico e a autonomia dos agricultores, permitindo uma maior participação dos mesmos nas decisões de mercado, como o preço, por exemplo.

Segundo Pereira et al. (2017), as feiras livres apresentam duas peculiaridades, sendo elas, a integração parcial aos mercados e o caráter imperfeito desses mercados. A primeira se comprova quando o agricultor pode jogar com as condições de mercado, optando em vender ou em consumir sua produção, conforme os preços. A segunda característica assegura as diferentes capacidades de compra, dado que esses produtos não são homogêneos, oferecendo vantagens e desvantagens em se utilizar este tipo de local para comercialização.

Com o viés de despertar ainda mais o estímulo desses produtores familiares a produzirem e comercializarem seus produtos de forma autônoma em sua comunidade, sendo principalmente em feiras, busca-se compreender e incentivar as formas de comercialização dos mesmos. No caso dos feirantes de Jaguari/RS o problema converge na necessidade de compreender as motivações que levam a comercialização por circuitos curtos. Buscou-se a resposta para algumas questões: Por que na perspectiva do agricultor familiar, a venda por circuitos curtos parece ser uma boa opção? De que forma ela acontece no município de Jaguari/RS? Que tipo de produção da propriedade rural familiar é destinada a comercialização nos circuitos curtos? Existe na configuração do município outra alternativa para além dos circuitos curtos de comercialização para os agricultores familiares?

Assim, justifica-se que o presente trabalho tem um caráter fundamentado em prover conhecimento sobre as redes de comercialização por circuitos curtos utilizados pela agricultura familiar no município de Jaguari/RS, em um cenário de reduzida abrangência e divulgação desse tipo de empreendimento comercial no espaço urbano em que acontece a feira. Busca-se analisar para melhor compreender como se dá o modo de vida e as relações comerciais que geram renda, por meio da produção nas propriedades dos agricultores familiares.

Objetivou-se compreender como são utilizadas as redes de comercialização por circuitos curtos na agricultura familiar no município de Jaguari/RS como meio de agregar valor aos produtos e auxiliar na ampliação desses circuitos de comercialização em espaços não formais. Ainda, valorizar as potencialidades da região e propor alternativas relacionadas a ampliação da comercialização para os feirantes.

2 Revisão Teórica

A produção agrícola no Brasil tem impacto diretamente no sistema econômico, visto que tem como funções centrais, a obtenção de divisas por meio de exportações líquidas, liberação de fatores produtivos para diversas atividades econômicas, oferta de alimentos internamente em qualidade e quantidade, visando suprir o mercado interno e sendo instrumento de sua expansão. (FREITAS, 2014).

Conforme dados do censo agropecuário do IBGE, no RS, 294 mil estabelecimentos (80,5%) foram classificados como de agricultura familiar, detendo 25,3% das áreas cultivadas no estado. (IBGE, 2017). Isso também sinaliza para expressão dessas propriedades na produção de alimentos por meio da diversificação produtiva e mão de obra familiar.

Conforme a Food and Agriculture Organization of the United Nations - *FAO*⁷ (2014) tanto nos países desenvolvidos, quanto nos em pleno desenvolvimento, a agricultura familiar predomina como promotora do cultivo de alimentos. Assim, com menor acesso a recursos produtivos, ainda conseguem atingir na Ásia, um índice de 85% de cultivo em terras agrícolas voltadas a agricultura familiar; 83% nos países do Norte e da América Central e na América do Sul, incluindo o Brasil, uma representatividade de 18%. Afirmam que em âmbito brasileiro, em torno de 40% do fornecimento médio dos principais produtos da agricultura familiar, provém do cultivo em 25% das terras agrícolas.

⁷A *FAO* é uma agência especializada das Nações Unidas que lidera os esforços internacionais para derrotar a fome, tendo 194 estados membros. Seu objetivo é alcançar a segurança alimentar para todos, garantindo que as pessoas tenham acesso regular a alimentos de alta qualidade, sendo considerados suficientes para levar uma vida ativa e saudável.

O cultivo de alimentos fomenta também as redes de comercialização por circuitos curtos, uma vez que fornece ao consumidor informações sobre o lugar de origem dos produtos, seus produtores, técnicas utilizadas na produção e as tradições alimentares daquele local, contrapondo desta forma, às longas cadeias produtivas convencionais, que possuem o papel inverso como característica. (GAZOLLA e SCHNEIDER, 2017).

Neste contexto, a educação do campo e a agroecologia, visam valorizar os estabelecimentos familiares, que possuem características únicas e especificidades locais, buscando fortalecer a cultura existente naquele determinado território, composto principalmente por pequenas e médias propriedades.

Aponta Bortoleto (2017), que a educação do campo contribui para o processo de aprendizagem científico e técnico, buscando a formação integral do sujeito, bem como, o seu desenvolvimento no meio em que vive. Sendo detentor do conhecimento e aplicando as técnicas corretas, tem-se uma produção com perspectivas de uma boa geração de renda. Assim, uma das formas de comercialização dos produtos, é a exposição em feiras livres.

Resgate da legislação sobre a agricultura familiar

Uma das principais leis que regem a valorização da prática da agricultura familiar é a Lei 11.326, de 2006, que estabelece o conceito, define o público e os princípios que fazem parte das políticas públicas voltadas à agricultura familiar. (BRASIL, 2006). O Decreto nº 9.064, de 31 de maio de 2017, foi um avanço para a agricultura familiar, onde estabelece as políticas públicas sobre a mesma e aos empreendimentos familiares rurais, considerando também a Unidade Familiar de Produção Agrária - UFPA e o Cadastro Nacional da Agricultura Familiar CAF (BRASIL, 2017).

No Brasil, segundo a Secretaria Especial de Agricultura Familiar e do Desenvolvimento Agrário (2017), a agricultura familiar também faz parte do Plano Safra plurianual, que visa contribuir com recursos financeiros, atrelando a garantia de crédito para os agricultores familiares. O Plano Safra 2017/2020, que

se encontra em vigência nos anos de decorrer deste estudo apresenta, R\$ 30 bilhões de reais de crédito, vistos com o objetivo de fortalecer os mecanismos de produção e desenvolvimento do país.

No Rio Grande do Sul, o Decreto Estadual nº 49.341, promove a criação do Programa de Agroindústria Familiar do Estado do Rio Grande do Sul e institui o selo de marca de certificação “Sabor Gaúcho”. Dentre seus objetivos, tem a organização dos agricultores familiares, valorizando o trabalho coletivo e o fomento a legalização de agroindústrias familiares e de pequeno porte, com processamentos artesanais (BRASIL, 2012).

Nessa perspectiva, a produção torna-se suscetível a diversos efeitos externos, que ultrapassam a gestão e o controle do produtor rural. Desta forma, o governo criou o seguro agrícola, conhecido como Programa de Garantia da Atividade Agropecuária - PROAGRO⁸, que tem a finalidade de atender pequenos e médios produtores, exonerando-os de algumas obrigações financeiras voltadas ao crédito rural de custeio, onde a liquidação seja dificultada pela ocorrência de fenômenos naturais, pragas e doenças que atinjam rebanhos e plantações, na forma estabelecida pelo Conselho Monetário Nacional – CMN (BRASIL, 2017).

Ainda encontra-se a Lei 9.394, de 20 de dezembro de 1996, que estabelece as diretrizes e bases da educação no Brasil – LDB. Dentre diversos aspectos, trata de incluir a educação ao alcance do povo do campo, englobando a agricultura familiar, e visando garantir seus direitos sobre a flexibilidade das diretrizes, a respeito de que se possam fazer articulações que visem abranger a realidade e as necessidades de suas comunidades locais (BRASIL, 1996).

Apesar da existência dessas leis que são consideradas avanços nas questões voltadas a população rural, compreende-se que não servem como garantias que estão ao alcance de todos. A educação, por exemplo, às vezes é deixada de lado pelos filhos dos agricultores, cuja escola se encontra muito

⁸O PROAGRO foi criado pela Lei 5.969/1973 e regido pela Lei Agrícola 8.171/1991, ambas regulamentadas pelo Decreto 175/1991. É custeado por recursos alocados pela União e da contribuição que o produtor rural paga (o adicional/prêmio do Proagro), bem como das receitas obtidas com a aplicação do adicional recolhido.

distante, ou que os mesmos precisem desenvolver em seu cotidiano, atividades que envolvem a produção e criação, auxiliando na sobrevivência e renda da propriedade.

Nos lugares mais remotos, que a população ainda sofre com a falta d'água encanada e luz elétrica em suas moradias, em pleno século XXI, faltam também estradas de qualidade para que o transporte escolar consiga levar os alunos até a escola, diminuindo as dificuldades de deslocamento. Afirma Lima (2010), que a infraestrutura, que inclui o acesso aos bens e serviços básicos, como educação, saúde, moradia, segurança pública, é quem garante a toda sociedade, a qual inclui os povos campesinos, de atingirem seu desenvolvimento autossustentável.

Lima (2010) evidencia que entre os fatores que contribuem para essa desigualdade cultural, impedindo que as políticas públicas proporcionem os mesmos resultados e uma melhor qualidade de vida a toda a sociedade está à má distribuição de riquezas, a incapacidade da sociedade local, que faz parte do espaço global, de gerar renda para garantir a sua sustentabilidade, contribuindo para o avanço da situação de pobreza, miséria e da fome, características do subdesenvolvimento de um país.

Permeia-se que grande parte da população rural, que vive de pequenas plantações, não consegue usufruir das políticas públicas voltadas para sua realidade. Contribuindo assim, para o aumento do número de analfabetos e posteriormente, para a falta de profissionais capacitados, com formação específica para atuar nas escolas do campo, visando auxiliar, por exemplo, na comercialização e/ou gestão da propriedade, apoiando a sucessão da propriedade familiar rural.

Agricultura familiar no contexto municipal

Conforme dados do IBGE (2019), a população do município é composta de aproximadamente 11.473 habitantes, onde destes, em sua maioria, com 6.531 são considerados como população urbana. Segundo a EMATER/RS - ASCAR

(2019) podem ser subdivididos em relação ao gênero, sendo que são compostos de 2.606 habitantes homens e 2.336 habitantes mulheres, no contexto rural municipal. Esses dados compilam sobre a importância que a mulher possui dentro da propriedade familiar rural, com um número ainda menor que dos homens, mas com grande expressão, frente ao seu papel de liderança e às decisões empreendedoras tomadas na propriedade, incluindo a gestão e a comercialização dos produtos.

Aponta Cambuzzi e Rubim (2013) que o papel da mulher agricultora está na busca pela complementação da renda e no desempenho de multitarefas, voltadas também para atividades fora da propriedade, buscando espaço nas atividades agrícolas e na exploração dos potenciais comerciais provenientes da diversificação da pequena e média propriedade familiar.

Desta maneira, o produtor é o responsável pela tomada de decisões sobre os investimentos e a estrutura que precisa ter para conseguir colocar no mercado aquilo que produz. Torna-se importante ressaltar, que são as decisões tomadas por ele, juntamente com o ambiente social a qual está inserido, que fazem com que a geração de renda familiar, bem como a expansão das atividades de comercialização se torne rentável (CHAVES, et al., 2010).

A competitividade nos negócios vem aumentando cada vez mais, onde para se manter no mercado é imprescindível ter uma boa gestão e estar aberto a novas mudanças e rupturas. Todos os setores da economia são afetados diariamente por diversos fatores, seja pelas políticas públicas ou novos padrões empresariais. Isso faz com que a inovação e a capacidade de empreender precisam estar presentes na gestão do negócio, onde no setor agrícola não é diferente (GAFFURI et. al., 2005, p. 02).

Desta forma, aponta Bernardo et al. (2019), que fazem parte do empreendedorismo rural, os praticantes de atividades agrícolas de cultivo e criação de animais, onde buscam a geração de renda em uma perspectiva de gestão e desenvolvimento deste setor.

Na perspectiva mundial, através de um estudo realizado em países do continente Europeu, por McElWee (2006), pode-se destacar a Inglaterra e a

Finlândia, como exemplos de países onde os agricultores familiares utilizam de habilidades e estratégias empreendedoras, voltadas para a agregação de valor aos seus produtos por meio da diversificação da propriedade como consequência de pressões externas e na busca da expansão dos negócios.

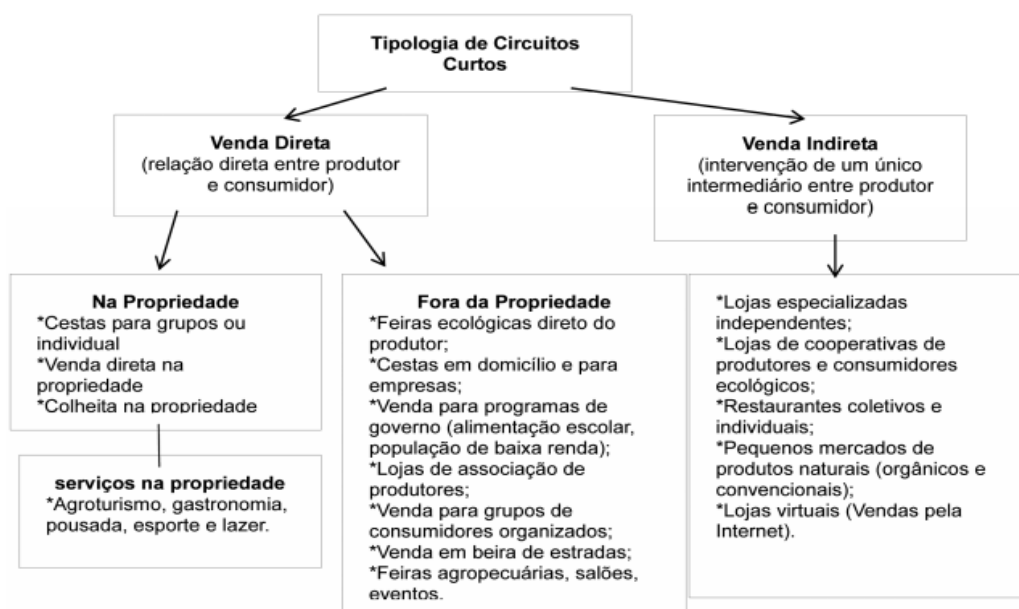
Em contexto municipal, o agricultor familiar é o tomador de decisões relacionadas à propriedade e em relação à forma de comercialização dos produtos, sendo protagonista do seu próprio empreendimento. O mesmo precisa desenvolver habilidades que vão desde o cultivar a terra até a visão de como o mercado se comporta, visando atrair a demanda perante os meios convencionais de venda ofertados pelos concorrentes, reconhecendo que são vários os desafios enfrentados.

Essa postura empresarial que o agricultor teve que assumir ao decorrer da evolução das práticas agrícolas, faz com que o mesmo tenha que ter uma visão sistêmica do mercado, pois acaba sendo influenciado por diversos fatores. Bertoncetto e Melo (2017), destacam que nesse papel empreendedor, o agricultor pode contar com três ferramentas: a própria experiência, as informações provindas de pesquisas acadêmicas e consultorias de instituições públicas ou privadas.

Formas de comercialização

Existem dois tipos de comercialização para os circuitos curtos vinculados a produtos (Figura 1), segundo Darolt (2016), pode ser através da venda direta, onde o produtor tem a relação direta com o consumidor, ou através da venda indireta, onde se tem geralmente um intermediário, gerando uma interdependência entre os mesmos.

Figura 1 – Tipologia de circuitos curtos de comercialização



Fonte: DAROLT, M. R.; et al., p. 7, 2016.

Conforme Vieira (1998), a agroindústria rural se constitui por duas motivações. A primeira é o aproveitamento dos excedentes que o produtor não consegue colocar no mercado, seja por não atender aos padrões de comercialização ou por problemas de qualidade mais sérios. Para ele, a segunda motivação surge quando as conjunturas estão desfavoráveis em relação ao preço para sua produção agrícola, onde o produtor acredita que a agroindustrialização seja uma maneira de valorizar o produto. Afirma ainda, que esse tipo de produto tem pouco suporte técnico de extensão rural, sendo comercializado com pouca atenção a embalagens, qualidade e apresentação. Aponta que a taxa de sobrevivência desses empreendimentos fica em torno de 3%.

Muitos desses agricultores que não conseguem suporte e estruturas suficientes para atender os padrões de comercialização preferem vender sua produção diretamente ao consumidor, pelos chamados circuitos curtos de comercialização.

De conformidade com Marsden et al. (2000), o que caracteriza a comercialização por circuito curto é a condição que concede ao fornecedor informações que permitem ao mesmo conhecer onde o produto foi produzido, por quem foi produzido e de que forma ou sistema foi utilizado.

Assim, é importante que as formas de escoamento da produção sejam compreendidas, considerando a motivação e a percepção dos agricultores, em relação às dificuldades que enfrentam na comercialização. Uma das formas mais tradicionais, é a venda informal diretamente na propriedade, em feiras livres ou em mercados locais. Desse modo, considera-se que a relação dos produtos de origem familiar, ocorre vinculada a cultura, a economia local e ao agroturismo. Este último permite que os produtores tirem proveito da proximidade com seu público alvo diretamente na propriedade, gerando novas formas e estratégias voltadas para um *marketing* autônomo e com diferenciação na oferta (FANTINI et al., 2018).

Neste cenário, Marsden et al. (2000) afirmam que os circuitos curtos de comercialização surgiram com o viés de preencher algumas lacunas existentes na regulamentação do governo convencional, e na busca por uma alimentação e manipulação de alimentos de forma mais saudável. Esta vertente prima pelo desenvolvimento rural voltado a conservar a cultura local e a relação entre o produtor e o consumidor, considerando o potencial produtivo diferente do modo industrial, envolvendo diferentes concepções de qualidade. Com isso, essa revisão expõe sobre o contexto da agricultura familiar vinculada a um cenário político e dentro de uma configuração heterogênea no território brasileiro, mas que converge para a necessidade de fortalecer os meios de mantê-la desempenhando seu papel de desenvolvimento rural.

Para Lima (2010) as feiras livres são um exemplo de circuitos curtos e devem ser empreendidas visando o mercado global. Porém, precisam da aprovação da sociedade local, uma vez que o poder econômico de compra está vinculado a este consumidor. As feiras devem-se ocupar também com a força da liderança feminina, visando a capacidade que a mesma tem para organizar, dentro da economia de escala, um sistema no mercado local para a comercialização de produção excedente ou um processo distributivo em pontos de venda. Assim, se faz necessário que se criem associações ou parcerias, principalmente com agroindústrias locais, contando com o apoio do município, para expandir as possibilidades de venda.

3. Metodologia

Esse trabalho é resultado do cadastro de dois projetos de extensão, vinculados ao Instituto Federal Farroupilha - *campus* Jaguari, que visa contemplar ações que promovam melhorias e contribuições para a comunidade a qual o Instituto está inserido. A primeira edição do projeto teve duração de quatro meses, realizando-se no período de 20 de maio a 20 de setembro do ano de 2019 e posteriormente foi renovado para sua continuidade no ano de 2020, pelo período de 20 de abril de 2020 à 20 de agosto de 2020. O estudo se caracteriza por ser qualitativo, realizado por meio de uma pesquisa exploratória, com princípios metodológicos definidos como um estudo de caso, em uma perspectiva de análise sobre um fenômeno individual.

A primeira etapa consistiu em um levantamento bibliográfico acerca de estudos anteriores sobre a temática, utilizando como parâmetro a relevância atual do tema. Como critérios de buscas, utilizaram-se trabalhos que contemplassem a área da agricultura familiar, comercialização de produtos por circuitos curtos e gestão rural de pequenas propriedades familiares. Servindo como base teórica para a definição do problema de estudo, a formulação de hipóteses e de embasamento para a definição dos objetivos.

Na segunda etapa do trabalho contatou-se o escritório da EMATER-ASCAR de Jaguari para apresentação do projeto em vista de que os feirantes eram vinculados a mesma pela associação dos hortifrutigranjeiros do município. O total de feirantes aptos a comercializarem na feira eram quatro famílias, que semanalmente nas terças e sextas-feiras comercializam seus produtos.

Na terceira etapa realizaram-se entrevistas semiestruturadas com os agricultores familiares feirantes da feira do município, localizada na Praça Osvaldo Aranha, em frente a igreja matriz. As entrevistas seguiram o protocolo de confidencialidade e anonimato dos envolvidos, aplicando a cada entrevistado o termo de consentimento (Apêndice 1).

Para Brancher et al. (2018), entrevistas são um meio de troca, onde a interação social prima a aceitação de vivências e compartilhamento de histórias, com diferentes percepções, em virtude de realizar pesquisa científica que

beneficie o coletivo. Leva-se em consideração a descrição do grupo social e a busca pela compreensão dos fatos, ao invés da representatividade numérica.

As entrevistas, conforme o Apêndice 1, possuíam um número específico de questões voltadas para a temática deste estudo. As entrevistas foram feitas em dois dias de feira, totalizando quatro famílias entrevistadas, onde o representante da família que respondeu a entrevista semiestruturada foi escolhido livremente pelos próprios feirantes, sem nenhum critério pré-estabelecido. O local de entrevista foi o próprio espaço da feira, onde os agricultores dispuseram de seu tempo para responder em meio às vendas que realizavam.

A quarta etapa consistiu na oferta de oficinas relacionadas a importância da organização de custos dentro da propriedade rural, bem como, no local de venda dos produtos, abordando temáticas que englobavam o momento da venda direta ao consumidor, a coletividade dos agricultores da feira e as expectativas dos mesmos em relação as formas de ampliação da divulgação dos produtos dentro do próprio município, incluindo a possibilidade de melhorias por meio de estratégias de *marketing*. As oficinas eram organizadas para exposição em forma de diálogo e no próprio local da feira, desta forma, interferindo o mínimo possível na rotina dos feirantes. A intervenção por meio das oficinas foi construída em uma linguagem simples e apresentada de forma a ser facilmente compreendida pelos agricultores. Na primeira oficina foi distribuído para cada família feirante uma pasta contendo uma planilha com uma versão simplificada da gestão de custos da propriedade, lápis, caneta e borracha.

As entrevistas foram gravadas em áudio e as respostas foram analisadas por meio da divisão das perguntas em seis categorias dentro do contexto de interesse da pesquisa, conforme é descrito a seguir:

A categoria I - Aspectos gerais sobre os agricultores familiares; aponta sobre a composição familiar e a área das propriedades, em hectares.

A categoria II - Dinâmica de trabalho na propriedade; está relacionada ao contexto produtivo e a iniciação da família na agricultura familiar.

Na categoria III - Fatores de geração de renda e atividades produtivas; buscou-se compreender quais as atividades contribuía para a geração de renda da família e para o autoconsumo. Na mesma categoria foram questionados a respeito das terminologias sobre a produção e os insumos que utilizavam na produção agrícola.

A categoria IV - Comercialização dos produtos e a feira municipal; buscou compreender como são utilizadas as redes de comercialização por circuitos curtos na agricultura familiar no município, incluindo os cultivos que são comercializados, em quais formatos e locais.

A categoria V - Conhecimento e práticas campesinas na gestão rural abordaram questões relacionadas ao planejamento de produção, os custos e receitas, bem como formas de organização do empreendedorismo e gestão rural.

Na categoria VI – Troca de saberes e maneiras de ampliação das opções de comercialização; foram questionados a respeito de formas coletivas de trabalho, como cooperativas e associações, bem como, sobre a troca de saberes com outros agricultores e participação em cursos e eventos relacionados às atividades que desenvolvem em seus cotidianos. Também se buscou entender, quais eram as maiores dificuldades encontradas pelos agricultores familiares.

Logo após a divisão das categorias, foram tabuladas para transcrição e utilizou-se a nomenclatura A, B, C e D para cada família feirante entrevistada, visando manter o anonimato dos respondentes.

A partir das informações geradas pela entrevista foram propostas sugestões para a dinâmica das oficinas em conjunto com a EMATER/RS - ASCAR do município. Pretendeu-se formular oficinas que visassem contribuir com a gestão rural, o controle dos custos da propriedade que os mesmos trabalham e as estratégias de *marketing* e dinâmica de comercialização dos produtos na feira. Foi compartilhada com cada família uma tabela com a divisão de suas despesas e receitas, em formato simples, que atrelados ao uso de métodos de organização e planejamento, facilitassem o uso pelos agricultores. Foram apontadas, por meio do diálogo, sugestões simples para agregar valor aos produtos no momento

da comercialização na feira, buscando maneiras de facilitar a autonomia desses agricultores e ampliação da visibilidade dos mesmos dentro do município.

4. Resultados e discussão

O primeiro aspecto do trabalho buscou compreender a importância que a venda por circuitos curtos de comercialização de produtos da agricultura familiar do município de Jaguari/RS tem para o desenvolvimento socioeconômico dos próprios agricultores e para o território em que estão inseridos.

Na medida em que os participantes buscam neste espaço, comercializar seus produtos, também está se estabelecendo simultaneamente a troca de saberes sobre a diversificação dos produtos, sobre a confiabilidade a respeito da forma de cultivo agrícola e a cultura local. Garantem desta forma, através da gestão rural desenvolvida pelos mesmos, aumentar a geração de renda e possibilitar a comunidade direito ao acesso a produtos produzidos localmente e de forma ecológica.

A Tabela 1 apresenta os dados referentes à categoria I, que leva em conta os aspectos gerais sobre os membros das famílias e suas propriedades.

Tabela 1– Aspectos gerais sobre os agricultores familiares. Jaguari, RS, 2020

Propriedade	Área total		Parentesco	Idade	*Escolaridade	Gênero
	da propriedade (hectares)	Total de membros				
A	1,7	4	Esposa	48	5ª série	F
			Esposo	62	4ª série	M
			Filho	24	2º grau com.	M
			Filho	27	Ensino Superior	M
B	9,0	4	Esposo	56	2º grau com.	
			Esposa	53	1º grau	F
			Filho	29	6ª série	M
			Filho	16	2º grau inc.	M
C	115,0	3	Esposa	51	5ª série	F
			Esposo	52	5ª série	M
			Filho	21	2º grau com.	M

D	3,5	2	Esposo	33	2º grau com. EJA 1º grau	M
			Esposa	27		F

Fonte: Elaborada pelo autor.

*Foram mantidas as terminologias utilizadas pelos entrevistados⁹.

Neste cenário, se observou que a maioria das áreas totais das propriedades dos agricultores familiares que comercializam na feira de Jaguari/RS fica abaixo de 10 hectares, exceto em uma das propriedades, que inclui em suas atividades a pecuária e que a área ultrapassa o limite legalmente estipulado para o município de Jaguari como agricultura familiar que é de 88 hectares. Outro fator importante é de que as famílias são compostas por no máximo quatro pessoas, o que torna o trabalho dentro da propriedade contínuo, visto que a mão de obra familiar disponível é considerada pequena, especialmente em se tratando do cultivo de espécies hortícolas. Nas propriedades A, B e D pela reduzida área disponível é notória a importância da participação na feira, uma vez que segmentos agrícolas como as hortaliças e frutas conseguem proporcionar um retorno econômico em pequenas áreas. Percebe-se que nesses casos os agricultores familiares carecem de conhecimento e muito planejamento para se manterem com geração de renda e qualidade de vida no meio rural.

Quanto à faixa etária dos membros das famílias, a maioria se encontra entre 20 e 30 anos de idade, seguidos dos que estão entre 50 e 60 anos. No contexto da escolaridade, percebe-se que 54% dos membros das famílias agricultoras frequentaram a escola somente até o ensino fundamental ou parte dele. Ainda, com 38%, frequentaram somente até o 2º grau, por meio do ensino público ou Educação de Jovens e Adultos – EJA¹⁰. Esses percentuais contribuem para o entendimento que as políticas públicas existentes, incluindo a Lei de diretrizes e bases da educação brasileira, não conseguem garantir o acesso à educação para toda a população rural. O que a posteriori, aumenta o número de analfabetos e a diminuição de profissionais capacitados na formação específica

⁹ As terminologias utilizadas referem-se à LDB nº 5692/1971, que perdurou até o ano de 1996, quando a atual LDB nº 9394/1996 foi promulgada, onde temos as modalidades de Ensino Fundamental e de Ensino Médio.

¹⁰ O EJA é uma modalidade de ensino destinada a jovens e adultos que não deram continuidade em seus estudos ou não tiveram o acesso ao Ensino Fundamental e/ou Médio na idade apropriada.

para poder atuar em escolas do campo, colaborando com a sucessão familiar das propriedades e na comercialização dos produtos cultivados pela mesma.

Em conformidade com Lima (2010), todas as propriedades participantes da pesquisa possuem a presença da liderança feminina, seja no trabalho campesino diário, bem como, na organização dos produtos comercializados na feira. É de longa data a constatação do papel da mulher na agricultura familiar, figura que se constitui no cerne para a manutenção do núcleo familiar, segurança e soberania alimentar. As mulheres rurais atuam não somente nos processos de comercialização com fins de geração de renda por meio das feiras, mas também como símbolo do fortalecimento da produção e representatividade social no espaço rural (SOUZA et al., 2016). Nesse cenário da produção para a feira, o tipo de cultivo agrícola também favorece a intensa participação das mulheres rurais, pois historicamente elas se ocupam das chamadas “pequenas produções” ou mesmo a agroindustrialização rural. Isso apesar de indicar a divisão social do trabalho nas propriedades rurais, sinaliza para o fortalecimento das mulheres como atuantes nas atividades produtivas e como promotoras da segurança alimentar.

Referente à categoria II, salienta-se que todos os entrevistados responderam que não utilizam mão de obra de terceiros na produção, fato que confirma a importância da agricultura familiar no território como forma de ocupação e trabalho. A maioria dos membros das famílias das quatro propriedades entrevistadas auxilia em todas as etapas da produção, desde o plantio, a colheita e a comercialização dos produtos na feira. Situação um pouco diferente observou-se na propriedade B, onde o membro entrevistado salientou que respeita as tarefas do lar realizadas pela esposa e o tempo de escola do filho. Nessa propriedade, a escolaridade dos filhos é considerada prioridade, podendo ser um fator que venha a contribuir para a sucessão familiar dentro da propriedade. Existe o respeito às atividades escolares dos filhos, mas não há o afastamento dos mesmos em relação a rotina de trabalho na propriedade.

Nesse sentido, elenca-se que por meio da Lei 9.394, referente às diretrizes básicas, pode-se amparar através da flexibilização de suas diretrizes, a participação do filho na escola e no trabalho campesino, atribuindo atividades

relacionadas ao contexto local vivenciado pelo estudante e o compartilhamento de suas vivências diárias na propriedade. Logo, voltamos à importância da Educação do Campo, para o processo de aprendizagem, visto que a educação ocorre também em locais não formais, valorizando a cultura e o conhecimento do sujeito do campo. Essa constatação reforça a importância da vivência cotidiana do campo como forma de gerar sentido e significado para a constituição dos sujeitos e assim o não estranhamento a partir do lugar onde vivem, o campo.

A propriedade familiar A, considerou a região com poucas opções de emprego, por isso optaram pela inserção na agricultura familiar e a compra de uma pequena área de terra. Já a propriedade B, relatou na entrevista que comercializava seus produtos em outra feira, realizada em uma cidade próxima a Jaguari/RS, mas que optaram por participar da feira do município por vários fatores externos, incluindo o custo com o deslocamento até a feira da cidade vizinha. A propriedade familiar C começou o plantio e a participação na feira livre a convite da EMATER local. Esse relato, embora pontual, remete ao que se pressupõe como meio de desenvolver o território a partir das ações da extensão rural, que é a principal política pública que consegue atingir a agricultura familiar de forma mais ampla.

A propriedade D relatou que já produzia e possuía o conhecimento sobre a agricultura familiar junto à produção na propriedade dos pais da esposa. Assim, a mesma mudou-se para a nova propriedade com o marido e seguiram adeptos dessa prática de cultivo. Cabe ressaltar, a importância que a sucessão familiar possui para que os descendentes não percam o conhecimento e as práticas relacionadas a produção agrícola e ao saber-fazer do cotidiano do campo.

Conforme Kischeneret al. (2015), a sucessão familiar rural acontecia por tradição cultural, até próximo à década de 70, onde o filho mais velho ou o mais novo possuíam prioridade perante as mulheres, as quais eram vistas como encarregadas dos trabalhos domésticos. Com o aumento da integração rural-urbana, vinculado ao maior acesso aos estudos e a sociabilização, mudaram-se esses paradigmas e a agricultura familiar integrou-se aos mercados e se expandiu, oportunizando a geração de renda como meio de propiciar melhorias para as famílias.

Quanto a categoria III, as duas primeiras questões estão representadas abaixo, na Tabela 2.

Tabela 2 – Produção desenvolvida na propriedade familiar. Jaguari, RS, 2020

Propriedade	Quais as atividades produtivas da propriedade?	Qual a atividade que mais contribui para geração da renda da propriedade?
A	Alface, pepino, tomate, beterraba, melancia, temperos verdes, repolho, cenoura, produção de leite.	Comercialização de frutas, como a melancia. Dentre os legumes, afirmam ser o pepino que é comercializado em maior quantidade que as demais.
B	Laranja, alface, morango, tomate, melancia, melão, cana-de-açúcar, ovos, produção de melado e de açúcar de cana.	Comercialização de frutas, como a melancia.
C	Laranja, bergamota, pêssego, tempero verde, alface, couve, feijão, produção de leite, pecuária e plantio de soja.	Comercialização da soja.
D	Alface, radicho, temperos verdes, vagem, cenoura, rúcula, beterraba, ervilha, milho verde, mandioca, batata, feijão, queijo, ovos, produção de leite.	Comercialização de ervilha e vagem. Comentou que as plantas que são mais difíceis de produzir em determinadas épocas, são as mais procuradas e as que mais geram renda.

Contudo, pode-se verificar que há uma predominância relacionada a produção de frutas, como a laranja e a melancia; além de hortaliças, como as alfaces e alguns temperos verdes e na figura 1 apresenta-se uma imagem de um dia de feira de uma das famílias onde visualiza-se alguns produtos e a forma como são expostos.

Figura 1. Produtos comercializados na feira. Jaguari, 2020



Fonte: Arquivo pessoal do autor

O ponto fundamental da análise dessas questões é a constatação da diversidade de cultivos atrelados a agricultura familiar e que faz parte da comercialização na feira. Também, ao se vincular com os dados sobre os membros das famílias, que são poucos, percebe-se a grande capacidade e organização da dinâmica de trabalho nessas propriedades, pois esses cultivos diversos exigem alta demanda diária de mão de obra. Além do excedente da produção que passa a ser opção para o autoconsumo familiar e reforça o potencial de segurança e soberania alimentar dos agricultores familiares. Ainda, a venda direta dos produtos *in natura* é sim uma oportunidade de empreendedorismo rural a um custo menor, em relação à agroindustrialização. Pois utiliza diversos recursos já disponíveis na propriedade, para manejo e adubação, contribuindo para a divulgação da propriedade, do modo de vida e da agroecologia.

Salienta-se que a produção de leite está presente em três das famílias entrevistadas, podendo ser uma das atividades que poderia ser incentivada pelas políticas municipais, especialmente por gerar renda durante a maior parte do ano e estar adaptada a dinâmica de pequenas propriedades. Somente uma família relatou o cultivo da soja como o maior fator de geração de renda familiar, visto que esse cultivo também é uma alternativa para rotação de culturas e diversificação produtiva da propriedade.

As duas outras questões da referida categoria trazem a compreensão acerca da caracterização dos tipos de produção. Ao exemplo do que foi relatado na entrevista, ficou evidente que os agricultores têm dificuldades em compreender

o que representam as três terminologias questionadas. Duas das propriedades consideravam-se agroecológicas, o que para Gliessman (2001), deve visar à sustentabilidade do agrossistema, por meio da aplicação de princípios ecológicos e as famílias não dominam esse saber científico, embora desenvolvem no seu cotidiano práticas ecológicas.

Todas as propriedades familiares afirmaram que também consomem a produção oriunda dos mesmos cultivos que comercializam, sendo a produção voltada para a comercialização direta e para o autoconsumo, variando conforme as condições de demanda dos consumidores. Duas famílias responderam que utilizam húmus provindo de composteiras em seus canteiros, além de esterco dos animais que criam na propriedade. Essas ações indicam que os agricultores mesmo que não compreendam perfeitamente os conceitos relacionados à agroecologia, utilizam práticas baseadas no seu saber-fazer e que são agroecológicas ou atendem a sustentabilidade à medida que usam a ciclagem e reaproveitamento de recursos naturais da propriedade.

A categoria IV compreende a comercialização dos produtos provenientes da agricultura familiar do município, onde todos os entrevistados responderam que comercializam diretamente na feira todos os produtos que produzem, variando a oferta conforme a sazonalidade dos cultivos. Duas famílias participam duas vezes na semana da feira livre e as outras duas famílias, participam uma vez na semana, sob organização dos próprios feirantes e afirmam que não possuem mão de obra e produtos suficientes para aumentar o número de participações na feira livre. Porém, nesse aspecto precisaríamos melhor compreender sobre a demanda por produtos da feira pelos consumidores, pois o público que frequenta a feira ainda é pequeno. Percebe-se que a maior procura na feira ocorre na safra de algumas frutas, como o pêssego e que nesse caso a demanda é maior do que a capacidade de oferta por parte dos feirantes. Esses números de participações na feira são considerados baixos, se comparados com o número total de famílias de agricultores familiares existentes no município, que totalizam 2.514 famílias (EMATER/ASCAR, 2019).

Seria de grande relevância conhecer os motivos que levam os demais produtores a não participar da feira, sendo uma sugestão futura de pesquisa, a

quem possa interessar. Considera-se que o público consumidor também tem papel fundamental no estímulo para ampliação da comercialização de produtos na feira, pois a procura deveria ser maior pela sensibilização em relação à qualidade dos produtos e como meio de valorização do comércio local. Além do poder público e da própria extensão rural na mobilização de ações em prol do desenvolvimento dessa prática junto aos agricultores que apresentam potencial para esse tipo de produção.

Na última questão da categoria IV, somente os membros da propriedade B, comercializam exclusivamente por circuitos curtos. As demais famílias agricultoras, além dessa forma de comercialização direta na feira livre, participam do PNAE. As compras públicas por meio dos mercados institucionais são estratégias de promover a maior inserção comercial dos agricultores familiares e desenvolver o território em que estão inseridos, além de estimular a diversificação produtiva e de fontes de renda nas propriedades rurais, é uma iniciativa fundamental para os municípios. As propriedades A e a D também comercializam de forma indireta, em um mercado local do município. Cabe ressaltar que do ponto de vista da mão de obra familiar, em alguns casos considera-se difícil aumentar os canais de comercialização, devido ao fato de não ter pessoas suficientes para atender todas as demandas que surgem desde a preparação dos canteiros e demais atividades agrícolas da propriedade, até quem se desloca para a feira para desempenhar a venda direta ao consumidor.

Por outro lado, através do planejamento e empreendedorismo rural, podem-se alterar formas de comercializar, passando a utilizar a entrega a domicílio de cestas, fidelização de clientes por meio de agregação de valor aos produtos, diferenciação na forma de recebimento das receitas provindas dos clientes, como a utilização de cartões de crédito e débito. Um exemplo da inovação na forma de entrega dos produtos, conforme Santos (2020), foi a adaptação ao cenário empresarial da Polifeira do Agricultor, feira da agricultura familiar que ocorre na cidade de Santa Maria/RS. A mesma buscou através de seus agricultores participantes, garantir a entrega com qualidade e segurança aos seus clientes em meio ao novo cenário de quarentena, imposto pela pandemia

de Covid-19, oferecendo o serviço de entregas domiciliares através de pedidos feitos via WhatsApp, implementando o “Fique em casa: a Polieira vai até você”.

Além da organização coletiva entre os membros da feira para atingir um maior número de vendas durante os dias da feira, compra de insumos coletivos, onde se busca barganhar o preço com os fornecedores, dentre outras atividades que podem ser utilizadas através da inovação, com intuito de continuar competindo com os diferentes tipos de comércio convencionais.

A categoria V possui uma amplitude maior em relação ao conhecimento campesino e as práticas de gestão rural adotada pelas famílias. Pois as mesmas são influenciadas por diversos aspectos, como a educação dos membros da família, a faixa etária, a percepção acerca dos padrões empresariais exigidos para se manter no mercado, as políticas públicas, a relação social e cultural adquirida em suas próprias comunidades locais e atribuída à relação com seus consumidores.

Quando questionadas em relação à realização de um planejamento de produção na propriedade e o controle de custos e receitas, as quatro famílias responderam que não o realizam em cadernos, anotações ou planilhas. Utilizando-se de conhecimento empírico atrelado as suas condições de vida e peculiaridades locais para controlar, por exemplo, a quantidade que deve ser plantada em cada safra. Isso se deve ao fato que alguns dos respondentes, encontram-se em uma faixa etária entre 50 e 60 anos, o que contextualiza que na época que deveriam frequentar a escola, muitos não obtiveram as mesmas condições socioeconômicas, inclusive abdicando dos estudos para auxiliar nas atividades da propriedade.

Neste contexto, ainda em relação às questões da categoria V, sobre as formas de comercialização por circuitos curtos diretos, a família A disse que irá manter as formas que utiliza que são a feira do município e o mercado local, onde salientou que consegue comercializar através da emissão de nota fiscal pelo bloco de produtor rural.

A família B, participante da feira, também relatou que tem interesse em ampliar as vendas para o mercado local do município. Já as famílias C e D

afirmam que não possuem interesse em mudar ou ampliar as formas de comercialização, visto que a quantidade produzida pelos mesmos seria insuficiente para a demanda e não possuem mais mão de obra disponível na propriedade para ampliação da produção.

Em relação à assistência técnica recebida pelos produtores, a mesma ocorre por meio da EMATER/ASCAR, a qual se relaciona em sua maioria com os aspectos produtivos da propriedade e incentivos a cursos e participação em eventos que possibilitem ao produtor conhecer novas dinâmicas de trabalho e troca de saberes com demais produtores familiares.

Em relação às questões da categoria VI, todas as famílias afirmaram que estão participando da criação da Associação dos Produtores de Hortifrutigranjeiros de Jaguari – APRHOJAR¹¹, que está sendo articulada entre os mesmos e a EMATER do município, visando contribuir para a organização coletiva na busca por reivindicações que lhes são de direito e políticas públicas que atendam às necessidades dos associados, bem como, em prol da coletividade e o fortalecimento das relações sociais.

Quando questionados sobre a participação em cursos e eventos, todos afirmaram que participam na medida do possível, priorizam eventos no próprio município ou nos municípios vizinhos, desde que não afete o andamento das atividades realizadas no cotidiano da propriedade.

No que tange as maiores dificuldades encontradas pelos agricultores familiares que comercializam por circuitos curtos na feira de Jaguari/RS, pode-se ressaltar que para a propriedade A, a comercialização dos produtos é sua maior dificuldade, visto que não utilizam muitos métodos de divulgação e gostariam de aumentar as vendas para produzir mais. Afirmam que a cidade de Jaguari/RS é um espaço bastante vinculado com o contexto rural e é comum as pessoas cultivarem grande parte das hortaliças e frutas que consomem, além de processarem parte dessa produção em compotas, doces etc... ou mesmo terem

¹¹A associação fundada por 22 agricultores, em 20 de julho de 2018, contou com o auxílio da EMATER municipal. Tendo como objetivo reunir e organizar os produtores hortifrutigranjeiros, prestando as orientações necessárias sobre a produção e comercialização dos produtos, além da promoção de eventos e intercâmbio entre os associados, visando fortalecer a defesa dos interesses coletivos de seus membros.

familiares residentes no meio rural onde se abastecem desse tipo de produção. Esses fatores também contribuem para a redução na procura por esses produtos na feira. Para a propriedade B, a dificuldade também foi à comercialização dos produtos, apontando que a feira livre da agricultura familiar da cidade é pouco divulgada. Já a propriedade C, afirmou que sua maior dificuldade é a infraestrutura das estradas rurais que levam até a cidade, onde a feira acontece. A família D, não apontou que encontra muitas dificuldades com a comercialização dos produtos. Comentou que além de melhorias em seus canteiros na propriedade, a feira necessita de mudanças em sua estrutura física na praça em que estão instalados, facilitando a visualização dos produtos pelos moradores da cidade e clientes que passam pelo local. Salientou que a divulgação da feira deveria ser maior no próprio município.

Também como possibilidade de ações para fortalecimento da feira e ciente da limitada mão de obra disponível na propriedade para aumentar a produção dos produtos, sugerem-se alternativas para ampliar os negócios por meio de novas formas de comercialização e manutenção das relações de confiabilidade com os consumidores. Dentre as quais, agregar valor aos produtos visando um nicho específico de consumidor, que aprecie alimentos saudáveis, da agricultura familiar, primando pela qualidade e conhecimento da origem e processamento deles. Pode-se utilizar de inovações simples que facilitem o acesso dos produtos provindos da agricultura familiar até a casa dos clientes, como tele entregas com datas e horários definidos ou trabalhar com cestas de produtos específicos.

Outras melhorias que podem ser discutidas para implantação, seriam nas estruturas que acomodam os produtos, como mesas e prateleiras, cobertura do local para evitar a exposição ao sol e chuva, que deteriora os produtos. Bem como, a divulgação do local, com uma placa que fizesse referência a feira, de fácil visualização, além de divulgação em locais públicos do município, como rádios e eventos, contanto com o apoio de políticas públicas e programas municipais.

Na parte da contribuição das ações do trabalho na organização da dinâmica de comercialização e *marketing*, foi realizada a oficina para apresentar aos feirantes orientações em relação à disposição dos produtos nas mesas e

notou-se a aceitação pelos mesmos e uma melhora em relação às quantidades e diversificações dos produtos, gerando a impressão para os clientes que as opções de oferta tinham aumentado. Também, foi levado aos feirantes opções de materiais simples e úteis que poderiam melhorar a relação com os clientes e a partir do diálogo e das sugestões dos mesmos se chegou a definição para confecção de uma etiqueta para colocar o preço e mais algumas informações básicas de cada produto (Figura 2) comercializado na feira.

Figura 2. Etiqueta para adicionar informações sobre os produtos comercializados na feira. Jaguari, 2020

PRODUTO: _____

PREÇO: _____

DATA DE FABRICAÇÃO: __/__/__

DATA DE VALIDADE: __/__/__

CONSERVAÇÃO:
() Refrigeração () Congelamento () Temp. Ambiente

Fonte: Arquivo pessoal do autor

No último encontro da oficina foram entregues as etiquetas adesivas, num total de 400. Em relação ao pós venda, tentou-se uma simples ação de modo que sensibilizasse os consumidores após a compra dos produtos e assim intensificar a fidelização e um *feedback* sobre a importância que os mesmos tem para os feirantes, o qual dependem do interesse das pessoas em consumir os produtos da feira e não em locais convencionais. Desta forma, foram confeccionadas aproximadamente 130 lembranças feitas com sementes crioulas e um cartão (Figura 3), no qual constava uma mensagem de agradecimento e o *site* da página da rede social da feira, a fim de ampliar a divulgação da mesma. A página da feira na rede social foi construída por meio da Emater-Ascar do município para aproximar mais a feira dos consumidores e alcançar um maior público e informar os dias da feira, publicar imagens dos produtos em destaque, além de gerar um sentimento de autoestima nos feirantes por estarem mais “visíveis” na comunidade.

Figura 3. Lembranças confeccionadas para entrega aos consumidores da feira. Jaguari, 2020



Fonte: Arquivo pessoal do autor

A observação e o contato com os feirantes no ambiente da feira durante todas as etapas da ação deste trabalho possibilitaram melhor compreender quanto ao funcionamento da mesma, a forma como cada agricultor apresenta seus produtos e faz a abordagem do consumidor. Além das exigências e expectativas do consumidor em relação ao produto, sua origem e especificidades, denotou-se a importância do conhecimento campesino e da educação do campo, como instrumentos fundamentais para que ocorra na venda direta, uma relação de confiança sobre a produção e o consumo dos alimentos lá comercializados.

Dessa forma, compreendeu-se como são utilizadas as redes de comercialização por circuitos curtos na agricultura familiar no município e buscou-se por meio de oficinas, dentre os resultados da pesquisa, proporcionar sensibilizações aos agricultores familiares, de modo que possam buscar por maiores espaços de comercialização no município e melhorar a dinâmica de atuação na feira no que diz respeito aos produtos e a relação com os consumidores.

5 Considerações finais

Este trabalho possibilitou o reconhecimento da feira da cidade de Jaguari como o principal circuito curto de comercialização de produtos da agricultura familiar no município e os produtos principais são as hortaliças, frutas, grãos e alguns processados artesanalmente.

Todos os feirantes consideram que seus produtos são mais saudáveis para alimentação em vista de serem produzidos com menor uso de insumos químicos, embora não tenham clara a compreensão sobre a produção agroecológica.

O tamanho das propriedades e o número de membros demonstram que é possível produzir alimentos saudáveis utilizando apenas a mão de obra familiar e os conhecimentos, que são frutos das vivências de cada agricultor no meio em que vivem ou de aprendizados provindos da sucessão familiar. A comercialização dos produtos por circuitos curtos é uma alternativa viável para os agricultores, pois é um processo relativamente simples, não havendo grandes exigências para a participação dos mesmos. Eles contam com o auxílio da EMATER/ASCAR desde a parte produtiva até a organização para a comercialização. A participação feminina nos processos desenvolvidos fortalece o seu papel como liderança e persistência na manutenção da família e na sucessão dentro da própria propriedade.

A gestão de custos é ponto que ainda carece de muita demanda de conhecimento por parte dos feirantes pelo fato de praticamente não realizarem nenhum acompanhamento sobre os custos e receitas da propriedade ou pelo menos em relação à produção comercializada na feira. E especialmente nesse aspecto as ações institucionais de extensão precisam continuar para ofertar a esses agricultores a oportunidade de acessarem esse tipo de conhecimento.

Aprimorar a organização do controle dos custos e receitas inclui também a flexibilização nas formas de pagamentos, visto que hoje existem ferramentas que auxiliam na transparência e comodidade dos clientes, como transferências bancárias e máquinas de cartões de crédito e débito. Ainda, pode-se utilizar da captação de grupos de clientes de mesmo interesse através do uso de mídias sociais, facilitando através do *marketing* e desenvolvimento de marca própria, resgatar a essência da cultura da agricultura familiar, aliando a facilidade de consulta de preços e a realização de pedidos de determinado produto e suas quantidades disponíveis, pelos clientes.

Aliar a sazonalidade dos produtos, principalmente as hortaliças, com outros itens também disponíveis na propriedade, como as frutíferas, que podem ser

conservadas por mais tempo, na forma de sucos, conservas, geleias, doces, cucas e bolos. Esta é uma forma de buscar manter a renda nos meses que se dispõe de poucas opções de produtos *in natura*, onde a interferência da temperatura, da seca ou da chuva são maiores na produção. Há também a opção pelo agroturismo e pela colheita diretamente na propriedade.

Outra forma para melhorar as vendas é através do empreendedorismo e da gestão rural, buscando estarem ativos nas tendências do mercado. Seja com novas experiências para os clientes, como degustação dos produtos ou sugestões de modo de preparo dos ingredientes, mostrando qual a contribuição para o cliente que adquire determinado alimento. Aqui cabe ressaltar a importância de participar dos cursos e eventos que possibilitem ao agricultor visualizar as estratégias utilizadas pela concorrência e aprimorá-las, valorizando suas próprias potencialidades.

Há questões que extrapolam os limites deste trabalho, pois é notável a falta de interesse dos consumidores, que possuem o poder econômico de compra desses produtos, vinculados a falta de implementação das políticas públicas em âmbito municipal. Isso pode acarretar no baixo número de feirantes, bem como no desestímulo desta forma de trabalho e sustento no município. Talvez para próximas pesquisas, poder-se-ia buscar compreender se o estabelecimento de alguns benefícios ou contrapartidas municipais incentivaria a um número maior de participantes e resultaria no desenvolvimento socioeconômico dos mesmos.

A educação do campo contribui para a aprendizagem integral do sujeito, possibilitando que se ampliem as perspectivas do mesmo em relação ao seu modo de vida do e no campo, fortalecendo a construção de relações sociais e familiares que visam valorizar seu cotidiano e contribuir para a geração de renda das propriedades.

Referências Bibliográficas

BASTOS, P. de M. A.; et al. **Determinantes da pobreza no meio rural brasileiro**. Revista de Estudos Sociais, v. 20, n. 41. p. 4-30. 2018.

BERNARDO, E. G.; RAMOS, H. R.; VILS, L. **Panorama da Produção Científica em Empreendedorismo Rural: Um estudo bibliométrico**. Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas – REGEPE. v. 8, n. 1, p. 102-125, jan/abr. 2019.

BERTONCELLO, A. G.; MELO, A. de M. C. **Empreendedorismo rural tem endereço?** 15 Colloquium Socialis. v. 01, n. 1, p.15-20, jan/abr. Presidente Prudente: 2017.

BORTOLETO, E. J. et al. **A educação do campo enquanto um horizonte para o desenvolvimento de um modelo de economia**. Polêmica - Revista Eletrônica da Uerj, v. 17, n.1, p. 54-72, janeiro, fevereiro e março. 2017.

BRANCHER, V. R.; CANTERLE, L. D.; MACHADO, F. de C. (Org.). **Metodologia(s) da Pesquisa em Educação Profissional e Tecnológica: Dilemas e Provocações Contemporâneas**. Brazil Publishing. 2018.

BRASIL. **Decreto nº 9.064, de 31 de maio de 2017**. Institui o Cadastro Nacional da Agricultura Familiar. Brasília: 2017. Disponível em: <<https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/2017/decreto-9064-31-maio-2017-785001-publicacaooriginal-152929-pe.html>>. Acesso em: 25 jun. 2019.

BRASIL. Estado do Rio Grande do Sul. **Decreto nº 49.341, de 05 de julho de 2012**. Cria o programa Agroindústria Familiar do Estado do Rio Grande do Sul. Assembleia Legislativa. Disponível em: <<https://www.sdr.rs.gov.br/upload/arquivos/201604/07111342-dec-49-341-cria-o-programa-estadual-de-agroindustria-familiar.pdf>>. Acesso em: 25 jun. 2019.

BRASIL. **Lei nº 11.326, de 24 de julho de 2006**. Lei das Diretrizes para a formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais. Brasília: 2006. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2006/Lei/L11326.htm>. Acesso em: 19 abr. 2019.

BRASIL. **Lei nº 13.680, de 14 de junho de 2018**. Lei sobre a fiscalização de produtos alimentícios de origem animal produzidos de forma artesanal. Brasília: 2018. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/Lei/L13680.htm>. Acesso em: 25 ago. 2019.

BRASIL. **Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996**. Lei das Diretrizes e Bases da educação Nacional. Brasília: 1996. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9394.htm>. Acesso em: 02 jul. 2019.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Proagro 2017**.

Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/assuntos/riscos-seguro/risco-agropecuário/proagro>>. Acesso em: 26 set. 2019.

CALDART, R.S. et al. **Como se formam os sujeitos do campo? Idosos, adultos, jovens, crianças e educadores**. Brasília: 2006.

CAMBRUZZI, C.; RUBIM, L. **O papel da mulher agricultora familiar na preservação da paisagem rural**. Seminário Internacional Fazendo Gênero 10. Florianópolis: 2013.

CHAVES, R. de Q. C.; MAGALHÃES, A. M.; BENEDETTI, O. I. S.; BLOS, A. L. F.; SILVA, T. N. **Tomada de decisão e empreendedorismo rural: um caso da exploração comercial de ovinos de leite**. Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional - G&DR, v. 6, n. 3, p. 3-21, set-dez. Taubaté: 2010.

Confederação Nacional dos Trabalhadores na Agricultura. **Quem somos**. 2019. Disponível em: <<http://www.contag.org.br/index.php?modulo=portal&acao=interna&codpag=1&nw=1>>. Acesso em: 23 jun. 2019.

DAROLT, M. R.; LAMINE, C.; BRANDENBURG, A.; ALENCAR, M.de C. F.; ABREU, L. S. **Redes alimentares alternativas e novas relações produção-consumo na França e no Brasil**. Ambiente & Sociedade, v. XIX, n. 2, p.1-22. São Paulo: 2016. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/asoc/v19n2/pt_1809-4422-asoc-19-02-00001.pdf>. Acesso em: 29 set. 2019.

EMATER/RS- ASCAR. **Apresentação**. Disponível em: <<http://www.emater.tche.br/site/a-emater/apresentacao.php#.XXI0vy5KjIU>>. Acesso em: 11 set. 2019.

EMATER/RS- ASCAR. **Relatório de postagens do estudo de situação e plano operativo**. Jaguarí: 2019.

ESTEVAM, D. de O.; MIOR, L. C. **Inovações na agricultura familiar: as cooperativas descentralizadas em Santa Catarina**. Florianópolis: Insular. 2014.

FANTINI, A.; ROVER, O. J.; CHIODO, E.; ASSING, L. **Agroturismo e Circuitos Curtos de Comercialização de Alimentos Orgânicos na Associação “Acolhida na Colônia” – SC/Brasil**. Revista de Economia e Sociologia Rural, v. 56, n. 03, p. 517-534, jul./set. Piracicaba: SP. 2018.

FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS. **Feeding the world, caring for the earth. Farmers Family**. 2014. Disponível em: <<http://www.fao.org/resources/infographics/infographics-details/en/c/230925/>>. Acesso em: 07 mai. 2019.

FREIRE, P. **Educação do Campo: Identidade em construção**. 2. ed. 2011.

FREITAS, R. E. **Produtividade no Brasil: desempenho e determinantes**. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada - IPEA. Capítulo 12, p. 373-409. 2014.

GAFFURI, J.; TEODORO, P. A. V. B.; MIYAZAKI, J.; SCHMIDT, R. M.; NAZZARI, R. K.; BERTOLINI, G. R. F. **Empreendedores rurais como gestores de negócio para o provimento do desenvolvimento agrícola.** UNIOESTE - Campus de Cascavel. 2005.

GAZOLLA, M.; SCHNEIDER, S. (org.). **Cadeias Curtas e redes agroalimentares alternativas: negócios e mercados da agricultura familiar.** Editora da UFRGS, Porto Alegre: 2017.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 5ª edição. São Paulo: Atlas, 2010.

GLIESSMAN, S. R. **Agroecologia: processos ecológicos em agricultura sustentável.** 2. ed. UFRGS, Porto Alegre: 2001.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Levantamento Sistemático da Produção Agrícola. Prognóstico da Produção Agrícola Estadual para 2017.** Rio Grande do Sul: 2016. Disponível em: <<https://www.agricultura.rs.gov.br/upload/arquivos/201702/22101156-lspa-prognostico-da-producao-agricola-estadual-para-2017.pdf>>. Acesso em: 20 jun. 2019.

JUNG, C. F. **Metodologia Científica e Tecnológica. Módulo 2: Hipótese, Modelo, Achado, Teoria e Lei.** Unicamp: 2009. Disponível em: <<http://www.dsce.fee.unicamp.br/~antenor/mod2.pdf>>. Acesso em: 22 abr. 2019.

KISCHENER, M. A.; KIYOTA, N.; PERONDI, M. A. **Sucessão geracional na agricultura familiar: lições apreendidas em duas comunidades rurais.** Mundo Agrário, v. 16, n. 33, 2015. Disponível em: <<https://www.mundoagrario.unlp.edu.ar/article/view/MAv16n33a07>> Acesso em: 15 mar. 2020.

LIMA, F. dos S. **Extensão Rural ou Extensão Global?: Um paradigma em transição: [Os reflexos da Globalização sobre o Futuro da Agricultura e do Serviço de Extensão Rural no Brasil].** Sociedade Vicente Pallotti. Santa Maria: 2010.

MARQUES, J. B. V.; FREITAS, D. de. **Fatores de caracterização da educação não formal: uma revisão da literatura.** Revista Educação e Pesquisa, v. 43, n. 4, p. 1087-1110, out./dez. São Paulo: 2017.

MARSDEN, T.; BANKS, J.; BRISTOW, G. **Food supply chain approaches: exploring their role in rural development.** Sociologia Ruralis, v. 40. n. 4. 2000. Disponível em: <<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/1467-9523.00158>>. Acesso em: 29 set. 2019.

McELWEE, G. **The enterprising farmer: A review of entrepreneurship in agriculture.** Journal of the Royal Agricultural Society of England. January. Englad:2006.

MOLINA, M. C. Brasil. Ministério do Desenvolvimento Agrário. **Educação do Campo e Pesquisa: questões para reflexão.** Brasília: 2006.

PEREIRA, V. G. et al. **A feira-livre como importante mercado para a agricultura familiar em Conceição do Mato Dentro (MG)**. UNITAU. v. 10, 20 ed, dez, São Paulo: 2017.

SANTOS, R. G. **UFSM produz material para estimular a economia local**. Universidade Federal de Santa Maria. Assessoria de Comunicação da PRE. Disponível em: <<https://www.ufsm.br/2020/04/06/ufsm-produz-material-para-estimular-a-economia-local/>>. Acesso em: 05 nov. 2020.

SECRETARIA ESPECIAL DA AGRICULTURA FAMILIAR E DO DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO. **Plano Safra da Agricultura Familiar 2017/2020**. Disponível em: <http://www.mda.gov.br/sitemda/sites/sitemda/files/user_img_1684/3Baixa_Cartilha_Plano_Safra_2017.pdf>. Acesso em: 25 jun. 2019.

SILVA, B. J. da. **Circuitos curtos de comercialização de alimentos orgânicos: emancipação socioeconômica na agricultura familiar?** Dissertação de Mestrado - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Ciências Agrárias. Santa Catarina: 2015. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/158869/336756.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 22 abr. 2019.

SOUZA, P. et al. **Conhecimento tradicional e práticas agroecológicas como forma de resistência da ruralidade no Planalto Sul de Santa Catarina**. Extensão Rural. UFSM, Santa Maria, v.23, n.4, 2016.

SIMÕES, C. G.; BANNWART, T. **Financiando Sistemas De Baixas Emissões de Carbono para a Agricultura Familiar em Mato Grosso**. IPAM Amazônia: Setembro, 2018. Disponível em: <http://ipam.org.br/wp-content/uploads/2018/11/publicac%CC%A7a%CC%83o_pronaf_web.pdf>. Acesso em: 15 mar. 2020.

VIEIRA, L. F. **Agricultura e agroindústria familiar**. Revista de Política Agrícola. Vol. 7. n. 1. 1998. Disponível em: <<https://seer.sede.embrapa.br/index.php/RPA/article/view/195/159>>. Acesso em: 23 jun. 2019.

Apêndice 1 - Entrevista semiestruturada aplicada aos agricultores familiares e suas categorias de análise

Informações para o(a) participante voluntário(a): Você está convidado a responder esta entrevista anônima que faz parte da coleta de dados do projeto de extensão intitulado Incentivo a gestão de custos junto aos agricultores familiares que comercializam na feira do município de Jaguari/RS sob responsabilidade da acadêmica Fernanda Tamiosso Wesz e Docente Carina Rejane Pivetta, do Curso de Especialização em Educação do Campo e Agroecologia do Instituto Federal Farroupilha – *Campus Jaguari*. Caso você concorde em participar da entrevista, leia com atenção os seguintes pontos: a) Você é livre para, a qualquer momento, recusar-se de responder as perguntas que lhe ocasionam constrangimento de qualquer natureza; b) você pode deixar de participar da pesquisa e não precisa apresentar justificativas para isto; c) sua identidade será mantida em sigilo; d) caso você queira, poderá ser informado(a) de todos os resultados obtidos com a pesquisa, independentemente do fato de mudar seu consentimento em participar da pesquisa.

Roteiro da entrevista:

QUESTÃO INICIAL					CATEGORIA DE ANÁLISE
1. Qual a comunidade em que a propriedade se localiza e qual a área em hectares?					I - Aspectos gerais sobre os agricultores familiares
2. Quanto a composição familiar:					
Nome	Idade	Escolaridade	Parentesco (esposa, esposo, filho ...)	Marcar com x qual é o entrevistado	
3. Como iniciou as atividades na agricultura familiar?					II – Dinâmica de trabalho na propriedade
4. Quem da família ajuda na produção? De que forma?					
5. São todos membros da mesma família que trabalham na propriedade ou contam com mão de obra de terceiros?					
6. Quais as atividades produtivas da propriedade?					III – Fatores de geração de renda e atividades produtivas
7. Qual a atividade que mais contribui para geração da renda da propriedade?					
8. Você considera que sua produção é ecológica, agroecológica ou orgânica? Por quê?					
9. Existe a produção para o autoconsumo na propriedade? Como é produzida (tipo de insumos utilizados)?					

10. Quais os cultivos que são destinados a comercialização na feira?	IV – Comercialização dos produtos e a feira municipal
11. Qual a periodicidade em que comercializa os produtos na feira?	
12. Quais os locais que comercializam a produção?	
13. A família realiza o planejamento da produção da propriedade?	V – Conhecimento e práticas campesinas na gestão rural
14. Existe o controle dos custos (despesas) e lucros (ganhos) na propriedade? Se sim, quem realiza essa atividade e como (anotação em caderno, guarda as notas fiscais)?	
15. Tem interesse em vender de outra forma que não seja a direta ao consumidor?	
16. Recebe assistência técnica de alguém? Quem? Ela é suficiente para a demanda existente?	
17. Faz parte de alguma organização da agricultura familiar, como cooperativa, associação?	VI – Troca de saberes e maneiras de ampliação das opções de comercialização
18. Participa de cursos, eventos ou trocas de experiências com outros agricultores?	
19. Considerando toda a sua propriedade, qual a sua maior dificuldade hoje?	