



UNILAB

**UNIVERSIDADE DA INTEGRAÇÃO INTERNACIONAL DA LUSOFONIA AFRO-
BRASILEIRA
INSTITUTO DE DESENVOLVIMENTO RURAL
CURSO DE AGRONOMIA**

**FEIRA AGROECOLÓGICA DA ASSOCIAÇÃO CRISTÃ DE BASE – A.C.B-
CRATO-CE: AVANÇOS E DESAFIOS.**

LUIZELA CONSTÂNCIA FERNANDES RODRIGUES CABRAL

REDENÇÃO – CE

2020

LUIZELA CONSTÂNCIA FERNANDES RODRIGUES CABRAL

FEIRA AGROECOLÓGICA DA ASSOCIAÇÃO CRISTÃ DE BASE – A.C.B- CRATO-
CE: AVANÇOS E DESAFIOS.

Trabalho de conclusão de curso
apresentado à Universidade da Integração
Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira -
UNILAB, como requisito para o
recebimento do título de Engenheiro
Agrônomo.

COMISSÃO EXAMINADORA

Prof. Dr. Joaquim Torres Filho (Orientador)

Universidade da Integração Internacional da Lusofonia afro-Brasileira

Prof. Dr. Ciro de Miranda Pinto (Examinador)

Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira

Profa. Dra. Maria Gorete Flores Salles (Examinadora)

Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira

REDENÇÃO-CE
2020

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente à Deus, por me sustentar durante os momentos mais difíceis. Agradeço também a minha família, em especial aos meus pais, minha mãe Carolina Vaz Fernandes e meu pai Teobaldo Cabral pelo dom da vida, aos meus irmãos Kevin, Vanessa, Laissa, Dina, por todo apoio e carinho prestado, minha avó Nha Ida por me apresentar ao meio rural quando eu ainda era uma criança e por fazer de mim a mulher que hoje sou, minha tia Irene pelo apoio e por ser a minha segunda mãe.

Agradeço a Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira, local em que fiz grandes amizades durante estes 05 anos de graduação. Agradeço imensamente ao Meu mestre e ilustre Professor Rodrigo por acreditar em mim e me fazer entender que com pequenos gestos podemos fazer grandes diferenças nesse mundo.

Agradeço especialmente ao Professor Dr. Joaquim Torres, por toda a sua amizade, confiança e disposição em me ensinar a ser não apenas um bom profissional, mas também um bom ser humano. Agradeço aos colegas de grupo de pesquisa NEA por toda a disponibilidade e paciência em me auxiliar. Agradeço a banca examinadora: Aos professores Gorete e Ciro por todas as contribuições que fizeram durante minha vida acadêmica e por servirem de exemplo para nós que estamos concluindo a graduação.

Agradeço a todo o corpo docente da UNILAB por cada ensinamento a mim concedido. Agradeço a todos amigos e conhecidos, agradeço aos amigos de graduação Aurea, Mikail, Magno, Gilson, por todo o apoio a mim dado e por toda a parceria durante estes 05 anos.

Agradecimentos ao **CNPq** pelo financiamento da pesquisa e da bolsa de estudos; a A.C.B, pela parceria e apoio e a UNILAB agradeço a todos que de alguma forma contribuíram para a realização desta pesquisa. A quem porventura não citei, deixo também o meu muito obrigado.

Agradeço toda a família da Sra. Socorro, por ter me acolhido em sua casa e me dado todo o suporte, agradeço aos donos da pousada Pé de serra, Lidiane e Francisco, pela hospitalidade.

RESUMO

Feiras agroecológicas constituem um nicho de mercado com grandes perspectivas e que contribuem para geração de trabalho e renda de agricultores familiares. Produzem para o consumo e vendem o excedente. Um exemplo é a feira agroecológica da ACB no Crato -Ce. O Núcleo de Estudos em Agroecologia e Produção Orgânica do Maciço de Baturité, parceiro da ACB, realizou pesquisas de monitoramento e avaliação da feira em três instâncias: gestão, vendedores e clientes. Com base nesses resultados, realizou-se uma avaliação de prováveis cenários futuros de oportunidades, ameaças com base nos pontos fortes e fracos alcançados. Com base nos resultados observa-se a necessidade de uma maior diversificação de alimentos oferecidos, bem como um aumento na quantidade; uma campanha de marketing mais efetiva, bem como a capacitação contínua dos feirantes. A acessibilidade é outra coisa a ser pensada dado o grande fluxo de veículos na rua aonde a feira é realizada. Por outro lado, programas governamentais e políticas públicas são necessárias para o crescimento da feira.

Palavras-chaves: agroecologia, agricultura familiar, comercialização

SUMÁRIO

<u>1. INTRODUÇÃO</u>	5
<u>2. METODOLOGIA</u>	9
<u>3. RESULTADOS E DISCUSSÃO</u>	10
3.1. <u>Oportunidades</u>	16
3.2. <u>Ameaças</u>	17
<u>4. CONCLUSÃO</u>	18
<u>5.REFERÊNCIAS</u>	18

1. INTRODUÇÃO

A agricultura familiar tem um papel importante na geração da economia brasileira. Além de sua relevância social para amenizar o êxodo rural e a desigualdade social, este campo de produção deve ser considerado um forte componente na geração de riquezas não apenas para o setor agrícola. A melhoria de renda dos agricultores, por meio de sua maior inclusão no mercado, tem impacto em todas as regiões do país, interior e grandes centros (PORTUGAL, *et al*, 2007). Posto isso, ela é considerada uma forma de ocupação e inclusão social na área agrícola, pois possibilita a qualidade e inclusão social em simultâneo a uma maior e mais diversidade na oferta de alimentos à população, produzindo sob formas sustentáveis, com alimentos de qualidade e diversificado (MULUF, 2004).

Um grande problema que se observa na agricultura familiar é que esta apesar de se mostrar viável, a exemplo do que ocorre em muitos países avançados, faz-se necessária a integração de políticas consistentes que garantam a reprodução desse segmento, promovendo o desenvolvimento, criando empregos e reduzindo a pobreza no campo (TELLES *et al*, 2008). Uma necessidade que se faz para com esse segmento é o incentivo à produção com a diminuição de políticas paternalistas e que ofereçam oportunidades de capacitação contínua para uma atuação mais empreendedora, de tal sorte a tornar o agricultor mais consciente da realidade econômica do mercado, buscando a sustentabilidade do negócio rural.

A agricultura familiar tem o mérito de ser o principal agente do desenvolvimento comercial local, pois seu incentivo leva ao desenvolvimento de outros setores econômicos, como o de serviços nas pequenas e médias cidades do interior do Brasil. Dessa forma, percebe-se que estabelecer um projeto de desenvolvimento local, ou regional, baseado na agricultura familiar sustentável é ao mesmo tempo, necessidade e condição de fortalecimento da economia de um grande número de municípios brasileiros (XAVIER, 2004).

Uma das preocupações diz respeito as questões de comercialização do excedente da produção na agricultura familiar. Neste ponto, as feiras livres constituem um canal importante de negócios, pois além de fazerem parte de grandes paisagens de cidades brasileiras, são espaços que fortalecem as relações entre quem vende e quem compra, proporcionando o contato direto com seus consumidores, pois essa

oportunidade gera uma grande satisfação para estes, de tal modo que só assim eles criam vínculo de troca de conhecimentos e informação, aumentando o valor ao produto. Entretanto salienta-se que para melhoria da feira e da comercialização, os agricultores devem evitar o maior número possível de atravessadores. É justamente por isso, que as feiras agroecológicas são os locais onde se comercializam os produtos sem intervenção de atravessadores (TEDESCO *et al*,1999).

Um dos pontos que agregam valor ao processo de comercialização na agricultura familiar é quando ela é conduzida de forma agroecológica. A agroecologia fundamenta-se em conjuntos de técnicas e metodologia que integram princípios agronômicos, ecológicos e socioeconômico, visando interações ecológicas e sinergismo entre os componentes biológico, de forma que eles próprios tenham a capacidade de fertilizar o solo (ALTIERI, 2001), essas técnicas abordam vários conhecimentos, desde da sua implementação até a comercialização dos produtos gerados desse sistema de produção.

A comercialização de produtos agroecológicos, é realizada através de feiras agroecológicas. De uma forma geral, tanto no Brasil bem como nos outros países, a feira vem ganhando terreno no mercado livre (PIMENTA, 2008). Esse crescimento, vem sendo motivado por movimentos agroecológicos que possuem nas famosas feiras agroecológicas, espaços para comercialização de produtos limpos, isentos de agrotóxicos e que são produzidos em modelos de cultivo que respeitam o ambiente, o homem e o consumidor.

Mas nem tudo são flores na agricultura familiar e tudo é feito com muito sacrifício, principalmente por falta de uma consistente política governamental que a incentive. Para alguns agricultores familiares a comercialização é um grande desafio que ainda enfrentam, pois utilizam o meio tradicional de comercializar os seus produtos, na porteira de sítios e fazendas, beira de estradas e até nos próprios quintais, por falta de tempo e conhecimento de mercado, bem como da sazonalidade, de modo que acabam perdendo autonomia de comercializar seus próprios produtos. Daí porque:

A comodidade e a limitação do tempo dedicado a produção são responsáveis pela venda da produção aos atravessadores ou intermediários como queiram chamar e deste modo, boa parte do que poderia ser um negócio, faz do agricultor familiar um refém de um mercado gerenciado por intermediários da comercialização (TORRES FILHO *et al*, 2018)

Posto isso, conforme os autores acima, com uma boa orientação e um bom planejamento, ele pode profissionalizar mais sua produção e buscar uma alternativa segura de produção e comercialização.

O que acontece é que os desafios são grandes nas feiras agroecológicas. O que se observa é a baixa autonomia na comercialização e venda direta de alimentos produzidos aos consumidores, fato este que pode contribuir, de forma significativa para estimular mudanças internas nos sistemas produtivos, estimulando cada vez mais o processo de conversão de agricultores familiares convencionais para a agroecologia. Com base nesta realidade, a realização de feiras agroecológicas é uma opção simples e eficaz para trazer o agricultor familiar agroecológico para estreitar laços de amizade e comercialização com os consumidores.

Então a estratégia se baseia de que modo? MARTINEZ (2006) afirma que os motivos que levam os consumidores a procurar as feiras agroecológicas são, "...por ordem, a qualidade (produto fresco e sem veneno), o preço (mais barato), e a oportunidade da conversa, do "bate-papo", da solidariedade. Veja-se bem os critérios citados, ligados a qualidade, preço, solidariedade e amizade, procurando demonstrar que esta intimidade é fundamental para o que poderia se chamar de "rastreamento" do alimento produzido, mas de uma maneira diferente, pois a informação chave é obtida com quem produz ou com quem reside na região produzida.

Do ponto de vista de uma visão holística, a proximidade entre quem cultiva e comercializa, com quem compra, é pautada na visão que se tem do sistema agroecológico, nos princípios da agroecologia, na autonomia, na biodiversidade, na complexidade e na capacidade de geração de trabalho e renda para agricultores familiares, os quais produzem alimentos para consumo e vendem o excedente.

Segundo Santos *et al* (2013) em uma feira agroecológica os produtos comercializados obedecem aos princípios agroecológicos, ou seja, em seu processo produtivo não são utilizados adubos químicos nem pesticidas. Este sistema, não só pensa em produzir alimentos, bem como respeita os limites do ecossistema e biologia dos solos e não agride a natureza procurando respeitar o ambiente de forma sustentável, ecologicamente correto e socialmente justo. Diferentemente do sistema

convencional, que aprimora a monocultura, fazendo uso de altas doses de agrotóxicos nas produções, que são extremamente prejudiciais ao solo e a saúde humana.

Como consequência do uso abusivo de agroquímicos, os solos se contaminam, o equilíbrio ecológico cede para um agroecossistema em completo desequilíbrio a tal ponto de não se conseguir mais cultivar qualquer espécie vegetal. Diante de tantas consequências de saúde que esses produtos utilizados em sistemas de cultivos convencionais têm trazido ao ser humano, os consumidores têm cuidado nas escolhas do seu alimento optando por alimentos livres de agentes químicos sintéticos, que são capazes de alterar desde o desenvolvimento sexual humano até a formação do comportamento da inteligência e o funcionamento do sistema imunológico (COLBORN *et al* 1997).

No estado do Ceará, uma das feiras agroecológicas mais tradicionais e antigas é a feira agroecológica da Associação Cristã de Base (ACB), que foi criada em junho de 2003 no município do Crato, realizada semanalmente, às sexta-feira, em frente a sua sede, na Rua dos Cariris. A feira tem proporcionado o favorecimento de outras relações com o meio ambiente e as questões sociais nas comunidades, além do estímulo ao estabelecimento de parcerias interinstitucionais e redes de informações, que vem gerando referência regional, principalmente na orientação a proposição de políticas públicas.

O funcionamento da feira da A.C.B ocorre toda sexta-feira de manhã, das 5 às 10h, quando recebe visitantes de vários bairros da cidade do Crato. Os agricultores que são fornecedores, foram devidamente capacitados pela A.C.B e são cientes da qualidade e das exigências dos consumidores para com os produtos ofertados. A comercialização ocorre em barracas padronizadas fornecidas por esta O.N.G, porém o local onde se realiza a feira não é muito adequado, isto porque não dispõe de uma boa infraestrutura, o que coloca em risco a exposição dos produtos e bem-estar dos feirantes nas épocas chuvosas.

O Núcleo de Estudos em Agroecologia e Produção Orgânica do Maciço do Baturité da UNILAB (NEA), realizou parceria com a A.C.B para realização de pesquisas diagnósticas sobre a feira na visão dos gestores, agricultores/comerciantes e consumidores. Com os dados destas pesquisas, debruçou-se sobre os possíveis gargalos, avaliando os pontos fortes, fracos, oportunidades e ameaças do ponto de vista dos avanços e desafios da feira como um programa de geração de trabalho e

renda e troca de saberes com o público. Assim, o presente trabalho teve como objetivo avaliar a Feira Agroecológica da Associação Cristã de Base – A.C.B – observando os pontos fortes, fracos, oportunidades e ameaças e a possível visão de futuro baseada nos avanços e desafios que se apresentam na gestão e condução da feira.

2. METODOLOGIA

O município de Crato está localizado na região do Cariri Cearense, no sul do Ceará segundo os dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE (2010), com uma população de 121.428 habitantes, densidade geográfica de aproximadamente 104 hab/km². A feira agroecológica, está sediada no centro da cidade no município de Crato – CE na Rua dos Cariris, 61, defronte à Associação Cristã de Base – A.C.B

Para o desenvolvimento do presente trabalho, foi realizada previamente uma análise das experiências vivenciadas pelos feirantes da feira de A.C.B, procurando entender as relações que existem entre os feirantes/consumidores de forma a saber quais as suas dificuldades e conquistas, entrelaçadas nas atividades cotidianas desses trabalhadores.

A metodologia adotada partiu de pesquisas realizadas na feira, aplicação de questionários semiestruturados com perguntas claras e objetivas, visando conhecer os benefícios que os agricultores obtêm em ter oportunidade de participar da feira e dos desafios que enfrentam; levantamento bibliográfico, com o intuito de compreender a forma de produção, verificar a relação dos feirantes/ consumidores com o sistema agroecológico na produção de alimentos e as dificuldades encontradas para que permaneçam na feira.

De acordo com Gil (2002), a entrevista estruturada se desenvolve a partir de uma relação fixa de perguntas. Esta técnica consiste em fazer uma série de perguntas a um informante, conforme roteiro pré-estabelecido, onde esse roteiro pode constituir-se de um formulário/questionário que será aplicado da mesma forma a todos os informantes/sujeitos da pesquisa.

Para coleta de dados foi utilizado um questionário composto por questões claras e objetivas. Vale salientar que os dados utilizados no presente trabalho foram

de pesquisas realizadas anteriormente e que serviram de base para o estudo, pertencente ao projeto desenvolvido pelo NEA. Esses dados serviram de base para determinação da assinalação dos pontos fortes, fracos, oportunidades e ameaças, estudo esse que foi realizado em função do feedback obtido. Nesses questionários procurou-se saber por meios dos participantes quais os pontos fortes e fracos da feira.

As perguntas foram feitas diretamente aos consumidores e feirantes que se encontravam presentes no período de 6 às 8 horas. A feira conta com a participação de 10 feirantes, sendo que no horário estabelecido e de forma aleatória, foram entrevistados 17 consumidores e 8 feirantes. As respostas foram tabuladas e a análise dos dados foi efetuada através de análise descritiva de acordo com as percentagens referentes às perguntas formuladas e ao número de entrevistados durante a realização da pesquisa.

Com base nos resultados obtidos procurou-se listar os possíveis avanços e desafios enfrentados na forma de identificar os pontos fortes, pontos fracos, oportunidades e ameaças, dentro de uma visão holística.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Um dos desafios no mercado de feiras agroecológicas é o diferencial que o empreendimento apresenta quando comparado as feiras já existentes e quais as suas vantagens competitivas, além da própria abertura do nicho de mercado em uma dada localidade. Em princípio se torna claro e evidente que o tratamento dado na criação de feiras agroecológicas é na maioria das vezes totalmente desprovido de toda e qualquer qualificação profissional que possua visão empreendedora, além do mais, a maioria dos agricultores que são ao mesmo tempo produtores e comerciantes, apresenta um poder de negociação que nem sempre tem ideia do mercado no tocante a oferta e procura dos produtos.

Partindo desse princípio, os resultados de pesquisas aplicadas na Feira da A.C.B demonstraram claramente a presença de pontos fortes, pontos fracos, bem como de ameaças e oportunidades. No tocante aos pontos fortes da “organização da feira”, ficou claro a existência de um bom grau de organização, seleção e preparação de seus filiados. Em que pese este “know-how”, algumas ações de capacitação com

relação a organização necessitam ser aprimoradas, dada a dinâmica do mercado e o incremento das relações interpessoais e comerciais com os clientes consumidores. Salienta-se aqui que, na feira os agricultores que participam da comercialização se dividem entre os que produzem e comercializam e os que somente comercializam, de tal sorte que esta situação corrobora com as observações de Tedesco *et al*, (1999).

Quanto a qualidade dos produtos, fica evidente que os consumidores da feira de A.C.B, estão satisfeitos com o resultado, principalmente quando eles mencionam com grande entusiasmo que os produtos ofertados são de excelente qualidade. Quando comparam os produtos adquiridos nas feiras convencionais ou mesmo nos supermercados, acreditam que os ofertados na feira, são considerados de melhor qualidade, muito embora se verificou ao longo dos dois anos de acompanhamento que a oferta ainda deixa a desejar e por ser pouca não estimula uma demanda maior. Neste ponto cabe destacar que a feira no tocante aos produtos ofertados segue piamente as observações de Santos *et al*, (2013), com produtos produzidos no sistema agroecológico sem uso de agroquímicos e respeitando as questões ambientais.

Esse ponto forte atribuído pelos consumidores reside no fato de que é uma tendência mundial a demanda de alimentos mais limpos por parte dos consumidores, daí mencionam com bastante segurança, que o tempo de vida útil desses produtos nas prateleiras das suas residências é maior e o aroma e sabor são superiores aos produzidos no sistema agrícola convencional e comercializados nas feiras tradicionais. Se nota claramente que o perfil do consumidor difere bastante daquele das feiras tradicionais, porque na feira agroecológica eles não só compram, mas procuram obter informações sobre a origem do produto, método de cultivo, etc.

Contudo, nota-se que a forma como os produtos são expostos e armazenados não são tão adequadas, carecendo de uma maior atenção no tocante a capacitação dos feirantes para com apresentação de seus produtos. O aprimoramento da apresentação e disposição do que é comercializado, é de fundamental importância para chamar mais atenção dos consumidores e atrair outros, pois se sabe que a maioria destes, adquire o alimento com base na sua qualidade e como é disponibilizado na barraca. Registre-se também a necessidade de se melhorar a forma de transporte e armazenamento do produto, de forma a garantir a boa apresentação e aparência.

Com relação aos preços dos produtos, eles são variados dependendo da sua sazonalidade. Contudo, ainda observa-se que alguns consumidores ficam receosos na hora de comprar, justificando que os produtos expostos na feira possuem preços mais elevados do que nas feiras comuns, enquanto outros afirmam que os preços não variam muito e são bem em conta. Neste quesito, verifica-se uma projeção de olhares diferenciados que possivelmente tenha a ver com o poder aquisitivo do cliente ou mesmo, a fraca capacidade de entender que é um preço justo, vindo do ponto de vista das inúmeras dificuldades que os produtores enfrentam para levar esses produtos a feira. O mais importante é que seja estimulado uma maior produção de alimentos para melhorar a questão relacionada a oferta do que é comercializado e conseqüentemente apresentar preços melhores e mais competitivos.

Quanto ao local da feira, em que pese sua boa localização, bem no centro do Crato, um ponto que merece destaque diz respeito a acessibilidade e a necessidade de um bloqueio para veículos pelo menos de forma parcial da rua na qual a feira se realiza, para permitir uma circulação mais tranquila de pedestres, haja vista que atualmente, o movimento e circulação de veículos ocorre normalmente.

A feira não é somente uma feira de agroecologia, mas um ponto de encontro e um espaço de lazer e de interatividade, onde observa-se que durante o processo de aquisição dos produtos, sempre existe uma troca de conversa entre os que comercializam com os que adquirem os produtos demonstrando assim uma harmonia e intimidade entre eles. Entretanto é importante manter essa interação, adotando boas práticas educativas que proporcionam o melhor entendimento desse sistema de produção “ agroecológico capacitando assim os que comercializam. Nesse sentido, vale a pena ressaltar a observação do Candiotto et al, (2008) de que trabalhar permite não só ter relações econômicas, pois”(...) não deixando de lado sua inserção no mercado vez maior, que é de produtos agroecológicos, mas atuando no mercado com relação mais solidarias” (p. 223).

No tocante a outro ponto positivo, qual seja, “trocas de saberes”, é importante frisar, que é uma ferramenta importante na perpetuação de conhecimentos empíricos, fazendo assim uma relação com conhecimento moderno, possibilitando tanto um aumento de conhecimentos, saberes tradicionais e inovações. Contudo verifica-se que na feira da A.C.B essa troca de saberes ainda é pouco notável, ou difundida, isto por falta de recursos ou mesmo de capacitação profissional dos

responsáveis da feira. Diante disso seria interessante promover rodas de conversas, intercâmbios entre agricultores e feirantes, palestras e oficinas com o intuito de aprimorar e incentivar a participação de todos.

Quanto a produção agroecológica, é evidente do quão importante ela é tanto para os feirantes, agricultores bem como para os consumidores, pois esta forma de produção proporciona criação de ecossistemas produtivos, economicamente viáveis, bem como preserva o ambiente na qual estão inseridos. Por outro lado, é notável a satisfação e orgulho dos agricultores da feira em optar por essa forma de produzir os alimentos, que além de garantir a sua renda familiar, proporciona a sua sustentabilidade e vida saudável. Para manter este entusiasmo dos agricultores é necessário capacitá-los tecnicamente, de forma que eles possam difundir cada vez mais esse conhecimento e forma de produção, garantindo a sua permanência no campo. Um ponto importante é que os clientes sempre desejam saber um pouco mais sobre como, onde e quando os alimentos são produzidos.

A feira em muito contribuiu e contribui para a melhoria da qualidade de vida dos agricultores que produzem e comercializam os produtos do ponto de vista econômico e social. Considera-se um avanço grande nas vidas dos envolvidos e muitos relataram que nas suas vidas financeira e econômica houve melhorias, pois além de conseguir o complemento para o seu próprio sustento vendendo os seus produtos aos consumidores, que por sua vez adquirem alimentos saudáveis e livre de utilização de agrotóxicos, evita a venda indireta, sem a necessidade de atravessadores.

Quanto à produção de alimentos para o consumo próprio, de modo geral a agricultura familiar é voltada para agricultura de subsistência, com os agricultores produzindo os seus próprios alimentos, vendendo o excedente na feira para melhorar a renda familiar, de forma adquirirem os complementos que eles não produzem. Entretanto sua permanência na feira é importante, visto que tal produção e comercialização ajudam a construir a segurança econômica que a família necessita para se lançar em novos desafios de trabalho.

Contudo torna-se necessário criar, ou melhor, ampliar e integrar novos projetos e programas e ações públicas com intuito de assegurar e superar as diversas dificuldades que essas pequenas famílias de agricultores passam, no que diz respeito

a segurança alimentar destes, para que melhorem as condições de satisfazer as demandas principais, dentre eles se destacam o acesso aos alimentos.

No tocante ao avanço da socialização e cidadania, vale ressaltar que é promissor a capacidade de o agricultor entender que o seu espaço de trabalho não serve apenas para comercializar os seus produtos, que conseqüentemente garantem seu sustento familiar, mas também, ela contribui de uma certa forma para distração local, que por alguns é vista como uma terapia, onde os problemas, as angústias, inquietações são amenizadas, durante o processo de comercialização, de modo que num circuito curto de conversa, compartilha-se alegria, empatia e harmonia.

Todavia para que a cidadania prevaleça dentro desse circuito é necessário, que tanto os feirantes como consumidores percebam que um pequeno gesto de humildade e respeito faz toda a diferença no dia-a-dia de cada individuo em particular, contribuindo assim para uma sociedade melhor.

Nesse sentido, é auspicioso a assiduidade dos fiéis consumidores da feira A.C.B, que semanalmente se dirigem para adquirir os produtos, embora por outro lado, nem todos os consumidores têm o mesmo privilégio, porque alegam que por motivo que transcendem aos seus desejos, como por exemplo, a ida ao trabalho que muitas vezes é no mesmo horário da feira, não os permitem frequentar semanalmente. Tal fato demonstra que os consumidores confiam e creem nos produtos que os são ofertados, podendo-se inferir que os produtos ofertados são de total interesse destes.

Quanto aos alimentos limpos, os produtos ofertados na feira de A.C.B são livres de agrotóxicos, saudáveis e de boa qualidade. Por outro lado é relevante a continuidade da feira, como forma de resistência em continuar e mostrar para todos que ainda indagam essa possibilidade, que é possível sim, produzir e proporcionar um alimento saudável e de qualidade nos produtos expostos bem como suas variedades promovendo uma qualidade de vida na prevenção e promoção dos clientes. Com isso torna necessário manter a boa higienização do espaço, onde os produtos são expostos e armazenados.

Em relação ao encontro de pessoas, salienta-se que, entre espaços de compra e venda se pode detectar uma movimentação inusitada de pessoas de diferentes níveis sociais, vindas de diferentes bairros, com intuito de comprarem os seus alimentos. A feira de agroecologia da A.C.B, permite que os encontros entre produtores, feirantes e fregueses, criem diferentes formas de sociabilidade, elaborem

histórias em meio a uma complexa rede de conversa que liga diversidades de pessoas e situações, pois mostra-se ir além.

Contudo ainda é complexo o diálogo entre os que vendem e os que compram, pois se faz necessário que os agricultores sejam capacitados e qualificados, no que diz respeito conhecimento dos sistemas agrogeológicos, para que no momento da venda, tenham a capacidade de sensibilizar os clientes acerca dos princípios agroecológicos, de forma a se sentir mais atraída a visitarem a feira. Por sua vez, os clientes também fazerem o mesmo em suas residências com suas famílias e amigos, atraindo mais consumidores de produtos agroecológicos que a natureza agradece.

No tocante ao ponto negativo da divulgação, a feira de A.C.B, poderia ser melhor divulgada em vários meios de comunicação, rádios, TVs, e carros de sons, porém ainda é muito fraca a divulgação, principalmente nas redes sociais, com isso, leva muitas pessoas a não frequentarem a feira por simples questão de não saberem que ela existe. Por outro lado, membros do grupo gestor da A.C.B alegam que a divulgação não pode ser muito intensiva, pois não há produção de alimentos suficiente para uma demanda estimulada pelo marketing.

Estratégia de marketing é fundamental, por se tratar de uma divulgação mais segmentada e direta, pois a exposição da feira se mostra uma janela de oportunidades para gerações que produzem, comercializam e compram, além de permitir que os feirantes não apenas vendam, mas também aumentem a visibilidade tanto local como regionalmente.

Quanto a falta de políticas públicas direcionadas a aquisição de terras, durante a entrevista, alguns feirantes afirmaram que não possuem a posse da terra, sendo que são moradores, parceiros, e arrendatários, ou seja vivem de rendas, pois precisam pagar renda da terra, dividindo a produção com o proprietário da terra ou mesmo pagar em dinheiro, para garantir a sua permanência no campo. Isso é parte integrante de algumas dificuldades que alguns agricultores passam. Contudo torna-se urgente pensar em criar políticas públicas que possibilitem esses pequenos agricultores familiares a adquirirem sua terras de forma merecida, para que possam produzir com segurança os seus produtos, melhorando também o seu bem-estar.

Com relação a capacitação dos agricultores e feirantes da feira da A.C.B, estes recebem orientação e capacitação através de cursos, palestras sempre que

necessário, bem como fazem visitas de intercâmbio noutras regiões do Ceará e estados vizinhos. Contudo essas capacitações deixam um pouco a desejar, ficando muito aquém, sendo necessária uma dinâmica frequente. Todavia há necessidade de aprimorar esses conhecimentos tornando mais dinâmica e diversificada as metodologias utilizadas na capacitação, de forma a se sentirem mais seguros, na questão de uso técnicas inovadoras e tecnologias, até porque nem todos sabem manusear as novas tecnologias.

Quanto a logística, percebe-se que esta se constitui em um ponto fraco que precisa ser trabalhado urgentemente, pois os agricultores foram beneficiados com alguns materiais, como barracas, blusas e chapéu, porém esses materiais não apresentam uma boa qualidade, no que diz respeito ao conforto e o bem-estar para dos feirantes. Situação idêntica ocorre com a exposição dos produtos comercializados na feira, sem falar que são levados por transporte fretados pelo próprio agricultor, fato este que resulta em mais uma despesa para o comerciante, pois cada um arca com seu próprio pagamento do transporte da roça até a cidade.

Diante do exposto é de fundamental importância, se pensar quais são as oportunidades e ameaças que podem afetar prosseguimentos desse espaço de comercialização de produtos agrícolas.

3.1. Oportunidades

- **Visibilidade e aceitação** – Uma melhor divulgação da feira, principalmente nas redes sociais, terá um grande impacto sobre as classes sociais A, B e C, contribuindo para uma maior participação do público na feira.
- **Parcerias** – Procurar parcerias para fortalecer a realização da feira, pois ficando limitada somente a A.C.B é restringir demais o leque, daí porque o sistema agropecuário estadual, universidades, institutos federais, outras organizações sociais, podem e devem ser parceiros de um evento dessa magnitude
- **Valorização de agricultura familiar** – Procurar realizar parcerias com Fetraece, Fetrace, Senar, Senac, etc, de modo a ampliar os potenciais de realização e divulgação da feira, principalmente para um público formador de opinião, valorizando deste modo a agricultura familiar.

- **Elevação de importância de agroecologia** – O grande diferencial é que os produtos fornecidos são oriundos do sistema agroecológico dentro dos princípios de ambientalmente correto, sustentável e economicamente viável.
- **Empreendedorismo** - Através de parceria a ser firmada com o SEBRAE, trabalhar o caráter empreendedor da feira e dos comerciantes, no sentido de profissionalizar mais o empreendimento.
- **Venda direta para consumidor com entregas programadas** – Trabalhar a possibilidade de estimular vendas via redes sociais com apresentação de combos de hortaliças para pessoas que residem sozinha, para aqueles que trabalham e não podem ir até a feira, para famílias de 4 pessoas e se for o caso até para restaurantes.
- **Diversidade de ofertas de produtos** – Oferecer um leque de opções de alimentos é uma oportunidade clara de se diversificar a feira, oferecendo mais opções de produtos aos consumidores.
- **Aumento de consciência ambiental e sustentável** – Procurar firmar parcerias com setor público e privado para incluir a feira em programas de educação ambiental, estimulando a discussão, produção e consumo de alimentos limpos e de boa qualidade.

3.2 Ameaças:

- **Concorrências com outras feiras** – É natural o surgimento de outras feiras, principalmente quando um dos componentes da feira da A.C.B, se desliga desta associação e vai instalar uma outra feira similar e de igual porte em outro bairro da cidade, sem contudo não apresentar o mesmo conceito que a realizada pela A.C.B possui.
- **Ausência de projetos e políticas públicas para a realização do evento** – A ausência de projetos que visam incentivar a implantação e manutenção de feiras de agroecologia é uma ameaça grande, que pode levar ao desistímulo de agricultores. Do mesmo modo as políticas públicas para um evento desta natureza.
- **Falta de incentivo com linhas de crédito** – a falta de incentivo a linhas de créditos que estimulem o aumento da produção agrícola e de comercialização é um

dos fatores limitantes e ameaçadores, haja vista que estes agricultores não dispõem de recursos próprios para este fim.

4. CONCLUSÃO

A feira Agroecológica da Associação Cristã de Base – A.C.B em muito contribui para o enriquecimento cultural e produtivo do município do Crato-CE, pondo na mesa dos seus clientes alimentos de qualidade, saudáveis e livre de veneno, criando assim oportunidades de interação social de muitas famílias do campo que além de ir á busca de retorno financeiro, aprimoram pessoal e profissionais.

A feira além de desempenhar um papel importante como complemento de renda dos feirantes por intermédio da economia solidária, agroecologia e agricultura familiar, possibilita o bem-estar das pessoas que consomem os seus produtos no que se refere a inclusão social e educação alimentar.

Por outro lado, os resultados mostram que os feirantes carecem de apoio, se deparando atualmente com várias dificuldades, principalmente de apoio de programas de incentivos financeiros.

É de fundamental importância a criação de Políticas Públicas e parcerias inter-institucionais, governamentais e não-governamentais, com o objetivo de promover o desenvolvimento local/regional voltado para incentivo à produção agroecológica, criando fundos de investimentos recursos humanos e financeiros, principalmente destinados a comercialização através de feiras agroecológicas.

REFERÊNCIAS

ALTIERI, M. (2001). **A dinâmica produtiva da agricultura sustentável**. Porto Alegre. COLBORN, T.; DUMANOSKI, D.; MYERS, J. P. *O futuro roubado*. São Paulo: L&PM, 1997.

CANDIOTTO, L. Z. P; CARRIJO, B. R; OLIVEIRA, J. A. De. **Agroecologia e as agroflorestas no contexto de uma agricultura sustentável**. São Paulo – SP. 2008. Disponível em:
Acesso em: 28 de Set. 2017.

EHLERS, E. **O que se Entende por Agricultura Sustentável**. São Paulo, Universidade de São Paulo, 1994, dissertação de mestrado em ciência ambiental.

GIL, A. C. **Metodologia científica**. São Paulo, 2002.

MALUF, R. S. **Mercados agroalimentares e a agricultura familiar no Brasil: agregação de valor, cadeias integradas e circuitos regionais**. Ensaios FEE, Porto Alegre, v. 25, n. 1, p. 299- 322, abr. 2004. Disponível em: <http://www.fee.rs.gov.br/sitefee/download/ensaios/ensaios_fee_25_1.pdf> Acesso em: 30 jan. 2009.

IBGE, **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística**. 2010. Disponível em: <<http://ibge.gov.br/cidadesat/painel/painel.php?lang=&codmun=230420&search=ceara|crato|infograficos:-dados-gerais-do-municipio>> Acesso em: 01 de Nov. 2019.

MARTINEZ, E. **Os limites do planejamento de produção e comercialização para o abastecimento de feiras agroecológicas o caso de Chapecó (SC)**. 2016

LOVATO, P. E.; PIMENTA, M. L. et al. **Comportamento do consumidor de alimentos orgânicos na cidade de Uberlândia: um estudo com base na cadeia de meios e fins**. 2008.

PORTUGAL, Alberto Duque. **O desafio da agricultura familiar. Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA)**. Artigos, 07 dez. 2004. Disponível em: <<http://www.embrapa.br/imprensa/artigos/2002/artigo.2004-12-07.2590963189/>> Acesso em: 13 jan. 2019.

SCHMIDT, W.(orgs.) **Agroecologia e sustentabilidade no meio rural: experiências e reflexões de agentes de desenvolvimento local**. Chapecó: ARGOS; 2006. p.101-112.

TORRES FILHO, E. **Experiências em ensino, pesquisa e extensão na Unilab: Caminhos e Perspectivas**. 2018.

SANTOS, D. C. L. P, et al. **Empreendedorismo sustentável: perfil dos produtores da feira agroecológica da orla de Olinda-PE**. HOLOS 2 (2013): 148-160.

TEDESCO, J. C. (Org.) **Agricultura familiar: Realidades e perspectivas**. 2ª ed. Passo Fundo: EDIUPF, 1999. 405p.

TELLES, T. S.; TANAKA, J. M. U.; PELLINI, T. **Agricultura familiar: pecuária leiteira como loccus das políticas públicas paranaenses**. Semina: Ciências Agrárias, v. 29, n.3, Set/2008. p. 579-590.

XAVIER, J. H. V. **Análise de ciclo de vida (ACV) da produção agrícola familiar em Unaí-MG: resultados econômicos e impactos ambientais**. 2003. 149 f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Sustentável) - Universidade de Brasília, Brasília, 2003.

