



Encontro Internacional sobre Gestão
Empresarial e Meio Ambiente

AGRICULTURA FAMILIAR E A FORMAÇÃO DE CIRCUITOS CURTOS DE COMERCIALIZAÇÃO ATRAVÉS DAS FEIRAS LIVRES: O CASO DA MATINFEIRA - PR

PATRICIA APARECIDA MODEL
Universidade Federal do Paraná
patricia.model.pl@gmail.com

VALDIR FRIGO DENARDIN
Universidade federal do Paraná
valdirfd@yahoo.com.br

AGRICULTURA FAMILIAR E A FORMAÇÃO DE CIRCUITOS CURTOS DE COMERCIALIZAÇÃO ATRAVÉS DAS FEIRAS LIVRES: O CASO DA MATINFEIRA - PR

Resumo

Podemos definir a feira livre como um local de relações econômicas, sociais e culturais. Estas relações modificam o contexto histórico, bem como potencializam algum tipo de relação identitária entre seus atores. A feira livre, Matinfeira, objeto de análise neste artigo, está inserida no centro do município de Matinhos, estado do Paraná, e ocorre todas as quartas feiras. Recebe inúmeras pessoas, entre moradores locais, veranistas e turistas que interagem cultural e comercialmente, tecendo múltiplas sociabilidades. Este estudo objetiva analisar as formas de comercialização de produtos através dos circuitos curtos, abordando aspectos como invisibilidade econômica e agregação de valores e busca refletir sobre os impactos da temporada de verão e da sazonalidade na feira livre, bem como analisar as relações de identidade, de trocas de saberes e singularidades existente entre os envolvidos neste local. A metodologia usada neste artigo foram pesquisas bibliográficas acerca do assunto e pesquisa de campo com observação do local e entrevista com feirantes para levantamento de dados neste período na busca de compreender a complexidade ali existente.

Palavras-chave: Feiras livres, identidade, circuitos curtos, litoral do Paraná

FAMILY FARM AND THE FORMATION OF SHORT CIRCUITS THROUGH MARKETING OF FREE TRADE SHOWS : THE CASE OF MATINFEIRA - PR

Abstract

We can define the open market as a place of economic, social and cultural relations. These relationships alter the historical context as well as leverage some kind of identity relationship between the actors. The free fair, Matinfeira, is the object of analysis in this article, is inserted into downtown of the municipality of Matinhos, state of Paraná, and it happens every Wednesday. Receives numerous people, including local residents, visitors and tourists to interact culturally and commercially, weaving multiple sociability. This study aims to examine ways of marketing products through short circuits, addressing aspects such as economic invisibility and aggregation values and seeks to reflect on the impact of the summer season and seasonality in the open market, and analyze the relations of identity, exchange of knowledge and existing singularities between those involved in this site. The methodology used in this article was bibliographic research on the subject and field research with observations and interviews with local merchants for data collection will be shown in the search to understand the complexity that exists there.

Keywords : open market , identity , short circuits , the Paraná coast

Introdução

Apesar de historicamente competirem com espaços de comercialização varejista, as feiras livres persistem no tempo e são muito utilizadas no abastecimento de alimentos frescos, produtos especiais e produtos com identidade territorial. Além disso, são reconhecidamente espaços de socialização e resgate cultural.

Mesmo com a importância socioambiental das feiras livres, são raros os trabalhos de pesquisa nesta área, e quando existem na maioria das vezes possuem um caráter estritamente mercadológico, perdendo de vista os aspectos sociais, culturais e de identidade.

As feiras livres são canais de comercialização de produtos da agricultura familiar, porém esta longe de receber a atenção necessária por parte das políticas públicas e os programas de desenvolvimento rural, quando existentes, são marcados por forte caráter produtivista, deixando em segundo plano a análise das categorias sociológicas envolvidas na atividade.

No litoral do Paraná a questão da agricultura familiar e também das feiras livres possuem especificidades por motivos como a sazonalidade local, devido à alta e baixa temporada. Também com o fato de possuir uma área física de 6.057 Km² relativamente pequena, e aproximadamente 82% de sua área coberto com unidades de conservação, que se dividem em; APP (Área de Preservação Permanente), onde não é permitido o uso direto, ou seja, você não pode plantar nem criar animais nesse espaço e APA (área de proteção ambiental) nela, a vegetação natural deve ser protegida, mas você poderá usá-la de uma forma sustentável, ou seja, produzir sem prejudicar os recursos que a natureza oferece. Neste contexto, apresenta um quadro paradoxal de subdesenvolvimento e conservação ambiental, no qual a agricultura familiar apresenta um quadro econômico deficitário. O fato do litoral do Paraná ter sido a primeira região a ser colonizada, não foi suficiente para que a região se tornasse mais desenvolvida, pelo contrário, a região do litoral do Paraná é tida como uma região deprimida economicamente.

O artigo tem por objetivo analisar as formas de comercialização de produtos através dos circuitos curtos de comercialização buscando refletir sobre os impactos da temporada de verão e da sazonalidade, bem como analisar as relações de identidade, especificidades e principais desafios existentes entre os envolvidos neste local.

A análise é estruturada em cinco seções. Na primeira seção discute-se a agricultura familiar sob a perspectiva do “novo rural”. Na segunda seção apresenta-se uma explanação sobre a agricultura familiar no Litoral do Paraná e a possibilidade de desenvolvimento através de circuitos curtos. Em seguida aborda a feira livre como canal de comercialização e relações de identidade. Na quarta seção apresenta a Matinfreira – Feira Livre de Matinhos. Abordando em seguida seus impactos e adversidades, dialoga entre suas questões comerciais, sociais e culturais e procura entender o comportamento deste segmento nos meses de alta temporada e baixa temporada, apontando os principais impactos sobre os feirantes e consumidores.

A metodologia adotada para a construção deste trabalho foi dividida em três fases, a primeira constitui revisão bibliográfica sobre temas como: circuitos curtos de comercialização e agricultura familiar. Também foram estudados textos relacionados indiretamente aos temas, com assuntos desde o capital social, “novas ruralidades” e desenvolvimento, até questões econômicas e ocupacionais. Os dados aqui discutidos foram obtidos através de visita in loco e levantamento de dados no período de janeiro a março de 2014.

Para tanto, foi elaborado um pequeno questionário para ser aplicado aos produtores da feira. O questionário contém questões sobre a visão dos produtores sobre o ambiente em que trabalham e foi aplicado a sete feirantes. Posteriormente os dados obtidos foram tabulados como forma de melhor estruturar as informações levantadas através da pesquisa e facilitar a execução da última fase do trabalho. Por fim, as informações e os dados obtidos foram analisados, de forma quantitativa na busca de compreender a complexidade ali existente.

Agricultura Familiar, Perspectiva de um “novo rural”

As mudanças que ocorrem no Brasil a partir dos processos de industrialização, urbanização e, mais recentemente, de reestruturação produtiva, geram múltiplas conseqüências sobre as relações campo-cidade, resultando em novas dinâmicas e funcionalidades nos âmbitos econômicos, sociais, culturais, políticos e seus conteúdos.

O rural e o urbano vem passando por consideráveis mudanças, desde meados do século XX, o que tem resultado em graduais novas dinâmicas nas relações entre esses recortes territoriais, evidenciando cada vez mais a necessidade de dar novo sentido a eles. Historicamente a ocupação territorial do Brasil foi marcada por conflitos e segundo Brandenburg (2010) a grande propriedade foi dada como vencedora, porém a pequena propriedade vem gradualmente conquistando o seu espaço. E dentro das complexidades do tema ruralidades se faz necessário uma reflexão a cerca deste, pois o processo de modernização tecnológica amplia as relações rural-urbano, indicando uma tendência à urbanização da sociedade. Entretanto paralelamente vem ocorrendo a revalorização do campo, não apenas das atividades agropecuárias, mas também como espaço para viver e desenvolver atividades não agrícolas como turismo, prestação de serviços e outros.

A crescente deterioração das condições de vida nas cidades brasileiras, por um lado, e a presença de novas atividades, funções, sujeitos e agentes sociais nos espaços rurais, por outro, tem levado a uma revalorização do campo, apreendido não apenas como o lugar de desenvolvimento das atividades agropecuárias, mas também como espaço para se viver e desenvolver também atividades não agrícolas como turismo, prestação de serviços e outros. Em virtude dessas mudanças, houve a emergência de novas perspectivas e enfoques de análise sobre as relações campo-cidade e rural-urbano que consideram outras dimensões e processos e não apenas aqueles centrados nas atividades econômicas.

O rural tido com *tradicional*, em que, segundo Holanda (1978) a grande propriedade da origem a unidades sociais organizadas, quase completas às necessidades materiais e sociais se contrapõe com a pequena propriedade familiar onde se deu origem a organizações sociais como núcleos – colônias, comunidades, vilas rurais, bairros.

Atividades não agrícolas também fazem parte da tradição do camponês, que desenvolvem funções como artesanato, carpintaria, marcenaria, inclusive pequenos comércios (BRANDEMBURG, 2009 apud SEYFERTH, 1974). E dentro destas características da

vivência tradicional campesina, a busca por melhorias na qualidade de vida se dá por ações de coletividade que fazem do território um espaço de vida e de trabalho.

O rural *moderno* se traduz quando a sociedade se moderniza e impõe seu ritmo e seu padrão de vida ao campo, e as condições de vida e a vida social se redefinem e se reorganizam.

Constitui uma transformação que se verifica à medida que o camponês se integra à sociedade de mercado e participa das relações comerciais. Trata-se de um novo ajustamento relacionado às situações diversas que implica gradativamente um rompimento de uma vida econômica e social centrada na vida comunitária rural (BRANDEMBURG, 2010, p422).

A transformação que se dá para um rural moderno estimula a produção agrícola e fomenta grandes propriedades, tornando-a cada vez mais mecanizada, tornando a mão de obra assalariada e cada vez mais precária. Em razão disso, o campo se esvazia, o êxodo rural cresce, principalmente entre os jovens, que encontram ocupações mais simbolicamente valorizadas e em muitas vezes com remuneração superior a agrícola, onde a primazia pelo rendimento econômico pressiona o mundo rural e resulta na perda de identidade e desintegração social.

A modernização não atingiu todos os espaços do ambiente rural, permanecendo situações de um ambiente tradicional. Gerando assim um rural novo, reflexivo. O rural *socioambiental*, onde o moderno e o tradicional se fundem e toma um novo sentido e a natureza é revalorizada. Um rural socialmente reorganizado e que tradicional e moderno não são opostos e sim componentes de uma ruralidade multidimensional. Os agricultores que antes organizavam sua vida em torno da igreja, agora se organizam em torno de associações. A rede de sociabilidade antes comunitária ampliou-se para um universo além da colônia.

Nesse contexto, da sociabilidade observa-se que agora é o campo que atrai a cidade e passa a se nutrir culturalmente com antigas tradições. Neste sentido, para Brandenburg (2010) esse quadro contribui para se distanciar do tempo em que o rurícola, caipira, era visto como rústico, não civilizado, expressado pelo símbolo do Jeca Tatu ou até mesmo, como cita Wanderley (2009) onde o camponês era a representação do atraso e da incultura.

O surgimento de um novo movimento, definido como “novo rural brasileiro”, acabou por estimular uma série de estudos voltados para a qualificação dessa nova tendência, que tem como proposição o fim da representação do mundo rural atrelada à atividade agrícola.

Segundo Wanderley (2009, *apud* Graziano da Silva 1996), o crescimento das atividades não agrícolas é uma decorrência da ampliação do mercado de trabalho urbano para as áreas rurais. Destaca também as famílias pluriativas, com combinações de atividades agrícolas e outras ocupações, como estratégia de melhoria de condições de vida, ou até mesmo de permanências no campo.

O “novo rural” nega o fim do mundo rural, assim com a dualidade previsto no modelo de modernização e estimula o rural como modo de vida onde o camponês possa também utilizar o espaço rural como forma de contemplação e produção de paisagens que serão consumidas por segmentos do turismo.

O “novo rural brasileiro” tem estimulado uma série de estudos voltados para qualificar esta nova tendência que tem como premissa a ruptura da representação do mundo rural atrelada a atividade agrícola. Para Graziano da Silva (1996), o crescimento das atividades não agrícolas é uma decorrência da ampliação do mercado de trabalho urbano para as áreas rurais, sobretudo as mais próximas das grandes cidades.

As famílias de pequenos produtores rurais que combinam atividades agrícolas e atividades não agrícolas são denominadas como pluriativas, já que exercem mais de uma atividade econômica. Para os agricultores familiares ‘é fundamental buscar um diferencial de atuação dentro do mercado para sobreviver diante do agronegócio.

Ao mesmo tempo em que não é possível desconsiderar as intensas transformações ocorridas nas relações entre o campo e a cidade derivadas dos processos de globalização, industrialização, urbanização e, mais recentemente, da reestruturação produtiva, não é adequado adotar uma visão homogeneizadora, sob o risco de não se entender a realidade nas suas múltiplas dimensões.

A análise do rural brasileiro mostra que coexistem na contemporaneidade, diferentes rurais. Compreender o rural brasileiro é levar em conta tantos os diferentes tempos de ruralidades quanto os diferentes espaços. Os diferentes tempos que encontramos dificultam as generalizações, pois desconsiderar essas diferenças pode resultar em equívocos no que tange às políticas de intervenção, daí o porque de estudos localizados.

Agricultura Familiar no Litoral do Paraná e a possibilidade de desenvolvimento econômico através dos circuitos curtos de comercialização

O litoral do Paraná possui uma área física de 6.057 Km², entre o Oceano Atlântico e a Serra do Mar, distribuídos em sete municípios (Antonina, Guaratuba, Guaraqueçaba, Matinhos, Morretes, Paranaguá e Pontal do Paraná), sendo Guaraqueçaba o maior, com área de 2.019 Km² e Matinhos o menor, com área de 117 Km² (SCORTEGANA, 2005).

Além de uma importante cobertura florestal, o litoral do Paraná apresenta ecossistemas naturais bastante variados: seus mangues figuram entre aqueles de melhor conservação no Brasil, e o estuário já foi considerado como um dos principais do mundo em termos de produtividade primária. No ano de 2006, o litoral paranaense possuía 82,48% de seu território coberto por Unidades de Conservação e/ou áreas protegidas. Destacando dentre os municípios Guaraqueçaba, com 98,76% coberta por UCs e/ou área protegida, Guaratuba 98,47% e Antonina com 85,32% (DENARDIN et al., 2008). Ficando caracterizado nesta região um paradoxo, no qual convivem, a conservação ambiental e o subdesenvolvimento por parte das famílias dos pequenos agricultores.

Nos anos 60, houve uma política de incentivos fiscais elaborada pelo governo federal, visando o desenvolvimento de atividades agroflorestais, o programa FASET (Fundo de Investimentos Setoriais). A implementação deste programa incentivou uma série de empresas e indústrias à constituírem grandes propriedades agrícolas no litoral paranaense, apropriando-se de terras ainda devolutas ou adquirindo aquelas pertencentes aos agricultores familiares, obrigados pela crise agrária a deixar a região. Em outros casos, pura e simplesmente expulsaram os agricultores pela força ou por manobras jurídicas (MIGUEL e GUÉRAULT, 1990). Isso acabou por prejudicar ainda mais os pequenos agricultores, pois os grandes produtores acabaram por se apropriar de mais de 80% das terras da região (FIBGE, 1980 e 1985), obrigando os agricultores familiares a vender força de trabalho aos agricultores patronais. Como consequência a implantação do programa desencadeou a aceleração do desmatamento da Mata Atlântica.

A aceleração do processo de desmatamento das áreas de Mata Atlântica e de degradação dos ecossistemas de estuário e a eclosão de numerosos conflitos, tanto fundiários como relativos a utilização dos recursos naturais, fizeram com que, em 1985, a totalidade do litoral norte do Paraná, fosse classificado como "área de proteção ambiental" pelo Ministério do Meio Ambiente (IPARDES, 1989).

Historicamente, segundo Andrade (2011) a agricultura familiar no litoral do Paraná, assim como em todo Brasil, foi fortemente afetada pela abertura comercial e a desregulamentação de mercados, vindo de sucessivas crises na década de 80. Sendo evidenciada na década de 90 tanto na área acadêmica onde diversos estudos procuraram desenvolver modelos rurais baseados na inclusão dos pequenos produtores, como no cenário político, onde movimentos sociais buscaram impulsionar políticas de reforma agrária. Em julho de 2006, a Lei n 11.326 fortaleceu o conceito de agricultor familiar, permitindo ser estudada em suas mais diversas faces antes oculta em uma infinidade de termos e conceitos. Apesar de sua importância, a agricultura familiar ainda carece muito de apoio institucional para seu desenvolvimento, fortalecimento e fomento de alternativas para a comercialização da produção.

De acordo com Wilkinson (2008), novos mercados podem ser formados pela agricultura familiar aproveitando-se de uma vantagem estratégica na medida em que forem ligados à tradição, à natureza, ao artesanal e ao local. Podendo-se dizer que a feira livre é a melhor alternativa de escoamento de produção, neste caso, pois garante uma renda semanal aos agricultores, sem a intervenção dos atravessadores e com a comercialização direta, consegue um maior preço aos produtos.

O caminho percorrido por um produto, desde o momento de sua produção até a sua disponibilização ao consumidor final, é realizado por uma série de atividades distintas. Nesse caminho a matéria-prima sofre várias transformações operadas por intermediários, sendo que, a cada uma dessas atividades, são repartidos os valores acrescentados aos produtos. O caminho mais curto realizado pelo produto corresponde ao circuito curto de comercialização, no qual o produtor vende diretamente seus produtos ao consumidor, independente de transformado ou não (LEADER, 2010). Os circuitos curtos propiciam que a produção e o consumo se deem no mesmo território, beneficiando sua cidade ou região.

A comercialização em circuitos curtos traz vantagens econômicas, sociais e culturais; desenvolve condições para práticas de reciprocidade através de trocas e favores realizados entre vizinhos; impulsiona a criação de associações e cooperativas pela necessidade de formalização das relações; e promove o desenvolvimento local, alterando a dinâmica social e

econômica com uma maior circulação de renda, serviços e produtos (LEADER, 2010). Algumas formas de exploração de circuitos curtos são à venda de porta em porta, às feiras livres, as cooperativas agrícolas e também alguns programas como o PAA – Programa de Aquisição de Alimentos, do governo federal.

A Feira Livre como Canal de Comercialização e “Lócus” de Relações Identitárias

No Brasil, a origem das feiras data do período Colonial, momento em que se multiplicaram rapidamente, cumprindo a função de abastecimento de alimentos aos primeiros adensamentos humanos. Mesmo com a modernidade, as feiras sobrevivem dentro das cidades e em alguns casos são a principal, senão a única forma de comércio local.

Segundo a definição de Mascarenhas e Dolzani (2008, p.75), a feira livre no Brasil “(...) constitui modalidade de mercado varejista ao ar livre, de periodicidade semanal, organizada como serviço de utilidade pública pela municipalidade e voltada para a distribuição local de gêneros alimentícios e produtos básicos”.

As feiras, portanto, são eventos periódicos, que ocorrem em espaços públicos, no qual homens e mulheres realizam trocas comerciais de mercadorias com a finalidade de garantir suas condições materiais de vida. Formam circuitos locais de comercialização, circuitos curtos, e podem propiciar o escoamento da produção agrícola local. Por esse e por outros motivos, podem colaborar com programas e estratégias de desenvolvimento local.

Feiras livres são excelentes canais de comercialização de produtos da agricultura familiar, porém ainda carecem muito de incentivo por parte das políticas públicas e de programas de desenvolvimento rural. Para Ribeiro et al. (2005), tal fato expõe a invisibilidade econômica das atividades locais e certa marginalização da Agricultura Familiar nos programas de desenvolvimento dos municípios. Conforme o autor são escassos os estudos sobre as feiras, sendo que a maior parte aborda somente os aspectos mercadológicos da atividade. Segundo Ribeiro et al. (2003), da função social da feira livre se depreende a possibilidade de fortalecimento da Agricultura Familiar, pois a feira possibilita a agregação de valor aos produtos e colocação regular da produção, devido ao encurtamento da cadeia comercial.

Para Bourdieu (2008) as feiras consistem em um local de relações sociais, um espaço de trocas de saberes e de hábitos culturais, local em que os envolvidos enriquecem o seu capital cultural, através de trocas, aprendizagem e obtenção de novos saberes e experiências vividas pelo outro. O freguês colaborando com o seu saber da cidade para trocar com o feirante, enquanto este oferece um saber rural através do contato com a natureza e dos processos naturais produtivos.

Na feira livre existem características singulares, inexistente em outras formas de comércio como solidariedade, proximidades, afetividade, troca de saberes e o alto nível de confiança mútua entre os envolvidos. Outro ponto que diferencia as feiras livres de outras formas de comércio é o fato de que segmentos de menor poder econômico tem a oportunidade de consumo. Aposentados, desempregados e outros segmentos sociais de baixos ingressos econômicos, também encontram na feira oportunidades de consumo. Uma vez que a feira proporciona ao feirante remuneração condizente com os recursos disponíveis, próprios da economia informal, como pequenos estoques, custos fixos desprezíveis e publicidade nula, o

equipamento feira propicia a comunidade onde está inserida, a oferta de produtos essenciais, a um preço mais acessível (SACCO dos ANJOS et al., 2005).

Dentro do conceito de garantia de segurança alimentar da população, um exemplo é o projeto da prefeitura de Umuarama – PR que possibilita aos moradores de comunidades de baixa renda trocarem materiais recicláveis por alimentos na feira, além de viabilizar o encaminhamento desses resíduos à uma cooperativa. O “Lixo que Vale” inclui ainda as Moedas Verdes, um dinheiro fictício que atua como mecanismo de troca. A ideia é reduzir o desperdício e ainda ajudar pessoas em situação de vulnerabilidade social. Os produtos presentes na feira, realizada quinzenalmente, são frescos e vêm de pequenos produtores da cidade e a pesagem dos produtos para reciclagem ocorre toda semana. No momento da pesagem, a pessoa recebe o vale-compra correspondente para ir à feira. A lista de alimentos oferecidos para a troca inclui frutas, verduras e legumes, além de bolachas, doces, pães, ovos, carne e até rapadura. Além disso, o trabalho alivia a pressão sobre o aterro sanitário municipal, que de acordo com Moacir Silva, prefeito de Umuarama, recebe 1.200 toneladas de lixo por mês. Cerca de 240 toneladas são destinadas à reciclagem, mas esse volume pode dobrar se a população se conscientizar. O objetivo do projeto é atingir 500 toneladas de recicláveis separados, a cada mês, o que também vai aumentar o número de pessoas empregadas pela cooperativa. O dinheiro que as famílias economizam com a compra desses alimentos podem bancar outras necessidades, melhorando a qualidade de vida de todos (ECOD, 2013).

Por fim, cabe destacar que devido a sua complexidade e multidimensões sociais, culturais e econômicas envolvidas para entender uma feira, um olhar demasiadamente limitado disciplinarmente ou desprovido de uma localização histórica, poderá resultar em generalizações e até mesmo uma distorção da sua realidade e importância.

Matinfeira – Feira Livre de Matinhos

A feira livre de Matinhos surgiu com a reunião de oito famílias de agricultores do litoral Paranaense. Todas as famílias apresentavam experiência em atividade semelhante, pois também participavam semanalmente da Feira Livre de Paranaguá, principal município da região em termos de mercado consumidor, dando início informalmente a Matinfeira no ano de 2006. Em seguida, teve seu fortalecimento e estruturação burocrática a partir do projeto de extensão intitulado “Feiras: construir caminhos de inclusão via processo de gestão de mercados com as comunidades de agricultores familiares do litoral paranaense.” iniciativa do professor Manoel Lesama Flores, desenvolvido entre os anos de 2007 e 2009. O objetivo inicial do projeto foi apoiar comunidades de agricultores familiares e gerar melhorias e capacitação de gestão da comercialização. O projeto financiado pela Secretaria de Ciências, Tecnologia e Ensino Superior do Estado do Paraná – SETI, através do Programa Universidade Sem Fronteiras – USF, contou com parcerias de organizações públicas, sociedade civil e associações de agricultores locais.

Desde então a feira acontece todas as quarta feiras, no centro de Matinhos, em frente ao Mercado Municipal de Pescados, das 7h às 12h e se constitui em um espaço de comercialização de diversos produtos. Além de pequenos produtores rurais, há também uma diversidade de atividades e até mesmo uma pluralidade de segmentos, como artesanato a partir de reciclagem e reaproveitamento de materiais, barraca com lanches e sucos, produtos da agroindústria como pães e bolachas caseiras e produtos da agricultura familiar. Os

produtos ofertados e comercializados na feira, em sua totalidade, são produzidos no litoral do Paraná, sendo esta uma exigência para o ingresso de um novo comerciante ao local.

A Matinfeira em seu espaço físico comporta até nove barracas de feirantes, mas conta hoje com oito barracas, sendo duas barracas de lanches, uma que faz a comercialização de pasteis, com a feirante Fátima que reside em Matinhos; e outra que comercializa mini pizzas, com os feirantes Nino e Lisa; uma barraca que comercializa sucos naturais, da feirante Inês, que reside em Paranaguá; uma barraca de artesanato com reaproveitamento de materiais recicláveis com a feirante Dinah, residente em Matinhos; uma barraca de mudas, terras, adubos de reaproveitamento de resíduos, do feirante Francisco que reside em Matinhos; uma barraca que faz comercialização de produtos da agroindústria de pães e bolachas caseiras, além de hortaliças, do feirante Serafin, da Colônia Maria Luiza em Paranaguá; uma barraca (Pantanal) de produtos da agricultura de famílias que cultivam através de SAF (Sistema Agroflorestal) da reserva Nhundiaquara em Morretes; e uma barraca de produtos hortifrutigranjeiros e carnes da feirante Ana, que reside na Colônia São Luiz em Paranaguá.

Os feirantes contam com um estatuto que possui entre suas disposições; a organização e pré-disposição dos espaços, orientações quanto às variedades, quantidades e qualidades de produtos a serem produzidos e comercializados e recomendações para evitar possíveis intermediários na comercialização. O estatuto prevê também as atribuições comuns aos feirantes, contendo regras básicas de convivências e de procedimentos padrão para com os clientes. Para o ingresso de um novo comerciante, o estatuto prevê que se dará mediante assembleia e aprovação majoritária por parte dos feirantes, ficando impedido de iniciar atividades nos meses entre outubro e março, pois são os meses de temporada de verão e possivelmente de maior venda. Isso tenta impedir o ingresso de novos feirantes que visam somente o movimento de verão e posteriormente abandonariam a feira. Sendo a feirante Inês da barraca de sucos, a presidente e o feirante da barraca de reaproveitamento de resíduos, Francisco, o vice-presidente.

A Matinfeira hoje tem o intuito de fortalecer a agricultura familiar e os artesãos regionais por meio da venda de seus produtos diretamente, sem a intervenção dos intermediários. Objetiva disponibilizar aos seus frequentadores lanches, pães, bolos, produtos naturais, hortifrutigranjeiros, artesanatos, etc. Busca ofertar produtos frescos e de qualidade, o princípio da agroecologia é presente em diversos itens da feira. Não se limitando às relações mercantis, hoje ela constitui-se de um espaço que consolida vínculos entre seus frequentadores e vai muito além da compra e venda (troca mercantil), essencialmente promove a interação e a convivência, cria relações de afeto, amizade, confiança e cumplicidade em prol da agricultura e de um consumo mais justo, consciente e ecológico.

O processo de desenvolvimento de uma região compreende a utilização de mecanismos que impulsionem os setores estratégicos, na busca da melhoria das condições de vida de seus habitantes. Uma vez valorizadas as potencialidades locais, busca-se através da cooperação, da confiança e de uma maior integração da comunidade melhorar o capital social, impulsionando o desenvolvimento local e regional.

Segundo Putnam (2000), capital social é o conjunto de características da organização social onde se inclui as redes de relações, normas de comportamento, valores, confiança, obrigações e canais de informação. O capital social quando existente em uma região, torna possível a tomada de ações colaborativas que resultam no benefício para toda comunidade. Ou seja, o capital social deve ser levado em conta para um efetivo desenvolvimento local e regional. E

as feiras livres são um retrato da presença efetiva do capital social e da possibilidade de desenvolvimento através da valorização da cultura local, da socialização e do engajamento da população local num sentido de pensar no bem estar comum, deixando de lado o individualismo.

Impactos e Adversidades Observados na Matifeira

O litoral paranaense possui particularidades históricas, culturais e geográficas que influenciam nas atividades agrícolas. Caracterizado como uma planície litorânea, limitado pelo oceano Atlântico a leste e pela Serra do Mar a oeste, com fortes efeitos antrópicos motivados pela histórica exploração dos recursos naturais durante os séculos de colonização portuguesa (ADAMS, 2000; BIGARELLA, 2006); pela pressão exercida com a agropecuária extensiva incentivada pelo governo imperial no século XVIII (CARDOSO, 1986; SOARES, 1994 e BIGARELLA, 2006) e atualmente, pela grande especulação imobiliária que se instalou a partir da metade do século XX.

A agricultura familiar do litoral do Paraná supera através dos tempos as mais diversas adversidades, como o característico solo arenoso, com alto teor de salinidade. O solo classifica-se em Espodosolo e Neossolo quartzarenico em mais de 99% da área, com pH geralmente menor que quatro, com baixa CTC (Capacidade de Troca Catiônica), e de fertilidade proporcional ao teor de matéria orgânica, com afloração do lençol freático, alagadiço, de alta sensibilidade a poluentes (ATLAS DA FLORESTA ATLÂNTICA, 2005), região com grande quantidade de unidades de conservação restringidas a uma rígida legislação ambiental, o que limita muito o manejo de produção agrícola.

Diante desta e tantas outras dificuldades encontradas, o pequeno produtor local busca alternativas para produzir e comercializar seus produtos. Sendo a feira ainda uma excelente opção a estes agricultores. Porém é possível citar aqui diversos fatores que também dificultam a participação destes agricultores na feira, ou mesmo os obrigam a reduzir a quantidade de produtos ofertados nas bancas: burocracia excessiva nos processos de legitimação e obtenção de alvará; normatização rígida e incoerente de órgãos de fiscalização sanitária; dificuldades de organização social e política dos produtores (o que poderia, se efetivado, reforçar a representação da comunidade frente à sociedade e poder público); falta de incentivos e divulgação; carência de mão-de-obra familiar, característica presente não só no litoral do Paraná, em que filhos(as) estudam longe de casa ou trabalham em outros setores de produção, entre outros.

Para sanar algumas das dificuldades encontradas, o agricultor familiar se ampara através das associações. A APRUMPAR (Associação dos Produtores Rurais do Município de Paranaguá) é um exemplo, pois através dela os agricultores recebem amparo, orientação e apoio técnico. E através deste apoio propiciado, que o agricultor familiar abre novas portas, como a participação e venda direta em diversos programas do governo como: PAA (Programa de Aquisição de Alimentos), onde os alimentos adquiridos pelo governo destes agricultores familiares são destinados a entidades socioassistencial, fornecendo alimentos nutritivos para quem se encontra em situação de insegurança alimentar; o PNAE (Programa Nacional de Alimentação Escolar), cujo objetivo é o fornecimento de merenda escolar para alunos da rede estadual e municipal. Esses programas geram um incremento muito importante na renda familiar. Porém, mesmo com este incremento, o pequeno agricultor vê na feira livre a liberdade de, não somente comercializar produtos, mas também fortalecer laços entre pessoas.

Uma particularidade da Matinfeira é sua dependência a um grupo de menos de duzentas pessoas/consumidores, média verificada entre os meses de verão, que consomem ou circulam entre as barracas da feira. Fato que preocupa, pois o município de Matinhos conta com 29.428 habitantes (IBGE 2011). Um fator apontado pelos feirantes é o dia em que acontece a feira, quartas-feiras, por ser um dia de semana e em horário comercial, isto impossibilitaria uma parte da população, por motivo de trabalho ou estudos, visitar a feira. Observa-se ainda que os frequentadores assíduos da Matinfeira são em sua maioria alunos e servidores da UFPR (Universidade Federal do Paraná), recebendo também pessoas que não possuem vínculo com a universidade, porém em número bem reduzido. Foi citado como entrave pelos feirantes a pouca divulgação da feira e a pouca valorização da comunidade local em relação aos produtos da agricultura familiar (Figura 1).

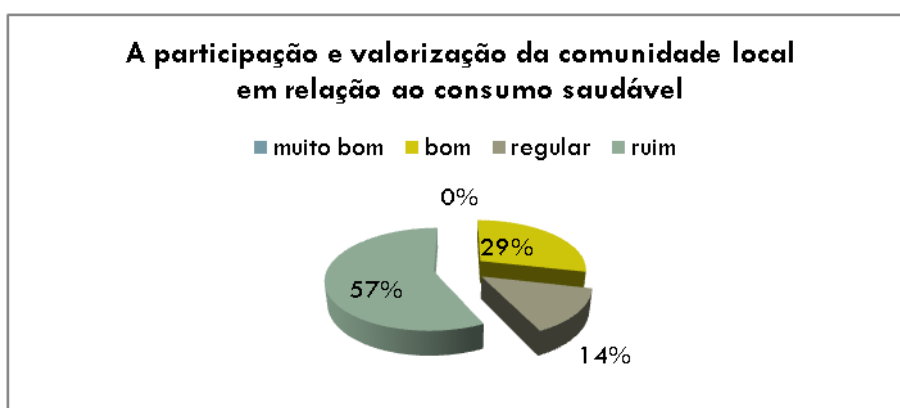


Figura 1 – Participação e valorização da comunidade local

Fonte: Elaborado pela autora a partir dos dados da pesquisa

Os feirantes enfatizam que ao produzir e comercializar produtos orgânicos, frescos e saudáveis estão possibilitando que as pessoas se alimentem de forma mais saudável, porém esta consciência não está presente na maioria dos consumidores.

Outra adversidade encontrada é a sazonalidade local proveniente das temporadas de verão, em que a população local aumenta em torno de 10 vezes seu volume. A temporada de verão atrai milhares de pessoas ao litoral do Paraná todos os anos, fomentando o comércio local nestes meses de verão. Porém na feira livre não notamos este fomento. Os feirantes observam inclusive queda nas vendas durante este período (Figura 2), pois mesmo com um fluxo maior de pessoas transitando no espaço da feira por causa do mercado municipal de pescados, o volume de vendas dentro da feira não oscila. Dos nove feirantes entrevistados, apenas um – a feirante Ines, da barraca de suco – considera a temporada de verão como positiva para seu segmento. Alguns segmentos da feira, se mantem estável como é o caso das barracas de lanches, segundo a própria feirante. Já outros segmentos como o de reaproveitamento de resíduos, o de agroindústria de pães e bolachas e também o de hortaliças apontam queda nas vendas durante os meses de verão, conforme relato dos feirantes.

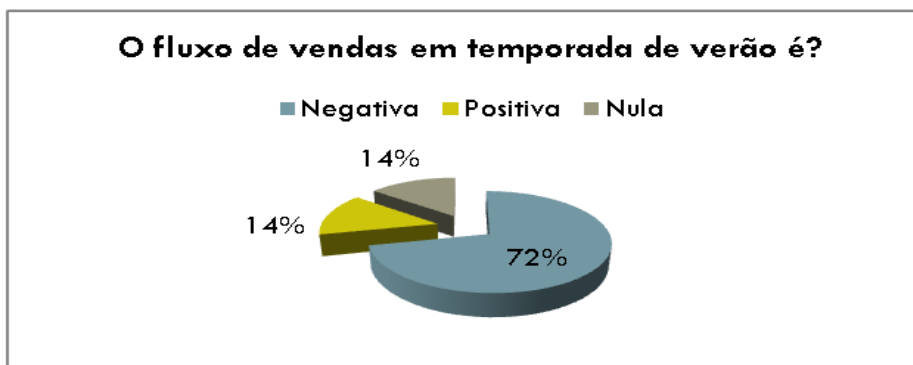


Figura 2 - Fluxo de vendas em temporada de verão

Fonte: Elaborado pela autora a partir dos dados da pesquisa

Como justificativa citam a localização da feira, que segundo eles seria um acesso a praia e ao veraneio e o turista que vai a praia não teriam interesse em adquirir produtos para prepará-los em casa, como é o caso das carnes e dos hortifrutigranjeiros, ou mesmo dos produtos destinados a jardinagem. Fato que os leva a concluir que, a baixa temporada é o melhor período para a comercialização (Figura 3).

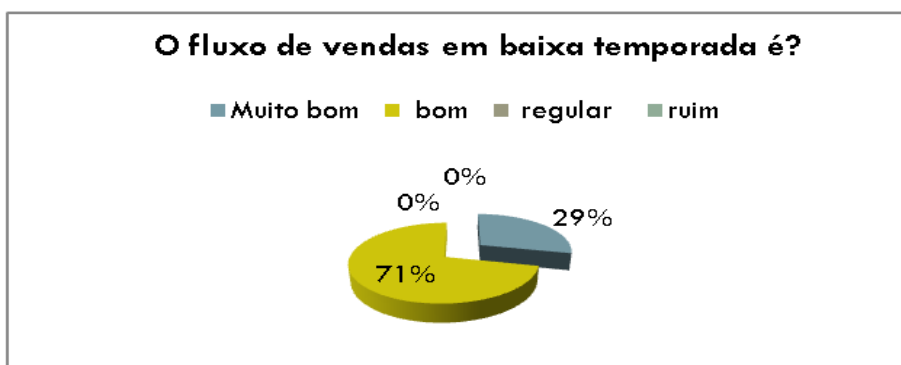


Figura 3 - Fluxo de vendas em baixa temporada

Fonte: Elaborado pela autora a partir dos dados da pesquisa

Ficou nítido durante a pesquisa na feira a organização interna entre todos os seus membros, o espírito de amizade e cooperação existente entre estes feirantes, além do bom relacionamento com todos os comerciantes do entorno. Os comerciantes do entorno são inclusive clientes fidelizados da Matinfreira. O projeto da Universidade Federal que fortaleceu a feira no seu início, não atua mais diretamente dentro dela, porém ainda hoje o seu fortalecimento e estruturação geram frutos, pois todos os produtos da agroindústria comercializados dentro da feira possuem aprovação da vigilância sanitária. Estão totalmente regulamentados dentro das normas e aptos para o consumo. Observa-se a ausência e também carência de identificação de local e também material de divulgação com informações necessárias a população local e flutuante, como data e horário de funcionamento e também informações a cerca do intuito da feira, da forma de comercializar produtos agroecológicos e de sua dimensão sociocultural. Sendo esta intensificação na divulgação da feira um plano dos feirantes para o próximo ano.

Considerações Finais

Diante da realidade da agricultura familiar no litoral do Paraná apresentada no início deste artigo, o circuito curto de comercialização é considerado uma alternativa extremamente importante. A inserção dos agricultores familiares aos circuitos curtos de venda tem influência direta das instituições e associações que fortalecem e estimulam estas oportunidades. Assim sendo, a estratégia de inserção em mercados encontrada pela agricultura familiar corresponde à exploração do mercado local através de venda direta ao consumidor sem a presença de intermediários. A venda direta dos produtos pelos pequenos agricultores, principalmente em feiras, representa uma estratégia de desenvolvimento econômico e social e também de sobrevivência face à dificuldade de comercialização e escoamento de produtos na região.

Dentro de sua singularidade a feira livre evidencia sua complexidade e suas dimensões socioculturais, local em que a organização e a participação social poderão sempre ser estimuladas. No caso da Matifeira, é possível observar a satisfação dos feirantes com a atividade, pois a comercialização direta ao consumidor cria um vínculo de amizade e confiança entre os próprios feirantes e entre estes e sua clientela, gerando uma rede social. Contata-se a inexistência de intermediários que beneficia tanto os feirantes quanto os consumidores, pois o encurtamento desta cadeia comercial tanto agrega valor aos produtos, beneficiando o feirante, como também oferecem estes produtos ao comprador sempre frescos e com maior qualidade.

A baixa adesão por parte da comunidade local nos leva a pensar sobre a falta de conhecimento por parte desta comunidade em torno de assuntos tão importantes que vão desde o capital social de uma localidade, as trocas identitárias existentes neste ambiente, a importância de fortalecer essa troca de saberes, até o consumo consciente de produtos agroecológicos e sustentáveis, além do fomento e fortalecimento da agricultura familiar de nossa região, sendo esta de extrema importância cultural e social. Portanto, projetos e ações que possam ser desenvolvidos no intuito de inserir a comunidade dentro desta realidade sustentável e fomentar a agricultura familiar, tem uma probabilidade de gerar avanços positivos em questões sociais, políticas e econômicas.

Referências Bibliográficas

ANDRADE, E. S. et al. Circuitos curtos de produção, distribuição e consumo: novas oportunidades de comercialização pela agricultura familiar em Nova Andradina/MS. **Sociedade e Desenvolvimento Rural**, v. 5, n. 1, set. 2011.

ANDRADE, E. DE SOUZA; DRESCH, L. DE O. & TREDEZINI, C. A. O. Circuitos curtos de produção, distribuição e consumo: novas oportunidades de comercialização pela agricultura familiar em Nova Andradina/MS. **SOCIEDADE E DESENVOLVIMENTO RURAL** on line – v.5, n. 1 – Set – 2011. ISSN 1981-1551 www.inagrodf.com.br/revista

DENARDIN, V. F. et al. Farinha de mandioca no litoral paranaense: um produto com potencial agroecológico. **Revista Brasileira de Agroecologia**, Curitiba, v.4, n.2, 2009.

Feira livre no Paraná troca lixo reciclável por alimentos. Disponível em: <http://www.ecodesenvolvimento.org/posts/2013/agosto/feira-livre-no-parana-troca-lixo-reciclavel-por/popup_impresao>. Acesso em: 21/02/2014

IPARDES. A.P.A. de Guaraqueçaba : **Caracterização sócio-econômica dos pescadores artesanais e pequenos produtores rurais**. Curitiba, IPARDES, 1989, 87p.

LEADER – **Ligação entre ações de desenvolvimento da economia rural**. Circuitos “curtos” ou circuitos “longos”? Inovação em meio rural - Caderno nº7 – Julho de 2000. Disponível em: <<http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leader2/rural-pt/biblio/circuits/contents.htm>> Acessado em 12/02/2014

MASCARENHAS, G; DOLZANI, M.C.S. **Feira livre: territorialidade popular e cultura na metrópole contemporânea**. Revista Eletrônica Ateliê Geográfico, v. 2, n. 4, agosto/2008, UFG/IESA p.72-87.

MIGUEL, L.A. & GUÉRAULT, H. **Étude des systèmes agraires et de leur évolution dans la région de Guaraqueçaba** (littoral du Paraná - Brésil). Dissertação de D.A.A., Institut National Agronomique Paris - Grignon, Paris, 1990, 144p.

MIGUEL, L.A; ZANONI, M. M. **Impactos sócio econômicos de uma política de proteção ambiental sobre os agricultores familiares e produtores rurais do litoral norte do Estado do Paraná**. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/pgdr/arquivos/828.pdf>> Acessado em 17/02/2014

MOTIRÔ. **Histórico do Projeto Redes de Comercialização**. Disponível em: <<http://www.motiro.org/historico-redes-de-comercializacao.html>> Acessado em 21/02/2014

PIERRI, MARIA C. Q. M.; VALENTE, ANA LUCIA E. F. **A feira livre como canal de comercialização de produtos da agricultura familiar**. UNB, BRASILIA - DF – BRASIL;

RIBEIRO, E. M.; ÂNGULO, J.L.G; NORONHA, A. B; CASTRO, B.S; GALIZONI, F.M.; CALIXTO, J.S., SILVESTRE, L.H. **A feira e o trabalho rural no Alto Jequitinhonha: um estudo de caso em Turmalina, Minas Gerais**. * UNIMONTES CIENTÍFICA. Montes Claros, v.5, n.1, jan./jun. 2003.

RIBEIRO, E. M., CASTRO, B. S.; SILVESTRE, L. H., CALIXTO, J. S.; ARAÚJO, D. P.; GALIZONI, F.M.; AYRES, E. B. **Programa de apoio às feiras e à Agricultura Familiar no Jequitinhonha mineiro**. Agriculturas - v. 2 – n. 2 - junho de 2005.

SACCO DOS ANJOS, F.; GODOY, W. I. ; CALDAS, VELLEDA, N. **As Feiras-livres de Pelotas sob o Império da Globalização: Perspectivas e Tendências**. 1. ed. Pelotas: Editora e Gráfica Universitária, v. 1. 197 pg. 2005.

WILKINSON, John. **Mercados, Redes e Valores**. O novo mundo da agricultura familiar. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 2008 (p.125-170)