

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA**

**LUIZ GABRIEL STROFF**

**EDUCOMUNICAÇÃO E FEIRAS POPULARES:  
O processo de transição agroecológica na agricultura familiar de São Borja**

**São Borja**

**2019**

**LUIZ GABRIEL STROFF**

**EDUCOMUNICAÇÃO E FEIRAS POPULARES:**

**O processo de transição agroecológica na agricultura familiar de São Borja**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Pampa, como requisito parcial para obtenção do Título de Bacharel em Comunicação Social- Publicidade e Propaganda.

Orientador: Profº Dr. César Beras

**São Borja**

**2019**

---

Ficha catalográfica elaborada automaticamente com os dados fornecidos  
pelo(a) autor(a) através do Módulo de Biblioteca do  
Sistema GURI (Gestão Unificada de Recursos Institucionais) .

S919e Stroff, Luiz Gabriel

Educomunicação e Feiras Populares: O processo de transição  
agroecológica na agricultura familiar de São Borja / Luiz  
Gabriel Stroff.

78 p.

Trabalho de Conclusão de Curso(Graduação)-- Universidade  
Federal do Pampa, COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E  
PROPAGANDA, 2019.

"Orientação: César Beras".

1. Agroecologia. 2. Educomunicação. 3. Feiras Populares. I.  
Título.

**LUIZ GABRIEL STROFF**

**EDUCOMUNICAÇÃO E FEIRAS POPULARES:  
O processo de transição agroecológica na agricultura familiar de São Borja**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Pampa, como requisito parcial para obtenção do Título de Bacharel em Comunicação Social.

Trabalho de Conclusão de Curso defendido e aprovado em: 02 de dezembro de 2019.

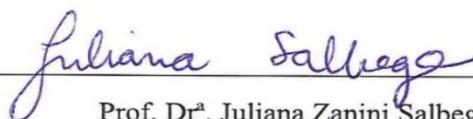
Banca examinadora:



Prof. Dr. Cesar Beras

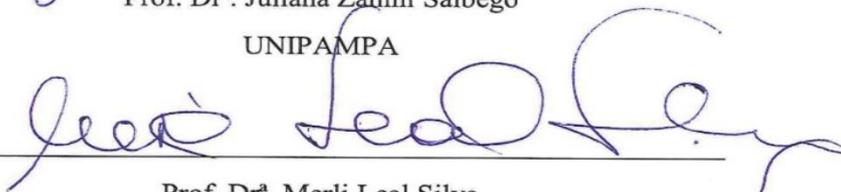
Orientador

UNIPAMPA



Prof. Dr<sup>a</sup>. Juliana Zanini Salbego

UNIPAMPA



Prof. Dr<sup>a</sup>. Merli Leal Silva

UNIPAMPA

## **AGRADECIMENTO**

Primeiramente gostaria de agradecer à minha família e amigos pelo apoio desde o início da graduação. O meu profundo agradecimento aos membros da banca. À Professora Merli que me ensinou sobre o papel de ser extensionista. À Professora Juliana pela sua enorme empatia e disposição em ajudar. Por fim, ao meu orientador pelo seu empenho incansável para que concluíssemos este trabalho da melhor forma possível. A todos vocês o meu muito obrigado!

## **RESUMO**

Este trabalho tem como objetivo central verificar o impacto das estratégias de educomunicação popular possibilitando a transição agroecológica entre a monocultura e a agricultura orgânica na criação de feiras locais dos pequenos produtores rurais. A metodologia utilizada para o desenvolvimento desta pesquisa dividiu-se em um conjunto de técnicas e procedimentos para compor a análise. Assim, uma das técnicas utilizadas nessa pesquisa tem como finalidade a coleta de dados para contribuir na construção de um cenário acerca das feiras populares e seus agentes. Para nortear a discussão, como método de pesquisa foi adotado a construção de hipóteses acerca da questão problema. A partir das hipóteses houve a definição do recorte teórico e material de análise para responder a pergunta central deste trabalho. Para complementar a discussão a partir da transição agroecológica através das estratégias de educomunicação possibilita que esses agricultores comercializem a sua produção nas feiras populares ampliando a sua comercialização ao fornecer produtos mais saudáveis e diferenciados aos demais. Além disso este trabalho busca identificar feiras populares como um espaço de potencialização para novos negócios, podendo ser considerado um espaço vivo e em constante transformação.

Palavras-Chave: Educomunicação; Feiras Populares; Agroecologia; Agricultura Familiar.

## **ABSTRACT**

The main objective of this work is to verify the impact of popular educommunication strategies enabling the agroecological transition between monoculture and organic agriculture in the creation of local fairs of small farmers. The methodology used for the development of this research was divided into a set of techniques and procedures to compose the analysis. Thus, one of the techniques used in this research aims to collect data to contribute to the construction of a scenario about popular fairs and their agents. To guide the discussion, as a research method it was adopted the construction of hypotheses about the problem issue. From the hypotheses there was the definition of the theoretical cut and analysis material to answer the central question of this work. To complement the discussion based on the agroecological transition through educommunication strategies, it enables these farmers to market their production in popular fairs, expanding their commercialization by providing healthier and differentiated products to others. In addition, this work seeks to identify popular fairs as a space of potential for new business, and can be considered a living space and in constant transformation.

**Keywords:** Educommunication; Popular Fairs; Agroecology; Family farming.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Quadro 1.....	20
Quadro 2.....	26
Quadro 3.....	30
Quadro 4.....	35
Quadro 5.....	42
Quadro 6.....	44
Figura 1.....	61
Figura 2.....	62
Figura 3.....	62

## LISTA DE ANEXOS

Imagem 1.....	69
Imagem 2.....	70
Imagem 3.....	71
Imagem 4.....	72
Imagem 5.....	73
Imagem 6.....	74
Imagem 7.....	75
Imagem 8.....	76
Imagem 9.....	77
Imagem 10.....	78

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>11</b>
1.3	Feiras Populares e o Grande Varejo .....	12
1.2	As novas oportunidades de comércio .....	13
1.3	Feiras populares x redes de varejo.....	21
<b>2</b>	<b>A EDUCOMUNICAÇÃO E A TRANSIÇÃO AGROECOLÓGICA.....</b>	<b>27</b>
2.1	Estratégias de Educomunicação.....	28
2.3	Transição agroecológica e desenraizamento .....	30
<b>3</b>	<b>CONHECENDO A REALIDADE: AS FEIRAS POPULARES EM DADOS</b>	<b>36</b>
3.3	PROBLEMA .....	36
3.1	HIPÓTESES.....	37
<b>4</b>	<b>METODOLOGIA .....</b>	<b>44</b>
4.1	- TÉCNICAS DE PESQUISA .....	45
4.2	PROCEDIMENTOS DE PESQUISA.....	46
4.3	- TÉCNICAS DE ANÁLISE:.....	47
<b>5</b>	<b>DESCRIÇÃO DO OBJETO DE PESQUISA:.....</b>	<b>49</b>
<b>6</b>	<b>ANALISANDO OS DADOS .....</b>	<b>50</b>
6.1	Hipótese Um:.....	51
6.2	HIPÓTESE 2- O impacto das estratégias de Educomunicação na transição agroecológica: ..	56
<b>7.</b>	<b>APROVEITANDO A PESQUISA .....</b>	<b>60</b>
<b>8.</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>63</b>
	<b>REFERÊNCIAS: .....</b>	<b>68</b>
	<b>LISTA DE ANEXOS: .....</b>	<b>69</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O tema deste trabalho aborda a educomunicação e as feiras populares através do processo de transição agroecológica na agricultura familiar em São Borja. A partir da delimitação do tema a construção da questão problema se dá através da relação dos temas da educomunicação e transição agroecológica, tendo como ponto central as feiras populares da agricultura familiar de São Borja.

Dessa forma, o problema deste trabalho busca dialogar sobre o impacto das estratégias de educomunicação popular possibilitando a transição agroecológica entre a monocultura e a agricultura orgânica na criação de feiras locais dos pequenos produtores. Tem como objetivo relacionar as estratégias educomunicação popular para a transição da prática da monocultura para a agricultura orgânica, ao relacionar o impacto na criação das feiras locais com produtores da agricultura familiar. Essa problemática busca contribuir para a consolidação da agricultura familiar na cidade de São Borja através da comercialização da produção através das feiras populares. Sendo assim irá nortear os procedimentos dessa pesquisa através da pergunta central sobre qual o impacto das estratégias de educomunicação popular possibilitando a transição agroecológica entre a monocultura e a agricultura orgânica na criação de feiras locais dos pequenos produtores rurais.

O roteiro analítico será permeado através da apresentação de duas hipóteses a fim de confirmar a questão problema. A primeira hipótese consiste em elucidar os impactos de constituir as feiras populares como um movimento de resistência. Propõem uma discussão sobre como as feiras populares podem ser consideradas um espaço de transformação através da troca direta em forma de comércio livre e sustentável ao se tornar a principal alternativa para a comercialização e criação de novas oportunidades, além disso irá relacionar as feiras populares como um movimento de resistências às redes de varejo. A segunda hipótese a ser apresentada é a acerca do impacto das estratégias de educomunicação na transição agroecológica.

A partir da definição das hipóteses a discussão se dará através da relação das estratégias de educomunicação e a transição agroecológica que irão sustentar as hipóteses. A metodologia utilizada para o desenvolvimento desta pesquisa contempla um conjunto de técnicas e procedimentos para compor a análise. Assim, uma das técnicas utilizadas nessa pesquisa tem como finalidade a coleta de dados para contribuir na construção de um cenário acerca das feiras populares e seus agentes. Os procedimentos da pesquisa dividem-se na construção do

questionário sua aplicação e preparação, por fim a captação das entrevistas. Para atender aos procedimentos de pesquisa construímos os seguintes procedimentos operacionais.

A análise será composta em três fases, a pré-análise, a exploração do material e o tratamento dos dados, inferência e interpretação. O objeto de pesquisa deste trabalho se resume em realizar um recorte das feiras populares na cidade de São Borja, especificamente os produtores rurais que por sua vez também são feirantes e participantes do projeto de extensão da Universidade Federal do Pampa intitulado, Projeto de Extensão Educação e Comunicação Popular no Campo.

Para o suporte à discussão e a metodologia o primeiro capítulo apresenta uma discussão embasada em debates teóricos sobre a constituição da agricultura familiar e as feiras populares como um movimento de resistência. O segundo capítulo tem como objetivo embasar a discussão do impacto das estratégias de educomunicação para a transição agroecológica, ao fazer a relação entre autores trará suporte teórico as discussões práticas acerca do nosso objeto de estudo.

Dessa forma este trabalho se estrutura em dois eixos principais: o primeiro traz o aporte teórico acerca dos conceitos que aqui serão discutidos e o segundo apresentará a discussão do tema através do aporte teórico e dos resultados práticos extraídos a partir da seleção dos materiais para análise a fim de comprovar as hipóteses que serão apresentadas ao longo do trabalho.

A partir disso o resultado da análise acima mencionada, será apresentada como argumento principal que sustenta essa pesquisa a fim de responder à questão problema inicial e suas variáveis que poderão surgir ao longo do desenvolvimento do texto.

### **1.3 Feiras Populares e o Grande Varejo**

Qual o impacto das estratégias de educomunicação popular possibilitando a transição agroecológica entre a monocultura e a agricultura orgânica na criação de feiras locais dos pequenos produtores rurais? Esta reflexão busca embasar teoricamente esse problema através de duas hipóteses. Nesse capítulo iremos abordar como as feiras populares podem representar um movimento de resistência através de argumentos para nortear a narrativa.

Em um Estado cuja economia em grande parte é baseada na agricultura, a comercialização e escoamento dessa produção deve ser analisada a fundo a fim de identificar tendências de mercado e alternativas sustentáveis para o setor. Nesse texto o objetivo é trazer um referencial teórico sobre como as feiras populares podem ser a principal alternativa de comercialização para os pequenos produtores da agricultura familiar ao representar um movimento de resistência

à monocultura. Partimos do pressuposto de que a principal alternativa para esses indivíduos da agricultura familiar seja o comercial informal e para isso trazemos um arrematado de teóricos para abordar o papel que as feiras populares exercem na economia desses produtores para identificar o impacto das estratégias de educomunicação nas propriedades em transição agroecológica entre a monocultura e a agricultura orgânica através da comercialização dos seus produtos.

## **1.2 As novas oportunidades de comércio**

As feiras populares podem ser consideradas como um movimento de resistência pois representam o resultado final dos esforços dos pequenos produtores rurais. As feiras populares podem ser consideradas um espaço de transformação da sociedade, vide a comunidade local que é impactada por essa prática de comércio que pode assumir o papel de pioneira nas relações comerciais de troca. Ao longo do texto iremos apresentar oito argumentos: a) Impacto do latifúndio no pequeno produtor; b) Feiras populares e a agricultura familiar; c) Relações de dependência do pequeno produtor; d) Benefícios da agricultura familiar; e) Reconhecimento da agricultura familiar; f) Feiras populares e o comércio; g) Estímulo às feiras populares; h) Estímulo ao consumo.

Nosso primeiro argumento, busca relacionar o impacto do latifúndio no pequeno agricultor, direcionado à realidade de São Borja, uma cidade localizada na fronteira oeste do estado do Rio Grande do Sul, conhecida pelas grandes propriedades de cultivo de grãos, principalmente arroz e soja. É neste cenário que se encontram os pequenos produtores da agricultura familiar cercados por grandes propriedades, militantes do trabalho familiar e coletivo, de uma agricultura de subsistência cuja principal finalidade é garantir a segurança alimentar da família através do cultivo da terra e o excedente dessa produção pode ser comercializado, propiciando a independência e segurança financeira desses indivíduos, em contraponto temos a agricultura tradicional voltada ao cultivo da monocultura em grandes propriedades onde a maioria dos seres do campo não tem acesso à terra e sim trabalham para os grandes proprietários.

[...]dominada pelo latifúndio, a agricultura é incapaz de se desenvolver tecnicamente e de contribuir para a elevação permanente da produção. Tanto mais que a maior parte dos trabalhadores rurais, não tendo acesso à terra, não pode participar do processo social de progresso técnico. Assim, estes trabalhadores encontram-se à margem do mercado: pouco produzem e pouco consomem (Abramovay, Ricardo 2013:113).

Nas palavras de Abramovay, poucos trabalhadores rurais, são donos da terra, em sua maioria, trabalham nas grandes propriedades sob regime de contratação. Neste cenário, pouco contribuem para o crescimento da agricultura familiar e seu desenvolvimento, são apenas mão de obra. Dessa forma a agricultura de subsistência fica desamparado pelo fato de que nas grandes propriedades o plantio de grãos geralmente é o carro chefe, o impacto dessa ausência de proprietários, afeta também o abastecimento das pequenas cidades, pois na maioria dos casos, os pequenos produtores colhem a sua produção e vão até as cidades ou regiões próximas comercializá-la à um preço justo e O também em locais públicos.

O segundo argumento busca relacionar o impacto das feiras populares para agricultura familiar. A partir de dados do IBGE percebemos que a agricultura familiar compreende grande parte das propriedades rurais no Brasil. Dessa forma, nesta argumentação buscaremos entender como as feiras populares estão relacionadas ao escoamento da produção dessas propriedades.

Em 2006, a agricultura familiar compreendia 4,3 milhões de unidades produtivas (84 % do total) e 14,0 milhões de pessoas ocupadas, o que representava em torno de 74,0% das ocupações no campo, e 80,3 milhões de hectares (25,0% da área total), contribuindo expressivamente para a produção de alimentos essenciais da dieta básica do brasileiro, além de ter papel preponderante na geração de trabalho rural no Brasil (IBGE, 2006) (Delgado, Guilherme Costa. Bergamasco, Sonia Maria Pessoa Pereira (orgs.) 2017:134).

Segundo dados do IBGE, a agricultura familiar compõe mais de 80% das unidades produtivas no Brasil, ou seja, a maioria das propriedades rurais são da agricultura familiar e por isso possuem um papel significativo no abastecimento da alimentação da população, além de ser responsável por grande parte do trabalho rural. Dessa forma, a preocupação com o escoamento dessa produção dessas propriedades, assume uma importância significativa para esses produtores. Essa produção pode ser comercializada de maneira direta através das feiras populares, pode ser vendida em pequenos comércios e também para redes de varejo. Para a comercialização, a melhor alternativa vem de encontro ao objetivo das feiras populares pois permitem o contato direto com o consumidor final, melhorando assim os ganhos para os pequenos produtores e principalmente, preços justos para os consumidores.

Neste terceiro argumento o objetivo é dialogar sobre o sistema de varejo e a exploração do pequeno produtor através das relações de dependência. Em contraponto, a partir do momento em que esse agricultor, utiliza como principal canal de escoamento da sua produção o fornecimento dos produtos em comércios e redes de varejo, o mesmo contribui para a maior obtenção de lucro para terceiros e por sua vez o encarecimento da alimentação da população pois seguindo uma lógica de mercado, ao aumentar as etapas de comercialização até o

consumidor final o aumento do preço final do produto é proporcional à quantidade de etapas/parceiros envolvidos.

[...]mesmo não sendo um agricultor capitalista, o pequeno produtor contribuía para a acumulação de capital à medida que, oferecendo produtos a preços relativamente baixos, possibilitava um rebaixamento do custo da força de trabalho, portanto dos salários, e, ainda, o aumento da taxa de lucro (Abramovay, Ricardo 2013:115).

Dessa forma, todo o trabalho, oriundo da produção familiar, se torna combustível para a acumulação de capital de grandes e pequenos empresários, pois os preços deverão ser mais baixos que os praticados em feiras populares em decorrência da venda nesse caso não ser direta. Por outro lado, do lado quem consome, essa prática limita e dificulta a alimentação de qualidade e diversificada da população, pois com preços mais altos, o consumidor precisa escolher entre os produtos de acordo com a sua necessidade. Mesmo que de certo modo, para os pequenos produtores rurais, trabalhar com unidades de comércio para o escoamento da sua produção seja uma tarefa mais fácil pois o escoamento da produção é garantido através de demanda fixa, essa prática acaba limitando o seu potencial de crescimento, pois como falado antes os preços são abaixo de mercado e por sua vez a obtenção de lucro é menor.

[...]sem ter por premissa, para sua reprodução social, a obtenção da taxa média de lucro, o pequeno produtor oferecia produtos a preços menores aos que seriam vigentes caso a produção estivesse sob a responsabilidade de empresas capitalistas (Abramovay, Ricardo 2013:115).

Sob essa perspectiva, a partir do momento em que o produtor rural, abre mão da sua autonomia, no cultivo e comercialização dos produtos na sua propriedade, acaba fortalecendo a obtenção de lucro das empresas pois ao oferecer produtos necessariamente abaixo do mercado pois não são comercializados diretamente ao consumidor final, acaba consolidando a posição de poder dos empresários.

A partir disso o nosso quarto argumento tem como objetivo elencar os benefícios acerca da agricultura familiar. Fica nítida a importância da agricultura familiar, seja da perspectiva comercial quanto da segurança alimentar. Ainda assim, a agricultura familiar só terá a sua representação fiel, a partir do momento em que as feiras populares forem a principal forma de comercialização dos produtos ao facilitar o acesso da população, ao priorizar também a responsabilidade com a segurança alimentar, pois na medida que consegue diversificar a alimentação da sociedade através de produtos de qualidade e a preço justo, contribui para que mais pessoas tenham uma alimentação mais rica e diversa de nutrientes.

A importância da agricultura familiar sustenta-se nos seguintes aspectos: (a) está intrinsecamente vinculada à segurança alimentar e nutricional; (b) preserva os alimentos tradicionais, além de contribuir para uma alimentação balanceada e salvaguardar a agrobiodiversidade e o uso sustentável dos recursos naturais; (c) representa uma oportunidade para impulsionar as economias locais, especialmente quando combinada com políticas específicas destinadas a promover a autonomia do agricultor, reafirmando sua identidade, a proteção social e o bem-estar das comunidades e o desenvolvimento rural; d) demonstra o potencial para geração de postos de trabalho (Delgado, Guilherme Costa. Bergamasco, Sonia Maria Pessoa Pereira (orgs.) 2017:134).

Conforme acima, a importância da agricultura familiar está além da segurança alimentar. A agricultura familiar é responsável por garantir o preenchimento de várias lacunas da nossa sociedade. Primeiramente a segurança alimentar, ao garantir uma alimentação saudável e balanceada é o primeiro passo para a garantia do bem estar da população. O método de cultivo da agricultura familiar vai de encontro as práticas ecológicas de preservação do meio ambiente, com baixo ou praticamente zero impacto nos ecossistemas em que estão inseridos. Mais do que garantir e impulsionar as economias locais, com a comercialização dos produtos em feiras populares, com preços justos, a agricultura familiar representa a consolidação do homem do campo e a sua relevância no bem estar dos cidadãos.

A partir desses pontos, não faltam argumentos para demonstrar o seu potencial como fonte de renda, possibilitando inúmeros postos de trabalho, por isso o nosso quinto argumento aborda a luta pelo reconhecimento dos trabalhadores da agricultura familiar. Com a evolução dos movimentos populares, como o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra(MST), muitos agricultores antes economicamente impossibilitados pois não possuíam a posse da terra e serviam de mão de obra de baixo custo para as grandes propriedades, hoje lutam pelo reconhecimento como agricultores, trabalhadores rurais pois desempenham um papel fundamental no abastecimento e desenvolvimento da economia de maneira sustentável.

A grande maioria dos agricultores antes considerados "periféricos" reivindica o reconhecimento de sua identificação com um tipo de trabalho específico, aquele exercido de forma autônoma, em caráter familiar, através da posse e controle dos meios de produção para isso necessários. Em outras palavras, inclusão social para os próprios produtores significa o reconhecimento de sua condição de agricultor, de suas formas de trabalhar e produzir, cujas potencialidades devem ser apoiadas pelas políticas públicas, inclusive as destinadas à agricultura (Delgado, Guilherme Costa. Bergamasco, Sonia Maria Pessoa Pereira (orgs.) 2017:78).

Delgado traz um ponto muito importante acerca de uma realidade vivenciada pela grande maioria dos trabalhadores rurais que vivem nas suas pequenas propriedades na maioria das vezes longe das cidades e com acesso precário a qualquer tipo de serviço e principalmente

às políticas públicas destinadas à agricultura. É notória a necessidade de que as políticas públicas de acesso, segurança e suporte técnico sejam direcionadas a todos os homens do campo. É necessário que como qualquer outro segmento da indústria e economia brasileira, a agricultura seja amplamente assistida pelas políticas públicas a fim de fomentar e garantir o seu crescimento. Como trazido anteriormente a agricultura familiar, compõem majoritariamente o setor no nosso país e, justamente os agricultores familiares são a camada da população rural que menos obtém suporte e assessoria das políticas públicas.

Pode-se concluir desse quadro geral que esses agricultores vivenciam situações de extrema precariedade e que têm, efetivamente, uma enorme dificuldade para gerar renda monetária de sua atividade produtiva. No entanto, reiterando, o que foi assinalado acima, não é possível desconhecer o fato, por todos afirmado, de que, apesar dos obstáculos, eles não são outra coisa senão agricultores: suas estratégias revelam os esforços empreendidos para assegurar a subsistência através dos reduzidos meios que dispõem (Delgado, Guilherme Costa. Bergamasco, Sonia Maria Pessoa Pereira (orgs.) 2017:78).

É notória a precariedade para com a agricultura familiar, faltam desde escolas rurais à assistência técnica para os pequenos produtores. A agricultura de subsistência, mesmo com todas as dificuldades se reinventa através da força de vontade e coragem dos agricultores. Vemos inúmeras tentativas de assegurar o bem estar da família do campo e também da população urbana através da comercialização dos produtos oriundos da agricultura familiar. A partir do momento em que o cultivo da terra tem como finalidade a subsistência, o abastecimento das necessidades do núcleo familiar e o excedente comercializado, esses indivíduos devem sim, serem considerados agricultores do campo, pois a o cultivo da terra no núcleo familiar é um ato que os legitima nessa posição.

Colocando-se na perspectiva dos sujeitos analisados, e não daquela ditada pelas regras do mercado, registra-se com muita frequência que as categorias familiares consideradas "em transição" e "periféricas" não hesitam em se definir como agricultores, em suas práticas presentes e em seus projetos de futuro. Para eles, a produção para o próprio consumo ou para o consumo interno do seu estabelecimento é uma prática que os legitimam como agricultores familiares. Apesar da forma subordinada e precária, sua inserção nos mercados agropecuários é reivindicada como um elemento central de suas estratégias produtivas (Delgado, Guilherme Costa. Bergamasco, Sonia Maria Pessoa Pereira (orgs.) 2017:79).

A legitimação da posição de agricultor deve estar ligada a sua atividade, o fato de cultivarem a terra, produzirem alimento e fonte de renda através do plantio deve sim, ser um fator a ser considerado para que esses homens do campo sejam legitimados como agricultores

familiares, mesmo com a precariedade e a submissão que vemos nos mercados agropecuários onde a agricultura familiar muitas vezes não tem espaço de fala.

O nosso sexto argumento busca elucidar as feiras populares como uma alternativa consolidada de comércio. A partir da consolidação da agricultura familiar, as feiras populares se tornam um elemento essencial na vida desses agricultores, pois a principal finalidade dessas feiras, é garantir que os legumes, verduras e hortaliças, todas as culturas da prática de agricultura de subsistência tenham o seu espaço de comercialização. Se por um lado a agricultura familiar se consolida pelos inúmeros benefícios que propicia para a sociedade, as feiras populares se legitimam a partir do momento que se tornam um espaço de acesso à essa produção. Um espaço de acesso justo e sustentável que desde a sua origem está intimamente conectada à agricultura, desde o Brasil colonial que as feiras populares são um espaço para troca, que em muitos dos casos essa troca não se tratava de moeda, mas também de uma troca de produtos ou serviços.

As feiras populares, podem ser consideradas um espaço vivo de comércio, onde as possibilidades, desde o início no Brasil, podem ser adaptadas de acordo com as necessidades dos indivíduos que utilizam esse espaço.

No Brasil, consolidou-se como uma forma de costume implantada pelos portugueses desde época colonial, existiam as chamadas quitandas ou feiras africanas que eram um comércio em locais estabelecidos que funcionavam ao ar livre aonde as vendedoras negras negociavam os produtos cultivados na lavoura, da pesca e de mercadorias feitas em casa (Luciano, Wilyan Rodrigo 2017:9).

Conforme apresentado por Luciano, desde o início, a construção das feiras possui uma base diversificada de produtos, desde os produtos oriundos da lavoura, peixes e produtos caseiros. Esse mix de produtos permanece até hoje, a principal característica das feiras é essa diversificação de produtos onde os consumidores podem encontrar desde legumes e hortaliças até à produtos caseiros, ou seja, nas feiras populares, os consumidores podem encontrar desde itens para complementar às refeições até à itens para consumo imediato. Dessa forma o caráter diverso das feiras populares deve ser um fator a ser analisado e principalmente incentivado.

Nosso sétimo argumento traz a necessidade de estímulo às feiras populares. As feiras populares devem ser espaços onde o consumidor possa encontrar o máximo de itens não beneficiados que possa encontrar e, quanto mais variedades o feirante possuir, ou seja, quanto mais diversa for a sua produção na propriedade, melhor será o resultado da comercialização nas feiras, pois estará suprimindo a necessidades do consumidor à um preço justo.

Neste cenário surge a necessidade de estimular os produtores, empreendedores e prestadores de serviços para novas formas de oferta, desenvolvendo acções dirigidas à promoção dos produtos locais, conferindo visibilidade ao território e às pessoas que nele trabalham e habitam. Uma das alternativas passa pela criação e utilização de instrumentos e métodos que permitam testar novas formas de comercialização de proximidade, que auxiliem os pequenos produtores a escoar os seus produtos agrícolas directamente aos consumidores, decorrendo desta transacção um benefício para ambos os intervenientes (BANDEIRA et al., 2009, s/p.).

É notória a complexidade das feiras populares, do ponto de vista pela quantidade de opções de comercialização que oferecem, desde produtos oriundos do cultivo da terra à produtos caseiros e até mesmo o artesanato. É neste sentido que os pequenos produtores rurais devem ser incentivados criativamente para utilizar esse espaço de comercialização de forma empreendedora. O grande ponto positivo em comparação às outras formas de comércio é a proximidade do produtor/comerciante do consumidor final. Cabe aos produtores ocuparem esse espaço da melhor maneira, experimentando novos formatos e produtos para a garantia do escoamento da sua produção e também da obtenção de lucro para garantir a segurança financeira da família além da possibilidade de crescimento.

Nosso oitavo argumento apresenta a necessidade de estímulo ao consumo consciente e alternativo das feiras populares. Do ponto de vista do consumidor comprar os alimentos directamente com os produtores, possibilita conhecer melhor os produtos que estão sendo adquiridos, a forma como tudo foi produzido e principalmente conhecer de quem estão comprando, essa proximidade garante a construção de uma relação de confiança, credibilidade e principalmente a fidelização desse consumidor que ao encontrar os produtos que procura, à um preço justo e de boa qualidade irá retornar para novas compras. Pois através da proximidade que as feiras populares proporcionam, os consumidores vão estar sempre comprando do “seu João ou da Dona Maria” é a mesma lógica de ir sempre ao mesmo supermercado porque é bem atendido, ou o ambiente é agradável, nas feiras é sempre o seu João ou a Dona Maria vendendo os produtos colhidos na sua propriedade e vendendo para o consumidor final, através disso humanizamos as relações de consumo.

Ao olhar para os produtores rurais o que se constata é uma série de benefícios tais como: o escoamento regular dos bens produzidos, o aumento do rendimento dos produtores, o pagamento imediato e justo dos produtos, desencadeando, ainda, a possibilidade de diversificação das atividades da exploração. Na ótica dos consumidores é uma relação benéfica, porque oferece o consumo de produtos diversos, frescos e com qualidade garantida pelo contato direto com os produtores (Luciano, Wilyan Rodrigo 2017:12).

Dessa forma, o comércio nas feiras populares, do ponto de vista dos agricultores familiares representa a garantia do escoamento da produção, assim a como a possibilidade de incrementar a renda familiar. Além disso a transação gerada a partir da comercialização direta, possibilita que os produtores invistam na qualificação da propriedade e dos seus produtos. Para os consumidores a compra regular nas feiras, além de ser uma alternativa de consumo consciente, representa a garantia de produtos frescos e variados sempre.

Quadro 1. Feiras Populares e o Grande Varejo

<b>ARGUMENTO</b>	<b>SÍNTESE</b>	<b>SUPORTE PARA HÍPOTESE</b>
Impacto do latifúndio no pequeno produtor	Limita o acesso à terra e ao seu crescimento.	As feiras populares podem representar uma libertação das relações de poder do latifúndio.
Feiras populares e a agricultura familiar	Representam uma alternativa eficaz para a comercialização.	Dada a dimensão das propriedades familiares, as feiras populares adotam a mesma proporção na perspectiva de comercialização.
Relações de dependência do pequeno produtor	A relação de domínio das redes de varejo com a agricultura familiar.	As feiras populares como uma alternativa de libertação dessa lógica de mercado abusiva.
Benefícios da agricultura familiar	Agricultura familiar como uma alternativa de alimentação saudável através da comercialização justa.	Se sustenta pelo fato de a comercialização da agricultura familiar ocorrer majoritariamente em feiras populares.
Reconhecimento da agricultura familiar	O reconhecimento dos agricultores através da importância que exercem no abastecimento das cidades	As feiras populares são um espaço de comercialização da agricultura familiar onde esses indivíduos são legitimados como agricultores.
Feiras populares e o comércio	As feiras populares estão ligadas diretamente a garantia de escoamento da produção da agricultura familiar.	Porque ao consolidar as feiras populares como a principal alternativa de comercialização, a agricultura familiar é representada.

Estímulo às feiras populares	As feiras devem ser estimuladas pela relação direta à diversidade de alimentos comercializados pela agricultura familiar.	Ao estimular as feiras populares estamos estimulando a agricultura familiar.
Estímulo ao consumo	Ao estimular o consumo consciente estamos estimulando a agricultura familiar através das feiras populares	Fortalece o papel de importância das feiras populares na relação entre consumidor final e agricultor.

Fonte: Sistematização do acadêmico (2019).

### 1.3 Feiras populares x redes de varejo

Complementando a discussão da hipótese das feiras populares como um movimento de resistência, nesta seção abordamos os argumentos que compõem a relação das feiras populares com as redes de varejo. Aqui apresentamos um conjunto de sete argumentos: a) Feiras populares e o varejo b) Mercadorização do meio ambiente; c) Geração de pobreza; d) A capilaridade da agricultura familiar; e) Feiras populares e a troca justa; f) Agricultura familiar e as redes de varejo; g) escoamento da produção e h) Novas oportunidades para a agricultura familiar.

Nosso primeiro argumento, aborda a relação de oposição das feiras populares com as redes de varejo. Assim como a agricultura familiar de subsistência e a agricultura de monocultura são opostas, as grandes redes de varejo fazem oposição à forma de comercialização praticada nas feiras populares. A partir disso, busca por melhores alternativas de comercialização para o pequeno produtor rural, vão em busca de garantir condições justas independentes para esses produtores. Por outro lado, as redes de varejo, ocupam um espaço importante na cadeia de consumo da população brasileira, sendo responsável pelo fornecimento de todos os produtos para a composição da dieta alimentar, tornando assim o processo de consumo, mais uma mercadoria a ser explorada pela indústria do agronegócio.

Observe-se que a pretensão da terra “mercadoria como outra qualquer”, da economia do agronegócio é absolutamente antinômica e esterilizante de quaisquer outros valores socioambientais que se possam atribuir à natureza como bem intergeracional, de múltiplos usos e finalidades intertemporais, portanto de interesse geral (Delgado, Guilherme Costa. Bergamasco, Sonia Maria Pessoa Pereira (orgs.) 2017:19).

Nesse caso, não estamos falando apenas da terra como mercadoria, mas sim das famílias que nela vivem e dela dependem e principalmente dos produtos oriundos dessa “terra”. É de interesse de toda a sociedade que nesse caso, a terra não seja vista como uma mercadoria como qualquer outra, tal ponto de vista afeta profundamente os nossos ecossistemas, não só o meio ambiente, mas a qualidade de vida do homem do campo e do homem da cidade, a saúde das pessoas que vivem da terra e principalmente das pessoas que consomem os produtos frutos de uma agricultura comercial.

Nosso segundo argumento aborda a mercadorização do meio ambiente pelas grandes propriedades e redes de varejo do setor agrícola. A mercadorização do setor afeta desde a produção, utilizando-se insumos agrícolas pois a produção é em larga escala até na forma de comercialização, direcionando o escoamento da produção para centros de distribuição e estabelecimentos comerciais, contrapondo as práticas da agricultura familiar.

A estratégia da completa mercadorização dos espaços da natureza contém uma contradição tão forte com as relações sociais civilizadas, no sentido que o próprio constituinte brasileiro já havia instituído, que para realizá-la, na prática se destroem as condições sociais e políticas do próprio Estado democrático, ainda que de maneira subreptícia (Delgado, Guilherme Costa. Bergamasco, Sonia Maria Pessoa Pereira (orgs.) 2017:19).

Essa mercadorização extensiva do setor, afeta diretamente o pequeno produtor e principalmente o meio ambiente que é afetado pelo efeito colateral do desenvolvimento. Tal evolução possibilita o aumento de capital das grandes corporações, mas por outro lado acaba diminuindo as possibilidades dos pequenos produtores e pequenos empresários de expandirem os seus negócios e a sua área de atuação. Tal funcionamento é refletido diretamente nas condições sociais do estado, pois concentra o acúmulo de capital nas grandes empresas e o pequeno produtor que busca o seu crescimento através da comercialização dos produtos oriundos da agricultura familiar acaba sendo oprimido pelas práticas do mercado.

O nosso terceiro argumento aborda a geração de pobreza através da industrialização da agricultura e os seus processos de comercialização. Por outro lado, essa prática também aumenta o empobrecimento da população, que por sua vez tem as suas necessidades atendidas por grandes redes de varejo que determinam o preço final dos produtos necessários para a sua alimentação, dessa forma ao ponto que evoluímos em forma de empresas, prejudicamos o desenvolvimento individual e a segurança financeira das famílias que encontram nas feiras populares uma alternativa justa de comércio.

A pobreza que permanece no Brasil, tanto no campo como em suas áreas urbanas, não pode ser entendida como aquela que não foi atingida pelos processos de desenvolvimento. Ao contrário, ela é, fundamentalmente, uma pobreza gerada como consequência direta do modelo de desenvolvimento prevalecente na sociedade brasileira, cuja base é a histórica associação entre o capital e a propriedade da terra, e da forma como foi implantada no Brasil a moderna, agricultura, centrada no enfoque setorial da modernização (Delgado, Guilherme Costa. Bergamasco, Sonia Maria Pessoa Pereira (orgs.) 2017:69).

Justamente ao passo que evoluímos no desenvolvimento econômico e tecnológico, nos tornamos alvos dos efeitos colaterais desse avanço. Tanto as populações urbanas quanto a população rural são afetadas por esse modelo que transforma a terra e o meio ambiente em um simples produto, conseqüentemente desse ponto de vista, o cultivo da terra, através de hortaliças, legumes e verdura é visto também como um produto, oriundo de uma produção sistematizada e voltada para a obtenção de lucro, sem se preocupar com a forma de cultivo e principalmente o seu impacto no meio ambiente. Dessa forma, a agricultura familiar se faz um ponto de resistência à mercadorização e a automação da agricultura, preservando ecossistemas e economias através do plantio e comercialização sustentável. Nota-se que ambas as práticas possuem a mesma finalidade, atender as demandas dos consumidores e também a obtenção de lucro, porém a diferença está na forma como isso é feito e principalmente no impacto gerado através dessa prática sem consciência.

Nosso quarto argumento tem como finalidade abordar a capilaridade da agricultura familiar. O grande ponto aqui, é revistar o importante papel que a agricultura familiar exerce dentro da nossa sociedade e a sua capilaridade no que diz respeito à comercialização nas feiras populares.

A agricultura familiar se tornou a categoria consagrada, capaz de abranger todas estas formas de agricultura, baseadas na associação entre trabalho, família e produção, bem como aquelas fundamentadas nos laços comunitários de natureza étnica. Não resta dúvida que o PRONAF representou um salto significativo em relação às políticas anteriormente praticadas, na medida em que afirmou o reconhecimento da condição de agricultor e da contribuição essencial para a sociedade, daqueles que até então eram tidos apenas como pequenos, de baixa renda ou de subsistência (Delgado, Guilherme Costa. Bergamasco, Sonia Maria Pessoa Pereira (orgs.) 2017:69).

Em outras palavras, a agricultura familiar é capaz de atender de forma abrangente o abastecimento da população pois unifica as suas necessidades alimentares através da produção coletiva por meio do trabalho familiar em pequenas propriedades. Principalmente após o impacto gerado pelo PRONAF, que possibilitou que os produtores rurais, que exercem um papel tão importante na sociedade através da sua produção agrícola, obtivessem melhores condições de trabalho no campo. A partir do momento em que reconhecemos a sua relevância

e o papel do agricultor por meio de políticas públicas que possibilitem o seu crescimento a medida que garantem a segurança alimentar por meio da sua produção diversificada, garantimos que a agricultura familiar avance em meio as dificuldades econômicas encontradas no campo e na cidade, seja para produção ou para o consumo.

O desenvolvimento econômico das agriculturas familiares passa também pela sua organização para acessar aos mercados, para enfrentar a extensão generalizada do mercado de troca capitalista, mas também para dialogar com o Estado mediante novos instrumentos de políticas públicas (Rev. Econ. NE, Fortaleza, v. 45, suplemento especial, p. 21-35, out./dez., 2014).

Dessa forma, incentivar a agricultura familiar consiste não só em oferecer políticas públicas para acesso à terra ou financiamento rural para o plantio, mas sim contribuir para que essas famílias consigam acessar aos mercados. Essas políticas, devem facilitar a comercialização da produção rural, que por sua vez deveria ampliar os pontos de venda para a realização das feiras populares e principalmente ao passo que as feiras populares são ampliadas e potencializadas, o acesso dos consumidores também é facilitado pois proporciona a troca justa.

O nosso quinto argumento aborda a relação entre a agricultura familiar e as redes de varejo, apresentando as feiras populares como principal alternativa de comercialização para a emancipação da vida no campo. Sendo assim as feiras populares se tornam um mecanismo de garantia para contrapor o sistema de troca capitalista que visa a acumulação de lucro privado das redes de varejo. O grande ponto das redes de varejo tradicionais está no desequilíbrio da transação financeira que não oferece uma troca justa para quem fornece os produtos e tampouco para quem consome.

A dificuldade econômica da construção de um valor de troca adaptado e justo tanto para o produtor como para o consumidor reside na contradição entre o sistema de reciprocidade que considera as necessidades das pessoas e o sistema de troca capitalista que privilegia a concorrência para a acumulação privada do lucro (Rev. Econ. NE, Fortaleza, v. 45, suplemento especial, p. 21-35, out./dez., 2014).

A partir dessa dificuldade que as feiras populares se destacam em oposição as redes de varejo pois possuem a característica de oferecer produtos de qualidade e principalmente de preço justo. Normalmente as feiras acontecem com vários produtores em um local pré-estabelecido, com essa característica de ampla concorrência, o consumidor tem a possibilidade de encontrar em um só lugar os produtos que necessita ao preço que considerar mais adequado. Dessa forma, esses sistemas de troca que resultam da comercialização dos produtos da

agricultura familiar em feiras livres, proporciona um equilíbrio nas relações comerciais, apresentando vantagens mútuas, para quem produz e para quem consome.

O nosso sexto argumento, aborda os problemas encontrados pelos agricultores para o escoamento da produção familiar. Se por um lado a comercialização através das feiras livres se consolida como uma forma de comércio justo e sustentável, por outro lado as dificuldades encontradas pelos pequenos produtores muitas vezes acaba os tornando reféns dos intermediadores e das redes de distribuição para que possam atender à mais regiões e principalmente a fim de baratear os custos dessas transações.

Para manter essas redes de venda, os operadores do comércio justo devem reduzir seus custos de transação e de frete, o que lhes leva a recorrer aos mesmos intermediários da grande distribuição capitalista, arriscando adotar as mesmas práticas, em nome da eficiência, até o ponto de perder o valor agregado ético: a fidelidade e a exclusividade do abastecimento, a qualidade da informação mútua, quer dizer a relação humana entre consumidor e produtor (Rev. Econ. NE, Fortaleza, v. 45, suplemento especial, p. 21-35, out./dez., 2014).

Sendo assim, os agricultores acabam por recorrer aos mesmos intermediadores aos quais tentam através das feiras a independência. Já no caso dos comerciantes, que poderiam atender ao escoamento da pequena propriedade familiar, devido ao foco para obtenção de lucro através da grande demanda, se opta por ter como fornecedor as redes de distribuição. Ou seja para que o supermercado tenha sempre as suas gondolas abastecidas pelos mesmos produtos independente da estação do ano e a sazonalidade das culturas, são levados a operar com as grandes redes de distribuição, se opondo à produção familiar devido à necessidade de periodicidade no abastecimento e principalmente a obtenção de lucro.

Através dessa dinâmica de abastecimento versus lucro a problemática se estende do campo às áreas urbanas nas suas mais variadas configurações. Nas regiões mais nobres o varejista irá optar pela segurança do fornecimento contínuo das redes de distribuição, nas regiões periféricas o fornecimento de alimentos de qualidade e preço justo serão comprometidas pois o acesso à essa população é mais difícil, fomentando a criação de pequenos mercados onde a variedade de legumes, frutas e verduras será limitado. No campo por sua vez, cada vez mais distante das grandes regiões o escoamento da produção se torna limitado devido a cadeia de distribuição. Dessa forma a ampliação das feiras populares deve ocorrer de maneira prioritária para ambas as partes sejam favorecidas.

O nosso sétimo argumento elucidada sobre o equilíbrio na expansão de mercado e novas oportunidades para que todas as camadas da sociedade sejam atendidas. No campo por sua vez, cada vez mais distante das grandes regiões o escoamento da produção se torna limitado devido

a cadeia de distribuição. Dessa forma a ampliação das feiras populares deve ocorrer de maneira prioritária para ambas as partes sejam favorecidas.

A relação dessa dinâmica com os problemas aqui expostos, ademais, só se evidencia a partir de determinado estágio de concentração e domínio dos supermercados sobre o acesso aos alimentos, bem como de expansão das cidades. Ambas as dinâmicas modificaram as condições do arranjo de comercialização de alimentos nas zonas urbanas, especialmente naquelas mais populosas. Enquanto em alguns locais de maior renda os supermercados se disseminaram intensamente, em outros coexistem mais frequentemente com formas tradicionais de varejo e atacado. Em outros espaços, ainda, a tendência foi de expansão desordenada das periferias, onde o acesso aos alimentos tornou-se amplamente comprometido (Sistema Tradicional De Varejo De Alimentos E Sua Importância Para A Segurança Alimentar E Nutricional: O Caso Do Distrito Federal, Correa Leda, Luísa. 2017:75).

Conforme exposto acima, a problemática da distribuição de renda e da urbanização enaltece o antagonismo das feiras populares e as grandes redes de varejo. Se por um lado nas regiões mais populosas a concentração dos supermercados é maior e o fornecimento de alimentos também pois se utiliza do fornecimento convencional de produtos, por outro, nas regiões menos populosas as feiras populares possuem um espaço de crescimento e potencialização pois poderão atender as demandas da população que por ser em menor concentração não são atendidas pelas redes de varejo. Dessa forma, essas regiões devem ser vistas como uma oportunidade para os pequenos produtores rurais. Dada a complexidade do tema e principalmente o potencial de crescimento, é do interesse de toda a sociedade fomentar as feiras populares, ou feiras livres, espaços de troca alternativos e pequenos comércios. Do ponto de vista do pequeno produtor, esses espaços devem ser vistos como uma oportunidade de expansão para a comercialização da sua produção, pois poderá atender uma camada da população com pouco acesso aos produtos que nas regiões mais populosas já são atendidas. Sendo assim cabe aos órgãos públicos ampliar esses espaços e garantir o abastecimento da população para que todos tenham acesso a uma alimentação saudável e diversificada e principalmente para que os pequenos produtores possam prosperar na vida no campo.

Quadro 2. Feiras Populares como alternativa à agricultura convencional.

ARGUMENTO	SÍNTESE	SUPORTE PARA HÍPOTESE
Feiras x Varejo	Novas alternativas de comercialização a fim de tornar as feiras populares mais expressivas perante as redes de varejo	Reforça os esforços das feiras para superar a majoritariedade do varejo com a criação de novos hábitos de consumo.

Mercadorização do meio ambiente	Torna o processo de cultivo da terra mais uma opção para a indústria, minimizando o potencial da agricultura familiar.	Através da mercadorização do meio ambiente as feiras populares são um movimento de expansão e resistência ao domínio da indústria.
Geração de pobreza	Através da industrialização do campo, das grandes propriedades, o poder econômico se concentra nas mãos do latifúndio.	Com a concentração de poder, as feiras populares possibilitam a emancipação do pequeno produtor.
Capilaridade da agricultura familiar	Aborda o papel do agricultor no fornecimento de produtos agrícolas ampliando os seus mercados.	Através de políticas que facilitem a comercialização das feiras populares.
Agricultura familiar e redes de varejo	Evidencia o desequilíbrio do varejo nas relações entre consumidor e produtor.	Justifica as feiras populares como uma alternativa que beneficia de maneira justa, produtor e consumidor.
Escoamento da produção	Problematiza a relação de produção versus comercialização dos agricultores.	Através das feiras populares esses indivíduos diminuem a sua relação de dependência do varejo.
Novas oportunidades	Apanhado sobre o abastecimento de regiões com maior concentração de pessoas e capital versus regiões menos populosas	As feiras populares podem chegar à populações menos assistidas, devido a sua versatilidade de comercialização, atendem a todas as camadas da sociedade.

Fonte: Sistematização do acadêmico (2019).

## 2 A EDUCOMUNICAÇÃO E A TRANSIÇÃO AGROECOLÓGICA

Neste capítulo buscamos embasar teoricamente qual o impacto das estratégias de educomunicação popular possibilitando a transição agroecológica entre a monocultura e a agricultura orgânica na criação de feiras locais dos pequenos produtores rurais. A partir dessa perspectiva iremos a educomunicação e a transição agroecológica. Primeiramente as estratégias

de educomunicação como método ágil de ensino durante e pós-transição agroecológica. Por sua vez a transição agroecológica e o desenraizamento dos métodos tradicionais de cultivo da terra.

## 2.1 Estratégias de Educomunicação

Para descrever sobre as estratégias de educomunicação iremos apresentar três argumentos que sustentam a nossa discussão. A) Conexão através da educomunicação; b) Educomunicação e conceito; c) Educomunicação por dois prismas. O nosso primeiro argumento aborda a conexão entre os indivíduos através da educomunicação. O foco principal da educomunicação está em conectar os indivíduos com os meios de comunicação e novas tecnologias a fim possibilitar que o processo de aprendizagem seja mais ágil e dinâmico através de fontes de informação diversas. Dessa forma, instiga os sentidos dos indivíduos para se apropriarem das diversas fontes apresentadas durante o processo de aprendizagem. Como no caso da transição agroecológica e capacitação em marketing, através de dinâmicas e vídeos os conceitos vão sendo absorvidos e aprimorado a partir do ponto de vista dos agentes envolvidos. Dessa forma é um método dinâmico de produção de conhecimento. Aqui, o direcionamento das estratégias da educomunicação está em conscientizar tanto produtores rurais, quanto consumidores da importância da produção de caráter agroecológico com dos benefícios do consumo de produtos agroecológicos oriundos da agricultura familiar.

O que caracteriza esta vertente é seu foco na relação dos educandos com os meios de comunicação e as novas tecnologias ou, simplesmente, com a mídia. Esta é a razão pela qual esta maneira de trabalhar o tema ganha denominações como Educación para los Medios, na Espanha; Educação para os Medias, em Portugal e Mídia e educação, no Brasil (Soares, Ismar de Oliveira, 2002. Disponível em< <http://www.usp.br/nce>>).

Conforme trazido pelo o autor a utilização dos meios de comunicação e das tecnologias é o coração do processo para que se possa neste caso, implementar a transição agroecológica e principalmente para que através dos meios de comunicação disponíveis como as redes sociais, blog, jornais, rádio e materiais impressos possamos ao mesmo tempo que comunicamos as mudanças desejadas e já realizadas, conscientizamos os indivíduos envolvidos sobre os conceitos da agroecologia através da comunicação visual e qualificação do ponto de venda.

O nosso segundo argumento aborda os conceitos que norteiam a educomunicação. Para elucidar o conceito de educomunicação de maneira didática, trago um recorte do texto, “Mas afinal, o que é Educomunicação?” do Prof<sup>o</sup> Dr. Ismar de Oliveira Soares, onde ele relata com

uma riqueza de detalhes um questionamento que recebeu de uma professora em um dos encontros promovidos:

1 - integrar às práticas educativas o estudo sistemático dos sistemas de comunicação; 2 - criar e fortalecer ecossistemas comunicativos em espaços educativos; 3 - melhorar o coeficiente expressivo e comunicativo das ações educativas; A Educomunicação necessita que sejam observados alguns procedimentos sem o quais fica irreconhecível, entre os estes: a) É necessário prever e planejar '\conjuntos de ações\' no contexto do plano pedagógico das escolas, e não ações isoladas (uma ação isolada não modifica as relações de comunicação num ambiente marcado por práticas autoritárias de comunicação); b) Todo planejamento deve ser participativo envolvendo todas as pessoas envolvidas como agentes ou beneficiárias das ações; c) As relações de comunicação devem ser sempre francas e abertas; d) O objetivo principal é o crescimento da auto-estima e da capacidade de expressão das pessoas, como indivíduos e como grupo (Soares, Ismar de Oliveira. 2004 Disponível em <<http://www.usp.br/nce>>).

Dessa forma, se apropriando dos conceitos apresentados por SOARES (2004), nesse contexto a educomunicação assume dois papéis importantes, o primeiro como método para a transição agroecológica das pequenas propriedades rurais e o segundo como estratégia de marketing para divulgação e conscientização da comunidade local sobre a produção agroecológica da agricultura familiar, sendo assim, em um primeiro momento a educomunicação assume o papel de metodologia e no segundo assume o papel de estratégia. A partir da perspectiva de método para a absorção de conhecimentos e posteriormente como estratégia para a produção de conhecimento. Os conceitos para a transição agroecológica devem seguir a metodologia da educomunicação como estratégia para que os indivíduos façam parte do processo de aprendizagem através dos conteúdos midiáticos onde a troca de saberes ocorre de maneira dinâmica.

O nosso terceiro argumento aborda a educomunicação sobre dois prismas, de método e estratégia. Ao criar espaços comunicativos para a transição agroecológica, possibilitamos a participação de todos os indivíduos envolvidos como protagonistas da co-criação das estratégias a serem implementadas pois a partir do ponto em que o mesmo conteúdo que é apresentado para esses indivíduos como método de ensino é produzido por eles como estratégia de conscientização sobre agroecologia. Sendo assim a educomunicação pode ser definida como:

[...] um conjunto de ações cuja finalidade é integrar às práticas educativas o estudo sistemático dos sistemas de comunicação, criar e fortalecer ecossistemas comunicativos em espaços educativos e melhorar o coeficiente expressivo e comunicativo das ações educativas (SOARES, 2002, disponível em <http://www.usp.br/nce>, 29 de outubro de 2019).

Em um primeiro momento, essas estratégias assumem o papel de metodologia para a troca de saberes através de conversas e produção de conteúdo, possibilitando a rápida absorção dos conceitos a serem postos em prática para a transição agroecológica nas propriedades. A segunda etapa que contempla o viés estratégico da educomunicação, aliado às estratégias de marketing permite, através da utilização das redes sociais e principalmente de materiais impressos, educar a comunidade sobre a agroecologia, ao passo que realiza a promoção de uma qualificação dos produtos da agricultura familiar que são comercializados nas feiras populares pois por serem produzidos através de métodos agroecológicos, do viés de marketing esses produtos possuem um diferencial perante aos produtos convencionais. Através das estratégias de educomunicação de produção de conteúdo sobre o processo de transição, esse material acaba se tornando argumento de venda. Ao utilizar as mídias e materiais de acordo com a realidade dos indivíduos de forma simples e variada, utilizando formatos como vídeo, imagens e textos a educomunicação contribui significativamente para que os mesmos incorporem o processo de transição agroecológica.

Quadro 3. Estratégias de Educomunicação.

<b>ARGUMENTO</b>	<b>SÍNTESE-NO MÁXIMO TRES LINHAS</b>	<b>SUPORTE PARA HÍPOTESE</b>
Conexão através da educomunicação	Possui o papel de conectar os indivíduos com os meios de comunicação para a produção de conhecimento.	Através da educomunicação, os conceitos agroecológicos podem ser absorvidos e postos em prática.
Conhecendo a educomunicação	Sintetiza a educomunicação em conceitos e práticas	Sustenta a educomunicação em práticas para possibilitar o conhecimento.
Educomunicação por dois prismas	A versatilidade da educomunicação serve como método para a transição e como estratégia para a comercialização.	É elemento fundamental para a troca de experiências e produção de conhecimento.

Fonte: Sistematização do acadêmico (2019).

### 2.3 Transição agroecológica e desenraizamento

Para elucidar teoricamente o processo de transição agroecológica e o desenraizamento dos métodos convencionais de produção agrícola a fim de embasar a discussão dessa hipótese, apresentamos um conjunto de seis argumentos: a) A hegemonia dos agrotóxicos; b) Agricultura

industrial; c) Consciência ambiental; d) Agricultura familiar e a agroecologia; e) Resistência à industrialização e f) Agroecologia e a natureza.

O nosso primeiro argumento aborda a hegemonia acerca do uso de agrotóxicos. A partir dessa afirmação, a transição agroecológica pode ser considerada como um processo de desenraizamento das práticas convencionais do cultivo da terra, direcionadas através da prática de monocultura com o uso extensivo de agrotóxicos e de grandes propriedades para o plantio extensivo da monocultura cujo o único objetivo é a obtenção de lucro e a extração do que a terra pode dar, sem nenhum cuidado com os impactos causados por essa prática como o envenenamento da população e do meio ambiente como poluição do solo e dos rios. Sendo assim, a agricultura convencional se torna o tema central de uma discussão acerca dos malefícios causados pelo uso de agrotóxicos de maneira exacerbada pois o impacto gerado pelo seu uso no meio ambiente polui rios e elimina ecossistemas, sem contar os malefícios causados na saúde das pessoas.

Um dos grandes expoentes hoje da problemática ambiental no campo são os agrotóxicos e suas implicações sobre o meio ambiente e a saúde humana. Segundo dados da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), em 2009, o Brasil tinha relacionado 434 tipos de agrotóxicos e, nesse mesmo ano, foram vendidas 789.974 toneladas do gênero. Ainda segundo a Anvisa, o Brasil se destaca hoje no cenário mundial como o maior consumidor de agrotóxicos, respondendo, só na América Latina, por 86% do consumo desses produtos (Neto, Mazanella Wilson, Delgado, Guilherme Costa. Bergamasco, Sonia Maria Pessoa Pereira (orgs.) 2017:197).

Essa problemática trazida pelos autores é o reflexo do cenário atual encontrado na agricultura brasileira, conforme o texto só no ano de 2009 haviam sido vendidas mais de 700 mil toneladas de agrotóxicos no país em decorrência da monocultura extensiva que necessita do uso de agrotóxicos para que determinada cultura produza o ano inteiro independente de fatores externos. Todos esses números estão relacionados diretamente aos impactos causados no meio ambiente e principalmente fazem parte da alimentação diária da população. Ainda segundo o texto, o Brasil se destaca no cenário mundial pelo uso excessivo de agrotóxicos na agricultura, pois de acordo com dados da Anvisa, o Brasil é o maior consumidor de agrotóxicos no mundo.

O nosso segundo argumento apresenta a lógica de uma agricultura industrial. Essa lógica de produção agrícola de maneira industrial demonstra o caráter secundário até então ocupado pela ecologia no Brasil. Pois demonstra o desinteresse pelos órgãos públicos, empresários e a sociedade em geral por uma produção limpa e sustentável. A partir desse cenário o pensamento ecológico de nortear as práticas produtivas voltadas à agricultura.

A lógica de produção e a relação com a natureza, presentes na agricultura moderna e no capitalismo industrial, como dinâmica relacional destrutiva, espalhou-se com facilidade e relativa aceitação no decorrer das décadas de 1960 e 1970 por todo o mundo, reforçando o caráter secundário dada a questão ecológica (Neto, Mazanella Wilson, Delgado, Guilherme Costa. Bergamasco, Sonia Maria Pessoa Pereira (orgs.) 2017:198).

Com a agricultura tendo a sua orientação para o sistema industrial, os impactos causados pelo uso de agrotóxicos se tornaram uma relação destrutiva para o meio ambiente. A partir do momento em que a grande maioria da sociedade não se posiciona em pensar a questão ambiental, falando do âmbito de Brasil, movimentos começam a surgir com a intenção de articular a questão agrícola de uma maneira ecológica que reduza os impactos nocivos ao meio ambiente.

O nosso terceiro argumento aborda a questão da consciência ambiental na agricultura. A redução do impacto da agricultura é do interesse de toda a sociedade que, até então inerte às questões ambientais começa a estruturar o debate da ecologia no âmbito nacional e internacional através da Via Campesina.

O reconhecimento recente da rápida destruição ambiental e o estabelecimento da pauta ecológica como uma necessidade para a transformação social e o enfrentamento ao avanço destrutivo do capitalismo, fortalece a expressão de um pensamento agrarista-ecológico internacional e de articulações sociais várias, como é o caso da Via Campesina (Neto, Mazanella Wilson, Delgado, Guilherme Costa. Bergamasco, Sonia Maria Pessoa Pereira (orgs.) 2017:201).

Dessa forma, a Via Campesina e o MST, começam o embate pela revolução verde, em busca de resoluções eficazes contra o deserto verde encontrado no país ainda nos dias de hoje. Além da luta pela terra, esses camponeses são a representação de uma mudança que o Brasil vem enfrentando ao longo dos anos com os grandes latifundiários, pois a reforma agrária e a consciência ecológica seguem uma linha de raciocínio oposta à lógica de produção aplicada nas grandes propriedades. A prática da monocultura e a agropecuária são muito importantes para a economia do país, porém os seus efeitos são degradantes para o homem do campo e principalmente a natureza. Com o avanço do latifúndio, o número de famílias das pequenas propriedades caiu drasticamente, por isso a necessidade da luta pela reforma agrária no país, pela distribuição de terra para esses indivíduos que fazem parte da agricultura brasileira e são grandes pioneiros da ecologia no campo pois esses movimentos possuem as suas raízes ligadas à consciência ecológica.

A formação histórica do MST está relacionada, dentre uma série de fatores, também ao desenvolvimento da revolução verde e seus efeitos degradantes, que geraram

desertos verdes de monocultivo com pouquíssima gente trabalhando e vivendo no campo. O contexto de expulsão e empobrecimento de milhares de camponeses e camponesas despertaram e fortaleceram a necessidade da luta pela terra (Neto, Mazanella Wilson, Delgado, Guilherme Costa. Bergamasco, Sonia Maria Pessoa Pereira (orgs.) 2017:207).

Sendo assim, a formação do MST está intimamente ligada ao sentimento de mudança das condições enfrentadas pelo homem do campo e principalmente pelos impactos gerados no meio ambiente através do monocultivo, como a poluição de mananciais e queimadas constantes. Tal prática é responsável pelo empobrecimento e estagnação da agricultura familiar, onde as pequenas propriedades foram cedendo o seu espaço para os grandes “desertos verdes” encontrados nas áreas rurais do país como grandes pastagens e fazendas inteiras de cultivo de uma única cultura. Por outro lado, a agricultura ecológica vem de encontro à esse cenário onde os pequenos produtores foram expropriados de suas propriedades para dar lugar a nova agricultura, modernizada.

O nosso quarto argumento relaciona a agricultura familiar e a agroecologia. Dessa forma esses pequenos produtores, encontraram na prática ecológica ou agroecológica uma alternativa para sobreviver em meio a esse cenário de latifúndio utilizando-se das técnicas mais antigas e tradicionais do cultivo da terra, através da ecologia, pois molda a sua produção de acordo com os ecossistemas, preservando a harmonia entre o plantio e o meio ambiente.

[...]a agricultura ecológica encontra suas raízes, na década de setenta, em plena fase da modernização intensiva da agricultura. Surge com o movimento da agricultura alternativa em razão de uma política de modernização que provocou a expropriação de camponeses e agricultores familiares, a concentração da propriedade da terra e a crescente diferenciação social no campo. A agricultura alternativa, caracterizada pelo resgate de formas tradicionais da produção camponesa, constituía nesse caso uma estratégia de reprodução social dos agricultores que lutavam por sobreviver no campo (Brandenburg, Alfo, Delgado, Guilherme Costa. Bergamasco, Sonia Maria Pessoa Pereira (orgs.) 2017:152).

Ao fazer o resgate nas suas origens na forma de cultivar a terra, a agricultura ecológica ou agroecologia tem como protagonistas desse movimento os agricultores familiares e os camponeses pois com recursos escassos, a agroecologia se tornou uma alternativa sustentável de plantio, garantindo a sua sobrevivência no campo. A principal característica da agroecologia é estar embasada nas formas tradicionais de cultivo da terra, nesse contexto leia-se tradicional, o método mais antigo da agricultura em que as culturas cultivadas nas propriedades se adaptavam aos ecossistemas já existentes, sem nenhuma necessidade de causar impacto na biodiversidade e principalmente na saúde das pessoas.

O nosso quinto argumento aborda a resistência à industrialização a fim de seguir o caminho contrário ao trilhado pelas práticas latifundiárias. Nesse sentido, o plantio ocorre de acordo com o que é possível naquela região ou estação do ano, não se tem o interesse de eliminar nenhum organismo vivo já existente, mas sim adaptar a agricultura de modo que nem a natureza e nem a agricultura sejam impactadas.

O projeto de uma agricultura ecológica tem nos agricultores familiares e camponeses seus autores. Ele não nasce por estímulo de uma política pública, mas por reação desses atores da sociedade civil contra um processo excludente de modernização. Os projetos vão sendo construídos diante dos desafios que o sistema social impõe. A grande questão na trajetória de construção desses projetos é quando se intensificam as relações com o mercado (Brandenburg, Alfo, Delgado, Guilherme Costa, Bergamasco, Sonia Maria Pessoa Pereira (orgs.) 2017:162).

Dessa maneira, a agricultura ecológica inicialmente está muito associada à uma manifestação aos avanços tecnológicos da agricultura, pois os mesmos são responsáveis por modificar a realidade do campo através do avanço das grandes propriedades, da diminuição de ecossistemas e por consequência da diminuição de culturas no campo, pois através dessa massificação da monocultura, a agricultura de subsistência, de alimentação de base, cede o seu espaço para que o plantio de grãos por exemplo avance. Por outro lado, esse movimento ganha força a partir do momento em que as relações com o mercado se intensificam contribuindo para a criação de uma nova demanda.

O nosso sexto argumento faz uma relação da agroecologia com o meio ambiente. A agroecologia surge como uma alternativa para conciliar os impactos causados pela agricultura convencional. A sua missão se torna mais abrangente ao passo que começa a ser implantada, podemos considerar o movimento como um tsunami verde, por onde passa realiza mudanças significativas. É capaz de revitalizar as propriedades onde a monocultura extinguiu ecossistemas devido à prática da monocultura extensiva, com o uso massivo de agrotóxicos.

A Agroecologia surge como conjunto de experiências que estabelecem uma nova relação com a natureza e, entre os próprios seres humanos. Onde o latifúndio reproduzia a exploração do ser humano e a degradação ambiental, se produz alimentos saudáveis, se recupera e preserva a natureza, a biodiversidade, os solos e as águas. Com base nas características do ecossistema local são produzidos alimentos, reorganiza-se o trabalho e relações de produção não alienadas, nas quais as capacidades humanas e sua relação com a natureza se colocam de forma muito mais racional (Martins, 2010) (Neto, Mazanella Wilson, Delgado, Guilherme Costa, Bergamasco, Sonia Maria Pessoa Pereira (orgs.) 2017:209).

Além disso com a eliminação da exploração do ser humano e da degradação ambiental causada pelo latifúndio a agroecologia se apresenta como solução, cuja finalidade principal é

preservar a natureza, restaurar o meio ambiente e principalmente, reestabelecer as relações sociais, pois baseia-se no respeito, respeito ao próximo, respeito ao meio ambiente. Uma das premissas da agroecologia é se adaptar ao ecossistema em que está inserida e com isso produzir alimentos saudáveis sem o uso de agrotóxicos, preservando a biodiversidade existente na natureza. Sendo assim, o agricultor ecológico assume um papel de transformador da sociedade pois é responsável por transformar as relações interpessoais ao respeitar as diferenças e principalmente pelo fato de o respeito ocorrer em todas as relações desses indivíduos, principalmente na relação com a natureza.

O agricultor ecológico, portanto, reconstrói as condições ambientais e sociais de sobrevivência inaugurando uma “nova cultura agrícola”; ou nova agricultura. Em síntese: novos atores construindo uma nova cultura agrária. Dessa forma, o processo de ecologização da agricultura familiar é um processo reflexivo de diversas dimensões que abrange o meio natural, o social e o simbólico (Brandenburg, Alfo, Delgado, Guilherme Costa. Bergamasco, Sonia Maria Pessoa Pereira (orgs.) 2017:156).

Sendo assim, o processo de transição agroecológica representa um processo de desenraizamento ao passo que reconstrói as condições ambientais que até antes apenas eram visadas de maneira exploratória assim como as relações sociais de sobrevivência no campo pois o trabalhador rural deixa de trabalhar na grande propriedade para cultivar na sua terra. Sendo assim o processo de transição agroecológica na agricultura familiar é responsável por gerar um processo de produção, comercialização e consumo consciente. Tal consciência tem como o objetivo a tomada de decisões de maneira racional, levando em conta o impacto causado pelo consumo que, a partir do momento que há a consciência sobre o impacto gerado através da forma como consumimos e por isso, deixamos de consumir de maneira convencional e procuramos alternativas sustentáveis de alimentação, deixamos de contribuir com a indústria da agricultura por sua vez é responsável pelas práticas extensivas da monocultura.

Quadro 4. Transição Agroecológica.

<b>ARGUMENTO</b>	<b>SÍNTESE</b>	<b>SUPORTE PARA HÍPOTESE</b>
Hegemonia dos agrotóxicos	Apresenta um cenário onde o Brasil ocupa posição de destaque pelo uso intenso de agrotóxicos.	Justifica a agroecologia como uma alternativa de plantio sustentável.
Agricultura industrial	Demonstra a lógica industrial acerca da agricultura para a produção de massa.	Faz a relação de oposição da agricultura familiar

		e a agroecologia à prática industrial da agricultura.
Consciência ambiental	Faz uma relação de questões ambientais enfrentadas em decorrência da industrialização da agricultura	Demonstra os primeiros passos para a transição agroecológica.
Agricultura familiar e a agroecologia	Faz um resgate da agricultura familiar e o começo da produção agroecológica.	Demonstra que o processo de desenraizamento começa através das pequenas propriedades.
Resistência à industrialização	Apresenta a agroecologia como um movimento de resistência aos avanços da indústria da agricultura.	Justifica o papel da agroecologia e da agricultura familiar no processo de resistência à industrialização da agricultura.
Agroecologia e a natureza	Faz um resgate da relação de harmonia que há entre a agroecologia e o meio ambiente através da agricultura familiar.	Apresenta a agricultura familiar como precursora na transição agroecológica.

Fonte: Sistematização do acadêmico (2019).

### 3 CONHECENDO A REALIDADE: AS FEIRAS POPULARES EM DADOS

#### 3.3 PROBLEMA

Segundo Lakatos e Marconi (2003) a formulação do problema consiste em dizer de maneira clara como pretendemos responder à questão que dá origem à essa pesquisa. Sendo assim, o objetivo da formulação do problema da pesquisa é torna-lo individual e inconfundível.

O problema, assim, consiste em um enunciado explicitado de forma clara, compreensível e operacional, cujo melhor modo de solução ou é uma pesquisa ou pode ser resolvido por meio de processos científicos. Kerlinger (In: Schrader, 1974:18) considera que o problema se constitui em uma pergunta científica quando explicita a relação de dois ou mais fenômenos (fatos, variáveis) entre si, "adequando-se a uma investigação. Sistemática, controlada, empírica e crítica" (Marina de Andrade Marconi, Eva Maria Lakatos. 2003:126).

Dessa forma, a questão problema dessa pesquisa se formula da seguinte maneira: Qual o impacto das estratégias de educomunicação popular possibilitando a transição agroecológica entre a monocultura e a agricultura orgânica na criação de feiras locais dos pequenos produtores rurais?

A partir disso, o problema se constitui da relação entre as estratégias de educomunicação popular com a finalidade de possibilitar a transição agroecológica entre a monocultura e a agricultura orgânica na criação de feiras locais para os pequenos produtores rurais. A partir desse contexto a educomunicação tem o papel de utilizar a comunicação como ferramenta de educação, se apropria da realidade e dos agentes de determinado ambiente para que nesse contexto cumpra o seu papel.

São Borja, assim como o estado do Rio Grande do Sul como um todo, tem a sua base econômica construída pela agricultura, de grandes propriedades e práticas extensivas de monocultura e agropecuária. Sabemos que nessa forma de produção, o uso de agrotóxicos é comum e necessário além do produto ser vendido à um atravessador ou beneficiador que irá transformá-lo ou beneficiá-lo para o consumidor final. A transição do cultivo da monocultura, com métodos tradicionais e sintéticos nas práticas da monocultura que, por sua vez possuem toda uma cadeia de processamento.

Neste cenário o objetivo deste trabalho busca identificar qual o papel das feiras populares para o pequeno produtor rural. Sendo assim, de que maneira essa produção deve ser escoada, como esse produto oriundo da agroecologia pode ser comercializado? Uma feira popular por si só já se torna um movimento disruptivo de resistência e autonomia do sistema praticado nessa região, pois através das feiras populares, os produtores possuem autonomia para vender a sua produção ao consumidor direto. Com a criação de feiras agroecológicas, criamos um novo mercado, um novo hábito de consumo, o ato de criar significa algo novo.

### **3.1 HIPOTHESES**

Com base em Lakatos e Marconi (2003:127-132) a maneira mais comum de formular hipóteses é “se x, então y” onde as preposições são variáveis entre si. Nesse caso pode-se dizer que o “se impacto de constituir as feiras populares, então são um movimento de resistência” por exemplo. Então pode-se dizer que as hipóteses são colocações que deduzem duas ou mais variáveis. Além disso devem ser passíveis de mensuração ou potencialmente mensuráveis.

Vale destacar a importância das hipóteses, a partir delas novas hipóteses podem surgir, sendo instrumento de direcionamento da pesquisa para o investigador. A principal função das

hipóteses está em dirigir o trabalho do pesquisador e coordenar os fatos já conhecidos organizando os materiais acumulados através da observação. Dessa forma, as hipóteses podem ser elaboradas através da observação e da comparação com outros estudos. Como no caso deste trabalho, onde as hipóteses foram desenvolvidas com base na observação como extensionista e em comparação com outros estudos praticados com o universo da pesquisa. Por último, as hipóteses podem ser constituídas também através da dedução lógica.

### **HIPOTESE 1 - O impacto de constituir as feiras populares como um movimento de resistência:**

No texto abaixo, trazemos um conjunto de argumentos que constituem a nossa primeira hipótese. Tem como finalidade elucidar os possíveis desdobramentos referentes ao impacto de constituir as feiras populares como um movimento de resistência: a) As feiras populares como um espaço de transformação onde a troca direta em forma de comércio livre e sustentável se torna a principal alternativa para a comercialização possibilitando a criação de novas oportunidades e b) As feiras populares como um movimento de resistência às grandes redes de varejo.

O nosso primeiro argumento aborda as feiras como um espaço de transformação onde a troca direta entre produtor e cliente em forma de comércio livre e sustentável se torna a principal alternativa para a comercialização possibilitando a criação de novas oportunidades. As feiras populares, de comércio livre, são a base das relações comerciais, pois estabelecem a troca direta entre produtor e cliente, além disso são um espaço de troca de saberes e de aproximação do consumidor com quem produz, são também uma alternativa de comercialização para o pequeno produtor rural da agricultura familiar, pois garantem que os esforços feitos na propriedade serão compensados ao terem os seus produtos vendidos para toda a comunidade. Sendo assim, as feiras populares podem se tornar, além de um espaço de comércio justo e sustentável, um espaço de troca de saberes e crescimento, tanto dos produtores entre si quanto dos produtores com a comunidade local.

Se isso ocorrer, as feiras populares irão se consolidar como um espaço dinâmico, vivo e mutável a cada dia ao trazer voz e visibilidade aos camponeses que, se comercializarem os seus produtos de forma convencional em um supermercado, jamais serão vistos e reconhecidos na comunidade pela importância que exercem na vida das pessoas que vivem em São Borja. Ao se tornar o protagonista de uma relação comercial de troca de mercadoria que com o passar do tempo os laços vão se estreitando e o cliente além de fidelizado, se torna um amigo.

As feiras possibilitam que os produtores de matéria prima como hortifrutigranjeiros tenham contato com o consumidor final que além de fazer parte da comunidade em que estão inseridos, como o bairro, a cidade e assim por diante, é de fato quem vai levar aquele alimento da feira para a cozinha para ser transformado nas refeições e por sua vez transformando as relações mais próximas e vivas. Dessa forma a troca direta entre produtor e consumidor é um movimento de resistência, pois apresenta uma alternativa de comercio sustentável

Diferente dos grandes comércios que temos como padrão, as feiras populares são um espaço de livre comercio e valorização do indivíduo do campo e da cidade. Sendo assim as feiras representam principalmente a possibilidade de crescimento e visibilidade dos produtores pequenos como resistência ao sistema pois não existe uma relação de poder e dependência de grandes redes de varejo, as únicas relações existentes são a do produtor familiar com a terra e o produtor com o cliente.

As feiras populares, de comércio livre, são a base das relações comerciais, pois estabelecem a troca direta entre produtor e cliente, sendo o protagonista de uma relação comercial de troca de mercadoria para uma relação que com o passar do tempo os laços vão se estreitando e o cliente além de fidelizado se torna um amigo. As feiras possibilitam que os produtores de matéria prima como hortifrutigranjeiros tenham contato com o consumidor final que além de fazer parte da comunidade em que estão inseridos, como o bairro, a cidade e assim por diante, é de fato quem vai levar aquele alimento da feira para a cozinha para ser transformado nas refeições e por sua vez transformando as relações mais próximas e vivas.

Partindo da hipótese das feiras populares como um movimento de resistência, além de possibilitar a troca direta entre produtor e consumidor as feiras representam muito mais do que uma alternativa sustentável para a comercialização de produtos, são um espaço de resistência contra o sistema capitalista, pois assim como no sistema tradicional, uma feira possibilita o lucro e crescimento de ambas as partes só que de forma justa, ou seja, ao consumir produtos locais feitos pela agricultura familiar, tem-se o benefício de contribuir com a segurança financeira dessas famílias que através das feiras complementam a sua renda, além de ter a vantagem de consumir produtos à preços justos com a possibilidade de negociação garantindo também a sua própria segurança financeira.

O conceito da agricultura familiar é de que se vive do que é produzido na terra, na maioria dos casos são hortaliças, raízes, frutas e produtos caseiros à base do que é plantado na propriedade além do manejo de pequenos animais, o excedente da produção pode ser comercializado. O foco principal para a criação dessas feiras populares é para que os produtores tenham locais pré-determinados para a comercialização dos seus produtos.

Dessa forma a ampliação das feiras populares para novos pontos de venda é uma forma de resistência pois além de trazer os seres do campo para mais próximo da universidade, garante que essas famílias ao ampliarem a sua comercialização, não dependam de trocas de favores. Além disso, para as novas oportunidades de comércio fazem um mapeamento de possibilidades de comercialização ao longo da cidade, em busca de encontrar lugares que ainda não são atendidos pelas feiras e também novos formatos de comercialização. Através das novas frentes comerciais, garantimos que essas famílias possam, ao ampliarem a sua comercialização, não depender de trocas de favores que poderiam utilizar da sua dependência para minimizar os lucros dos pequenos produtores.

O nosso segundo argumento apresenta as feiras populares como um movimento de resistência às grandes redes de varejo pois as feiras populares representam um espaço vivo, onde os agentes tem autonomia e poder para transformá-lo diferentemente das grandes redes de varejo pois as mesmas possuem regras e sistemas econômicos e sociais pré-estabelecidos. Para falar em grandes cadeias de comercialização, implica em uma relação de produtor e comerciante através de intermediadores, centros de distribuição, pois ao se abastecer uma grande rede de supermercados por exemplo, existem vários fornecedores de um mesmo produto, bem como a própria *Ceasa(Centrais de Abastecimento)* como intermediador, tornando o produtor cada vez mais distante do consumidor final.

Por sua vez, essa cadeia de comercialização se dá de forma engessada a fim de garantir o lucro e o abastecimento conforme as necessidades da organização, pois a mesma é responsável de garantir que os desejos e necessidades dos consumidores sejam atendidos, sem interessar os processos anteriores a comercialização com o consumidor final. Dessa forma, mais uma vez as feiras populares se tornam uma alternativa mais conveniente e benéfica do ponto de vista de negócio para quem produz, pois além do produtor ter autonomia para o cultivo da sua terra pois a comercialização depende do que for cultivado na propriedade e não o contrário, é uma forma de comercialização em que o produtor está próximo de quem consome os seus produtos.

Partindo do ponto da visibilidade como indivíduo do campo, as feiras populares trazem reconhecimento e empoderamento para esses personagens como protagonistas na vida no campo. As feiras populares mais uma vez se justificam como um movimento de resistência às grandes redes de varejos pois possibilitam que o consumidor conheça quem produz os alimentos que são comprados na feira e levados para casa para compor a sua refeição, o conhecimento sobre o produto vai além do rótulo pois através das feiras populares o contato com os produtores é direto e o fortalecimento do pequeno produtor se torna uma consequência dessa proximidade.

Por um viés mais mercadológico, as feiras se justificam mais uma vez como uma forma de resistência pois representam um espaço de visibilidade para o pequeno produtor, onde ele tem voz de fala não só para vender a sua produção diretamente, como pra justificar e comprovar como tudo que é vendido é feito pela família e pela família pois a base da agricultura familiar é uma agricultura de subsistência onde o excesso da produção é comercializado.

Para falar da relevância das feiras populares como uma alternativa de comercialização para o pequeno produtor rural da agricultura familiar, precisamos olhar para as alternativas de comercialização tradicionais, como o supermercado e as implicações que são estabelecidas para fazer parte de uma grande cadeia de comercialização. Para muitos produtores pode ser muito importante e significativo ter os seus produtos expostos em uma gondola de supermercado, pois demonstra sua relevância como fornecedores além de fazerem parte do sistema comercial, há também a possibilidade de abastecer uma cidade inteira, uma rede de supermercados inteiros, tendo a margem de lucro representada pela quantidade.

Porém estar presente em um ponto de venda que não seja o seu espaço, implica em estar longe do consumidor final, impede que o produtor defina o seu preço, porque ao fazer parte de um negócio apenas como um fornecedor, o produtor não irá determinar o preço final, essa etapa ficará a cargo do comerciante além de muitas vezes ser necessário adequar o seu fluxo de produção pois nesse tipo de relação, quem determina as necessidades e oportunidades é quem está a cargo do ponto de venda, pois é o responsável por atender as demandas e necessidades do consumidor final.

O contraponto entre vender a produção dos hortifrutigranjeiros produzidos na pequena propriedade familiar no varejo ou em uma feira popular, demonstra como o pequeno produtor encontra na feira popular uma alternativa de comercialização à um preço justo e diretamente ao consumidor final. Ao comercializar os seus produtos em uma feira popular, o produtor garante que não irá depender das grandes redes de varejo pois ele consegue obter o lucro necessário nas feiras populares. Tornando essas feiras um espaço de resistência pois possibilita que o pequeno produtor rural tenha visibilidade e voz ativa sobre aquilo que produz. Nessa forma de comercialização, quem define as regras é o maior e com isso o seu poder de barganha aumenta, tornando o produtor “refém” do vendedor.

Dessa forma as feiras populares se constituem como uma forma de resistência à dependência das grandes redes de varejo, onde conforme colocado acima tornam o pequeno produtor refém das condições estabelecidas pelo varejo, de maneira sintetizada, as feiras populares podem ser consideradas uma forma de resistência às grandes redes de varejo pois

através de uma alternativa de comércio justo e sustentável, possibilitam a emancipação, empoderamento e visibilidade dos agricultores.

Quadro 5. Argumentos de sustentação para a Hipótese 1.

ARGUMENTO	SÍNTESE	POR QUE É UMA FORMA DE RESITENCIA
ARGUMENTO 1: Troca direta :Novas oportunidades de comércio	É um espaço de livre comercio e valorização do indivíduo.	Forma de comércio livre e sustentável
ARGUMENTO 2: Feiras populares x redes de varejo	Faz um contraponto do varejo às feiras populares como espaço de comercialização	Feiras populares como um espaço de visibilidade.

Fonte: Sistematização do acadêmico (2019).

## **HIPÓTESE 2- O impacto das estratégias de Educomunicação na transição agroecológica:**

No texto abaixo, detalhamos o conjunto de argumentos que compõem a nossa segunda hipótese. Tem como objetivo elucidar os possíveis desdobramentos referentes ao impacto da educomunicação na transição agroecológica. a) **Estratégias de Educomunicação** e b) Transição Agroecológica como um processo de desenraizamento;

Nosso primeiro argumento aborda o papel da educomunicação no processo de transição agroecológica. Nesse sentido a dinâmica da educomunicação tem as suas bases cravadas na pedagogia Freireana, pois nesse trabalho, o principal é tornar o indivíduo o protagonista da transformação de ser, fazer e pensar como homem do campo, membro de uma sociedade ecológica e consciente com natureza. A educomunicação funcionará como método de ensino e aprendizagem para e a transição agroecológica por possuir a principal característica a agilidade e a eficácia com que conseguiremos incorporar os conceitos da agroecologia no cotidiano dos camponeses além de ser utilizada como método para as estratégias de marketing para a comercialização dos produtos oriundos da produção familiar.

Ao utilizar as mídias e materiais de acordo com a realidade dos indivíduos de forma simples e variada, utilizando formatos como vídeo, imagens textos contribui significativamente para que os mesmos incorporem o processo de transição agroecológica. Por sua vez, a educomunicação possui duas finalidades nesse contexto, a primeira já descrita como método e a segunda como estratégia de marketing através das estratégias de educomunicação, para a

criação de materiais gráficos como folders e banners até a produção de conteúdo para as redes sociais.

Os principais resultados esperados através das estratégias de educomunicação são: a conscientização dos produtores da agricultura familiar sobre a importância da produção agroecológica para a transição para uma produção limpa sem veneno e que respeite a natureza, a conscientização da comunidade local sobre a importância de uma alimentação natural para que se tenha uma vida mais saudável e principalmente a valorização da agricultura familiar pois é a base da agricultura e em cidades pequenas é a possibilidade de levar uma alimentação diversificada para as comunidades locais.

Através das diversas formas de comunicar, desde o boca a boca entre pessoas, passando pelas mídias tradicionais como rádio e jornal, além das redes sociais para que todas as pessoas sejam impactadas e através desses canais e dessa forma de comunicar as consigamos, a conscientização da comunidade local sobre a importância do processo de transição da agroecologia nas feiras populares. Sendo assim a Educomunicação pós-transição agroecológica se faz ainda mais necessária nas feiras populares como ferramenta de estratégia de marketing para os feirantes.

O principal benefício, ao comunicar os diferenciais da forma de produzir é a obtenção de lucro através das estratégias de educomunicação, garantindo o lucro a curto prazo e principalmente motivação a longo prazo para que os camponeses permaneçam na vida no campo de maneira consciente e ecológica. Por fim a importância das feiras populares como uma alternativa de consumo consciente e também de valorização da produção local através das feiras populares.

Nosso segundo argumento que compõem essa hipótese apresenta a transição agroecológica como um processo de desenraizamento dos métodos tradicionais de cultivo da terra, focados na prática de monocultura com o uso extensivo de agrotóxicos e de grandes propriedades cujo o único objetivo é o lucro e a extração do que a terra pode dar, sem nenhum cuidado com impacto como poluição do solo e dos rios. Ou seja, a transição é uma mudança profunda nos hábitos que foram constituindo-se através da agricultura tradicional.

A transição agroecológica nas pequenas propriedades, apresenta uma alternativa completa de saúde e bem estar para essas famílias, pois elimina os riscos de doenças como o câncer que estão associadas ao uso dos agrotóxicos que são tão fatais para a natureza quanto para os homens durante o seu manejo pois são produtos químicos, principalmente pelo fato que dentro da agricultura familiar como o próprio nome diz, a família inteira está envolvida dentro da produção, desde os mais jovens aos mais velhos.

Diferentemente do cultivo de subsistência, a prática da monocultura é uma forma de plantio que requer o uso de agrotóxicos pois molda a natureza para uma cultura diferente, essa prática também deixa os camponeses vulneráveis as intempéries pois estamos falando da monocultura, a segurança financeira daquela família inteira depende única e exclusivamente do resultado do plantio de uma cultura, por exemplo, se uma família utiliza toda a sua propriedade para o plantio da soja de maneira extensiva e, naquela safra(que é o período de produção e colheita) as condições climáticas foram prejudiciais, todo o esforço de meses de trabalho será afetado pois esse era o único cultivo dessa família.

Do ponto de vista de uma analogia funciona como uma revolução, ou seja, uma grande transformação, seja de modo progressivo, contínuo, seja de maneira repentina. Falando do cultivo da terra, essa revolução consiste em para o que está fazendo, pensar, dialogar, voltar a fazer, mas de forma diferente. Dessa forma transição agroecológica por sua vez, representa o desenraizamento na forma de cultivo da terra, pois diferente do método convencional da agricultura a agroecologia não visa apenas a extração das riquezas da terra, mas sim a manutenção dos seus ecossistemas.

A mudança da forma de produzir de maneira convencional com o uso de agrotóxicos causa um impacto significativo na preservação do meio ambiente, além de trazer mais saúde para quem vive no campo e do campo. O grande impacto é uma forma de produção limpa sem o uso de agrotóxicos, trazendo benefícios para a natureza, para quem produz e para quem consome, sendo a feira popular a última etapa de comercialização.

Quadro 6. Argumentos de sustentação para a Hipótese 2.

ARGUMENTO	SÍNTESE	QUAL IMPACTO
ARGUMENTO 1: Estratégias de Educomunicação	Educomunicação como método de ensino e aprendizagem na transição agroecológica.	Educomunicação como método ágil de ensino.
ARGUMENTO 2: Transição agroecológica e o desenraizamento	A mudança da forma de produzir de maneira convencional com o uso de agrotóxicos.	Produção limpa

Fonte: Sistematização do acadêmico (2019).

## 4 METODOLOGIA

Este capítulo tem a finalidade de apresentar a metodologia utilizada para o desenvolvimento desta pesquisa dividindo-se em:

### 3.2.1- Técnicas de Pesquisa;

- 3.2.2- Procedimentos de Pesquisa;
- 3.2.3- Técnicas de Análise;
- 3.3- Descrição do Objeto de Pesquisa;
- 3.4- Analisando os Dados
  - 3.4.1- O impacto de constituir as feiras populares como um movimento de resistência;
    - 3.4.1.1- As feiras populares como um espaço de transformação onde a troca direta em forma de comércio livre e sustentável se torna a principal alternativa para a comercialização possibilitando a criação de novas oportunidades;
    - 3.4.1.2- As feiras populares como um movimento de resistência às grandes redes de varejo.
  - 3.4.2- O impacto das estratégias de Educomunicação na transição agroecológica;
    - 3.4.2.1- Estratégias de Educomunicação;
    - 3.4.2.2- Transição agroecológica e o desenraizamento;
- 3.5- Aproveitando a pesquisa;

#### **4.1 - TÉCNICAS DE PESQUISA**

Nesta seção são apresentadas as técnicas de pesquisa adotadas a fim de contemplar a questão problema. Segundo Marconi e Lakatos (2003) a entrevista é um instrumento de trabalho muito importante nos vários campos das ciências sociais ou de outros setores de atividades, como da Sociologia, da Antropologia, da Psicologia Social, da Política, do Serviço Social, do Jornalismo, das Relações Públicas, da Pesquisa de Mercado e outras. As autoras reiteram a sua importância conforme abaixo:

A entrevista é um encontro entre duas pessoas, a fim de que uma delas obtenha informações a respeito de determinado assunto, mediante uma conversação de natureza profissional. É um procedimento utilizado na investigação social, para a coleta de dados ou para ajudar no diagnóstico ou no tratamento de um problema social (Marina de Andrade Marconi, Eva Maria Lakatos. 2003:195).

Assim, uma das técnicas utilizadas nessa pesquisa tem como finalidade a coleta de dados para contribuir na construção de um cenário acerca das feiras populares e seus agentes. Por ser um instrumento onde entrevistador e entrevistado estão frente a frente, a entrevista possibilita uma riqueza de detalhes acerca do objeto estudado. Marconi e Lakatos apud Selitz (1965:286-95) elencam os principais objetivos desse método, sendo assim a entrevista pode contemplar seis tipos de objetivos: de averiguação de fatos, determinação de opiniões sobre determinados

fatos, a determinação sobre sentimentos, descoberta e investigação acerca de planos de ação, revelar condutas do passado e do futuro e os motivos conscientes para a emissão de opiniões sentimentos ou condutas. Dessa forma, a entrevista se destaca como técnica pois permite ao investigador acesso às informações sobre comportamento e pensamento do entrevistado.

Neste trabalho, adotamos também como técnica de pesquisa o questionário com perguntas de múltipla escolha e abertas. Marconi e Lakatos definem que:

Questionário é um instrumento de coleta de dados, constituído por uma série ordenada de perguntas, que devem ser respondidas por escrito e sem a presença do entrevistador. Em geral, o pesquisador envia o questionário ao informante, pelo correio ou por um portador; depois de preenchido, o pesquisado devolve-o do mesmo modo. Junto com o questionário deve-se enviar uma nota ou carta explicando a natureza da pesquisa, sua importância e a necessidade de obter respostas, tentando despertar o interesse do recebedor, no sentido de que ele preencha e devolva o questionário dentro de um prazo razoável (Marina de Andrade Marconi, Eva Maria Lakatos. 2003:200).

Segundo as autoras, é um instrumento de coleta de dados eficaz, pois é constituído por uma série de perguntas para serem respondidas sem a presença dos entrevistados, conferindo agilidade e confiabilidade à pesquisa.

## **4.2 PROCEDIMENTOS DE PESQUISA**

Nesta seção, estão elencados os três procedimentos adotados nesta pesquisa: a construção das hipóteses, a seleção dos trechos a serem analisados dos depoimentos e da pesquisa e a construção do quadro de sínteses. Os procedimentos da pesquisa dividem-se na construção do questionário sua aplicação e preparação, por fim a captação das entrevistas. Para atender aos procedimentos de pesquisa construímos os seguintes procedimentos operacionais:

1º Procedimento- A definição do problema de pesquisa que permitiu definir o universo e focar nossa pesquisa. Isto foi feito mediante o nosso interesse com um trabalho realizado há cinco anos atrás. Buscamos de forma retrospectiva atualizar os dados resultantes dos trabalhos da época fazendo um cruzamento com questionamentos atuais.

2º Procedimento- A partir da consolidação das informações a construção das hipóteses permitiu que tivéssemos um roteiro metodológico e prático a fim de comprovar ou não o que foi suposto. A construção das hipóteses, possibilitou que esta pesquisa tivesse um direcionamento pré-estabelecido em busca de averiguar as informações obtidas a fim de confirmar as hipóteses iniciais deste trabalho. A partir da construção das hipóteses, nos possibilitou direcionar o foco da análise na construção e seleção dos materiais a serem aferidos.

3º Procedimento- A seleção dos dados ocorreu através de um recorte a partir da definição da questão problema do trabalho desenvolvido sob a coordenação da Professora Merli Leal Silva, sobre a transição agroecológica com produtores da agricultura familiar. As entrevistas e o questionário foram selecionados de acordo com a compatibilidade com o foco deste trabalho. A partir da seleção dos trechos dos depoimentos e dos itens da pesquisa, as informações coletadas serviram de base para a construção do quadro de sínteses. No caso das entrevistas, pelas características dos entrevistados, para que tivessem mais liberdade de expressão, optou-se pelo formato não dirigido a fim de que pudessem expressar suas opiniões e sentimentos, apenas fazendo inferências no sentido de incentivá-los a falar sobre os temas abordados. Para que houvesse liberdade na construção das entrevistas, as mesmas foram realizadas dentro da propriedade das famílias participantes das feiras populares, a fim de que houvesse a inserção nas suas realidades para a obtenção de detalhes. Foram selecionados três depoimentos de produtoras rurais e feirantes de duas propriedades, uma agropecuária familiar e um assentamento. Com base na pesquisa realizada na comunidade acadêmica do Campus São Borja da Unipampa foram recortados três itens sobre a implementação de um sistema de delivery no campus, são eles: o valor, dia da semana e o melhor turno. Para o questionário, foi elaborado com foco no público interno da Universidade Federal do Pampa, Campus São Borja sobre a implementação de um sistema de delivery na universidade com as famílias que já realizavam a feira na universidade. A pesquisa teve como caráter exploratório, a fim de identificar possibilidades de comercialização com a comunidade acadêmica do campus em 2014.

#### 4.3 - TÉCNICAS DE ANÁLISE:

Segundo Bardin (1977) a análise de conteúdo visa o conhecimento de variáveis de ordem psicológica, sociológica, histórica, etc., por meio de um mecanismo de dedução que utilizam como base em indicadores reconstruídos a partir de uma amostra de mensagens pré-selecionadas.

Para análise de conteúdo e análise documental Bardin diz que:

O que é a análise documental? podemos defini-la como uma operação ou um conjunto de operações visando representar o conteúdo de um documento sob uma forma diferente da original a fim de facilitar num estado ulterior, a sua consulta e referência. Enquanto tratamento da informação contida nos documentos acumulados, a análise documental tem por objetivo dar forma conveniente e representar de outro modo essa informação, por intermédio de procedimentos de transformação (Análise de Conteúdo, Bardin 1977:98).

A análise foi composta em três fases, a pré-análise, a exploração do material e o tratamento dos dados, inferência e interpretação. A primeira fase, pré-análise, foi desenvolvida para sistematizar as ideias iniciais colocadas pelo quadro referencial teórico e estabelecer indicadores para a interpretação das informações coletadas através da formulação das hipóteses que tem o objetivo de elucidar as possíveis respostas. A fase compreendeu a leitura e visualização geral do material eleito para a análise. De forma geral, se propôs a organização do material a ser investigada, tal sistematização serviu para que o autor pudesse conduzir as operações sucessivas de análise.

Trata-se de uma suposição cuja origem é a intuição e que permanece em suspenso enquanto não for submetida à prova de dados seguros. o objetivo é a finalidade geral a que nos propomos (ou que é fornecida por uma instância exterior), o quadro teórico e/ou pragmático, no qual os resultados obtidos serão utilizados (Análise de Conteúdo, Bardin 1977:98).

Concluída a primeira fase, acima descrita, a exploração do material, que constituiu a segunda fase. A exploração do material consiste na construção das operações de codificação, a definição de regras de contagem e a classificação e agregação das informações em categorias simbólicas ou temáticas.

Bardin (1977) define codificação como a transformação, por meio de recorte, agregação e enumeração, com base em regras precisas sobre as informações textuais, representativas das características do conteúdo. Nessa fase, todo o material coletado, é recortado em unidades de registro. Tomar-se-ão, como unidades de registro, os parágrafos de cada entrevista, assim como textos de documentos, ou anotações de diários de campo. Essas primeiras categorias, são agrupadas de acordo com temas correlatos, e dão origem às categorias iniciais.

Em nossa análise tivemos os seguintes procedimentos:

1º Procedimento: Montagem de quadros com base nas hipóteses que identificamos elementos que devemos comprovar ou não ao longo da análise.

2º Procedimento: A análise de profundidade de cada entrevista e do questionário a partir de nosso recorte: três entrevistas com indivíduos de duas propriedades e três perguntas retiradas do questionário montado como parte das atividades de bolsista no projeto de extensão Educação e Comunicação Popular no Campo.

3º Procedimento: A comprovação ou não das nossas hipóteses através da análise dos materiais recortados.

## **5 DESCRIÇÃO DO OBJETO DE PESQUISA:**

O objeto de pesquisa deste trabalho se resume em realizar um recorte das feiras populares na cidade de São Borja, especificamente os produtores rurais que por sua vez também são feirantes e participantes do projeto de extensão da Universidade Federal do Pampa intitulado, Projeto de Extensão Educação e Comunicação Popular no Campo.

São Borja é uma cidade localizada na fronteira oeste do estado do Rio Grande do Sul, faz fronteira com a Argentina e a sua economia é baseada na agricultura. A cidade possui mais de 300 anos de história, chegando a ser uma das mais antigas do estado, cenário de grandes fazendas e plantações de grãos, majoritariamente arroz, de acordo com o censo do IBGE de 2007 são mais de 40 mil hectares de plantio do grão.

Nessas propriedades, a prática da monocultura funciona como premissa básica e a comercialização dessa produção se dá por meio de indústria de beneficiamento e até exportação. Em meio a esse cenário existem as pequenas propriedades e os assentamentos, onde a produção é por meio da agricultura familiar de subsistência. O cultivo na maior parte dos casos é de hortaliças, legumes, raízes frutas e pequenos animais. Para essas famílias, a principal alternativa de fonte de renda ocorre através da comercialização do que é plantado na propriedade para além do consumo, como principal canal de escoamento dessa produção surgem as feiras populares espalhadas pela cidade.

As feiras populares em São Borja acontecem de terças à domingo, em diversos pontos da cidade, como na Rua Candido Falcão na Feira do Produtor, no mercado Público da Cidade, e em bairros como Pirahy, bairro do Passo onde também se instituiu uma feira na Unipampa. As feiras possuem a característica de abrigar os produtores da agricultura familiar da cidade, onde são comercializados diversos produtos, desde legumes, hortaliças e frutas conforme a época de cultivo à produtos caseiros como doces, cucas, pães e bolachas, entre outros.

Dos feirantes, duas propriedades fazem parte do projeto de extensão, uma propriedade familiar e um assentamento. Essas propriedades contam a história dessas famílias, uma pequena agropecuária onde o trabalho é praticamente todo familiar, pais e filho plantam, colhem e comercializam juntos. A outra, um assentamento, é composto por várias famílias que encontraram alí um pedaço de terra para chamar de seu, como organização do assentamento cada família produz no seu lote, muitas vezes com ajuda dos vizinhos mais próximos e a comercialização se dá através do coletivo, todos juntos realizam as feiras, através de rodízio em duplas.

O projeto de caráter multidisciplinar, foi composto por profissionais das áreas de marketing e comunicação, agronomia com suporte técnico da prefeitura municipal da cidade também de órgãos de apoio aos agricultores como a Emater- RS (Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural).

O objetivo do projeto consistiu em primeiramente mapear os feirantes para participar e após junto com os profissionais da área agrícola implementar o processo de transição orgânica nas propriedades. Em paralelo à transição, encontros semanais foram promovidos in loco, onde a equipe multidisciplinar do projeto coordenado pela Professora e Dr<sup>a</sup> Merli Leal Silva, através da educomunicação seguia capacitando essas famílias sobre a importância da agroecologia nas pequenas propriedades, ferramentas de marketing e comunicação e principalmente através da pedagogia freireana a emancipação e valorização do ser do campo. Este trabalho teve como agentes de protagonismo a figura feminina, mulher, mãe, dona de casa, agricultora e empreendedora.

Ao longo de mais de um ano, a rotina de trabalho dividiu-se em aprimorar as técnicas de produção e cultivo agroecológico à capacitação em marketing. A capacitação de marketing acompanhou todo o processo, pois envolve todas as etapas produtivas até a sua comercialização do produto final. Os produtores foram orientados quanto embalagens, apresentação dos produtos, inovação de produtos e principalmente promoção. Todo o processo foi registrado através de produção de conteúdo nas redes sociais, uma das vertentes da educomunicação.

O grande ponto ao longo da trajetória foi o desenvolvimento de forma consolidada da ampliação dos pontos de venda. Com a institucionalização da “feirinha da Unipampa” periodicamente os produtores membros do projeto iam até a universidade com os veículos cheios de produtos para comercializar com a comunidade acadêmica de universidade e também com os moradores próximos que aproveitavam a oportunidade para adquirir produtos de qualidade com preços justos.

Para que as feiras ocorressem de maneira lucrativa para os produtores, dias antes à realização das feiras era realizada a divulgação na página oficial do projeto e também nas páginas da universidade, dessa forma alunos, professores e técnicos tinham a possibilidade de contribuir com a agricultura familiar e, claro, não só com a agricultura familiar, mas principalmente com aquelas famílias que estavam produzindo de maneira alternativa ao que se praticava na região, de maneira agroecológica.

## **6 ANALISANDO OS DADOS**

Este capítulo, tem como objetivo apresentar os resultados práticos abordados inicialmente em caráter de hipóteses. Como material da análise, trago como fonte os depoimentos de três agricultoras participantes das feiras populares e em processo de transição agroecológica, o recorte de uma pesquisa realizada em junho de dois mil e catorze com a comunidade acadêmica da Unipampa Campus São Borja e também o relatório de experiência do Projeto de Extensão de Educação e Comunicação Popular no Campo, do período de dois mil e treze à dois mil e catorze.

### 6.1 Hipótese Um:

A primeira hipótese busca identificar o impacto de constituir as feiras populares como um movimento de resistência. Para isso buscamos apresentar aqui o conjunto de informações que justifiquem o argumento de que as feiras populares se constituem um espaço de transformação onde a troca direta em forma de comércio livre e sustentável se torna a principal alternativa para a comercialização possibilitando a criação de novas oportunidades.

O processo das feiras populares começa desde a organização interna dos produtores para que através do planejamento possam orientar a produção de maneira que possam atender às demandas dos consumidores nas feiras. As feiras populares constituem-se como um espaço de transformação a partir do momento em que possibilita que através das feiras, a vida dos camponeses seja modificada conforme abaixo:

Aí a gente começou a se organizar pra trabalhar pra fornecer os produtos na cidade nas feiras. Depois de longa preparação, de reunião, debate, a gente se reuniu com a mulherada, e de certa reunião a gente fez e vimos que dava. Aí marquemos uma reunião definitiva a qual nós iniciamos a feira, né faz três anos que nós temos de feira. Dessa forma, eu consigo viver, que eu tinha uma, que eu conseguia mais do que aquilo que eu trabalhava em casa, que eu tinha mais “dependência”, que eu tive mais “dependência” com isso né? Que eu tinha uma vida, que eu poderia mais, além de cuidar dos meus filhos, que eu poderia mais e até mesmo pra eu poder ajudar eles né? Pra mim poder ter eles perto de mim, até mesmo pra eu ir ensinando eles, educando, que a gente como mãe precisa disso, ter os filhos por perto, principalmente quando eles chegam na adolescência né, que é a fase que eles tão formando a cabeça deles, aí como eu não poderia trabalhar pra fora, que eu precisava dos meus filhos, ficar perto deles, aí cada vez mais eu tive a noção de que a feira era a melhor oportunidade pra isso. (Fonte: Entrevistada 1./ Acervo do autor.)

Ao fazer a conexão deste trecho do relato com a nossa primeira hipótese, pode-se constatar o caráter transformador que as feiras populares exercem na vida dos pequenos produtores. O seu papel vai além da segurança financeira, contribui também para a elevação da autoestima desses indivíduos.

Conforme o relato da produtora, além de possibilitar a independência financeira, as feiras populares garantiram uma saída para que a mesma ao mesmo tempo que em contribui com a renda familiar, consiga estar próxima dos filhos para que possa acompanhar o seu crescimento. Além disso, a produtora alega uma melhora na sua autoestima, pois através da feira, ela conseguiu atender as necessidades familiares através de itens para casa como até mesmo itens básicos de alimentação que não é possível cultivar na propriedade.

Outro ponto relevante neste depoimento é que a agricultora relata o quanto a independência financeira que ela conquistou através da comercialização nas feiras populares contribuiu para a sua autoestima como mulher, de poder atender às suas necessidades básicas, podendo frequentar lojas e estar economicamente ativa. A partir desse relato podemos comprovar sim que as feiras são um movimento de resistência pois possibilitam além do incremento na renda familiar o reconhecimento como homem do campo, fortalecendo assim o nosso primeiro argumento onde as feiras populares são consideradas um espaço de transformação onde a troca direta em forma de comércio livre e sustentável se torna a principal alternativa para a comercialização e a construção de novas oportunidades de comércio.

Aí eu vi na feira, uma oportunidade de ajudar os meus filhos e complementar na renda nossa de casa né. Depois que nós começamos a feira, a quantia de coisa que eu consegui adquirir mais pra dentro de casa né? E além do bem estar né, e autoestima acredito da mulher, porque de tu ir no mercado ou ir numa loja e comprar uma roupa ou ir no mercado e comprar aquilo que tu necessita pra dentro de casa e dizer isso é fruto do meu trabalho, já é uma grande conquista que a gente conseguiu né. (Fonte: Entrevistada 2./ Acervo do autor.)

Ainda sobre o primeiro argumento o impacto da comercialização através das feiras populares se estende para aspectos concretos como a segurança financeira e também de caráter psicológico como o empoderamento dos indivíduos do campo. A partir do recorte acima, voltamos a atenção desta análise para a forma de comercialização através da troca direta contribui para um espaço livre e sustentável.

Nota-se que até a participação das feiras populares esses agentes estavam economicamente inativos, pois através do seu depoimento percebe-se que antes da feira a agricultora possuía dificuldades para ir ao mercado. Sendo assim pode-se considerar que a comercialização da produção familiar através das feiras populares se torna a principal alternativa para essas famílias. Dessa forma, além de transformar a vida dos agricultores, transforma também as relações de comercialização conforme abaixo:

Aí quando nós vamos pra feira, tipo se nós semos uma dupla, aí tipo quando dois componentes do grupo feira vão pra feira vender, a gente leva os produtos de todos, dos outros componentes da feira também, aí nós colocamos as etiquetas em cima dos produtos com o nome dos produtor, vendemos e quando voltamos pra casa, a gente anota no caderno o nome ou a quantidade de produtos que levou ou o que levou aí a gente chega, quando chega de volta pra casa, a gente pega e faz a, olha no caderno e olha no produto, vê o que voltou e aí dá a baixa ali no caderno. Aí um do grupo fica, a gente reveza, aí um do grupo fica responsável, por tanto tempo, fazer a soma do caderno e passar o dinheiro pro restante do pessoal. (Fonte: Entrevistada 2./ Acervo do autor.)

Observa-se a organização da equipe que representa os demais produtores, todos enviam os seus produtos para que sejam comercializados, sem estarem presentes para verificar como irá ocorrer o processo. Destaca-se a organização cooperativismo dos membros do assentamento para que todos sejam beneficiados igualmente através de um processo justo e transparente. Além disso, o mesmo espaço das feiras populares onde podemos perceber a organização dos membros do assentamento, é também um espaço de troca de saberes e contribuições com o trabalho diário de cultivo e cuidado com os produtos que são trazidos da propriedade para serem comercializados na feira.

Sendo assim, essa forma colaborativa de organização para a comercialização dos produtos nas feiras vem de encontro com o que foi abordado na construção da primeira hipótese que norteia essa análise, sendo justificado pelo primeiro argumento, ao ratificar as feiras como uma forma de comércio livre e sustentável. Como ocorre a troca direta entre consumidor e produtor, além de uma relação comercial, mais sim de melhorar o trabalho desenvolvido conforme abaixo:

Olha, a feira pra mim quando começou foi muito boa, tu entende? Porque foi muita batalha, foi muita reunião, foi muito discutido né, pra nós chegar até aqui, e eu espero, que 2015 seja ainda melhor que esses anos que nós já passamos. Tu entende, porque tem muita coisa como nós temos agora esse kit feira que chegou pra nós, esse quintal sustentável, pra gente melhorar ainda mais, tu entende? (Fonte: Entrevistada 1./ Acervo do autor.)

Ao discutir a nossa hipótese com base no trecho acima percebemos que a realização da agricultora em comercializar os produtos colhidos na sua propriedade nas feiras populares. Além disso a ideia de um futuro próspero através da qualificação da comercialização é muito clara. Dessa forma, comprovando a hipótese das feiras populares como um movimento de resistência.

Complementando o depoimento acima, além da qualificação

Eu espero que com a cooperativa, melhore pra nós e muito, tu entende? Que cada ano se melhore mais, tu entende, que nós chegamos, que nem agora a Ana tava falando como Viamão né, que invés de se vender dez caixas de verdura, se dobra a venda, através dos colégios, até mesmo da Unipampa que a gente vai tentar se organizar pra colocar nesse restaurante lá de vocês e também com a feira que nós vamos pensar agora com a avaliação do ano, como nós vamos chegar lá em março. Então acho assim Gabriel, que eu acho que a gente tem que pensar que cada vez vai melhorar muito mais, né? (Fonte: Entrevistada 2./ Acervo do autor/ nome fictício.)

Através do levantamento de dados acima, conseguimos elucidar através da realidade dos agentes, de que maneira as feiras populares podem se tornar um espaço de transformação por meio da troca direta entre produtor e consumidor em forma de comércio livre e sustentável, apesar das dificuldades se consolida como a principal alternativa para a comercialização possibilitando a criação de novas oportunidades.

Assim o depoimento da agricultora demonstra o quanto os assentados, membros do grupo da feira, anseiam por novas oportunidades de comercialização, buscando mapear oportunidades próximas como a possibilidade de fornecimento para o restaurante universitário do Campus São Borja, como buscando referências de grupos mais distantes com a intenção de aplicar o mesmo modelo de produção e comercialização na realidade deles. Dessa forma podemos concluir, conforme levantando pela primeira hipótese, as feiras se constituem como um movimento de resistência, pois através delas os agricultores conseguem a sua independência financeira e reconhecimento como indivíduos do campo, além de identificarem novas oportunidades de comércio.

### **As feiras populares como um movimento de resistência às grandes redes de varejo**

Neste recorte, desde a sua estruturação até a sua consolidação como a principal alternativa de comercialização, as feiras populares assumem o papel de um movimento de resistência às grandes redes de varejo, não por ser uma forma de comercialização alternativo, mas sim pelo produtor ser protagonista da relação comercial.

Conforme abaixo o processo de consolidação da participação das famílias das feiras populares tem o seu início na forma primária de venda. As produtoras do assentamento Cambuchim, para darem visão ao que era produzido na propriedade e principalmente para complementarem a renda das suas famílias, se deslocavam por cerca de cinquenta quilômetros até a cidade de São Borja, para que pudessem vender os produtos caseiros feitos na propriedade de porta em porta. A partir de processo inicial, a agricultura junto com os demais membros do

assentamento, começou a participar ativamente da Feira Solidária, realizada na Praça XV, praça central da cidade. Nota-se que desde o início, o espírito coletivo que permeia o grupo é muito forte. Para que todos pudessem participar das feiras populares e contribuir com os seus saberes além de se tornarem conhecidos pela comunidade local que ia até os pontos de venda para a compra dos produtos, os demais que ficavam nas propriedades, se responsabilizavam em ficar cuidando os filhos dos demais.

Aí depois de um tempo, eu convidei, vendo a situação que tava apertando, eu convidei uma comadre minha, assentada também pra nós começar a fazer uns produto, cuca, pães caseiro e bolacha pra vender na cidade. Fizemos isso, trabalhamos acho que uns 06 meses, vendendo na cidade de porta em porta. Aí veio a feira solidária, aí a gente parou de entregar de porta em porta e começamos ir uma vez por mês na Praça XV, na feira solidária. (Fonte: Entrevistada 1./ Acervo do autor.)

Esse aspecto, só ressalta ainda mais o quanto o movimento de resistência às grandes redes de varejo está enraizado em todas as práticas do grupo, pois o senso do coletivo é o que fala mais alto, a partir desse viés, ninguém ira sobrepor o bem estar dos companheiros por uma margem de lucro maior, diferentemente do que vemos nas grandes corporações. Dessa forma fica clara a dificuldade encontrada pela agricultora na comercialização dos produtos antes da feira, assim as feiras constituem um movimento de resistência as redes de varejo pois abrem espaço para que esses indivíduos tenham visibilidade.

A partir do trabalho colaborativo as famílias conseguem atender as feiras na cidade e ao mesmo tempo, através do revezamento acompanham os filhos uma das outras no período em que não estão na escola.

Sobre o grupo resistência camponesa, antes a gente tinha uma amizade, mas depois que a gente começou a feira, o elo da convivência se tornou maior né, o elo da amizade, a confiança que além de nós tá trabalhando junto na feira, nós criemos os nossos filhos tudo junto né, um ajudando o outro, por causa que a gente sai, vai pra feira a vizinha fica cuidando os filhos da gente, cuidando a gente sabe que tá em boas mãos, então o elo da amizade se tornou 100% melhor né, a confiança. (Fonte: Entrevistada 2./ Acervo do autor.)

Percebe-se que a confiança e o companheirismo é um sentimento presente em todas as esferas do grupo, contribuindo assim para o bom andamento da participação do assentamento nas feiras populares. Sempre que se inicia um novo desafio, é muito importante que consigamos superar as dificuldades ao longo do processo e, para esse grupo de pessoas é notório o movimento realizado para que as feiras aconteçam. Dessa forma, a resistência às redes de varejo,

mantendo a comercialização por meio das feiras continuamente comprova o segundo argumento da hipótese de constituir as feiras populares como um movimento de resistência.

A partir do relato da agricultura, vemos a falta de visibilidade e resistência que esses indivíduos encontraram ao iniciar a comercialização dos produtos do assentamento nas feiras populares. Conforme exposto, chegaram a ouvir de outras pessoas que a sua luta pela resistência na vida no campo não daria certo, que nem sequer produtos para comercializar os agricultores possuíam.

Quando a gente começou a socializa no caso, a possibilidade de nós ir pra cidade vende, a gente se ouvia muito, as pessoas dizer ah isso não dá certo porque não tem o produto. Não, não é que nós não tinha, as pessoas não enxergavam que nós tinha, aí né muitos diziam “ah não vai dar certo”, porque eles não tem produto pra vender. Não, não era isso, mas a gente começou a mudar, tantos que depois a gente recebia vários elogios bom. Nós não acreditava que ia dar certo a venda de vocês na cidade, mas hoje a gente ta vendo totalmente diferente, que dá certo sim apesar da distância né e as dificuldades que nós enfrentamos né, mas tudo que é, que nós fizé nós vamos enfrentar dificuldade, se nós quiser se manter no campo, nós vamos tocar de enfrentar esses obstáculos e a melhor forma, acredito de nós ter uma vida saudável é no campo. (Fonte: Entrevistada 1./ Acervo do autor.)

Justificando o argumento das feiras populares constituírem um movimento de resistência perante as grandes redes de varejo, o trecho do depoimento acima, ratifica qualquer afirmativa quanto a feira ser um espaço de visibilidade para estas pessoas. Fica claro que a resistência começa dentro do próprio movimento, onde os vizinhos de propriedade, desacreditam esses agricultores quanto ao seu potencial de fornecer alimentos em uma feira popular para a comunidade local. Dessa forma conforme elucidado através da primeira hipótese, fica claro o grau de importância que as feiras populares reservam desde as relações interpessoais com os demais, até principalmente as relações comerciais, por serem um espaço de afirmação para esses indivíduos.

## **6.2 HIPÓTESE 2- O impacto das estratégias de Educomunicação na transição agroecológica:**

O eixo central dessa análise está em responder a questão problema acerca do impacto das estratégias de educomunicação popular possibilitando a transição agroecológica entre a monocultura e a agricultura orgânica na criação de feiras locais dos pequenos produtores rurais, ao dividir a discussão em duas hipóteses. Para responder à segunda hipótese, apresentada no início deste trabalho, cujo o objetivo é identificar o impacto das estratégias de Educomunicação

na transição agroecológica, para isso a hipótese foi dividida em dois argumentos a) Estratégias de educomunicação e b) Transição Agroecológica como um processo de desenraizamento; para serem detalhados abaixo, realizando a sua comprovação através de recortes dos depoimentos colhidos com as agricultoras e também com base no relatório de atividades executadas no processo de transição agroecológica junto à universidade.

### **Estratégias de Educomunicação**

A partir do desenvolvimento da hipótese inicial acerca do impacto das estratégias de educomunicação para a transição agroecológica, iremos abordar o papel das estratégias de educomunicação a partir dos materiais pré-selecionados. Nesse contexto, as estratégias de educomunicação se fazem presentes desde o início do processo, desde a abordagem ao iniciar a transição até como estratégia de marketing para a qualificação dos produtos. Percebe-se que a partir do contato com as mídias o conhecimento se torna mais natural pois faz parte do cotidiano dessas pessoas.

Oi, tô aqui pra dar o meu depoimento sobre o projeto. Entremo no projeto quando a professora começou a vir como cliente, comprando aqui e nos incentivando a trabalhar com a parte orgânica. Como a gente já meio conhecia esse trabalho que é muito bom, a gente produzir, quanto mais natural o produto é mais saudável, procura não bota veneno e então temo já andando com o projeto já uns 6 meses. (Fonte: Entrevistada 3. / Acervo do autor.)

Nota-se que a partir do recorte do depoimento da agricultora uma proximidade com o tema e principalmente o seu engajamento com a transição agroecológica através da educomunicação. Conforme abaixo as estratégias de educomunicação foram direcionadas à divulgação dos diferenciais produzidos nas propriedades e principalmente à qualificação dos consumidores pois por ser uma forma de produzir não praticada na região, tornou-se necessário conscientizar os clientes sobre os benefícios da produção agroecológica na agricultura familiar, principalmente por ser uma prática pouco comum na região. Dessa forma o papel das estratégias de educomunicação neste contexto contribui com a discussão abordada na construção dessa hipótese.

Para contribuir com o processo de ensino aprendizagem, através dos encontros presenciais nas propriedades, ao logo do projeto de extensão que deu origem à esse trabalho, foram desenvolvidas oficinas de educomunicação a fim de capacitar os agricultores nos

conceitos de marketing, ao demonstrar visualmente de que maneira esses produtores poderiam qualificar os espaços de comercialização.

A partir das estratégias de educomunicação descritas acima, todo o trabalho de transição agroecológica foi registrado através das fotografias a fim de documentar o processo. Além disso a utilização das redes sociais foi muito eficaz para a consolidação do calendário de feiras na Unipampa, através das redes sociais, comunicamos à toda a comunidade sobre as mudanças na forma de produzir dos agricultores.

Para complementar o uso das redes sociais, a produção de peças gráficas como folders e banners para que a comunidade fosse impactada pelos diferenciais da produção agroecológica das famílias. Dessa forma o impacto das estratégias de educomunicação é direcionado nesse ponto à comunidade em geral que transita pelas feiras e irá consumir os produtos originários da agricultura familiar em transição orgânica, comprovando assim o nosso primeiro argumento.

### **Transição Agroecológica como um processo de desenraizamento;**

Para complementar a resposta à questão problema sobre o impacto das estratégias de educomunicação popular possibilitando a transição agroecológica entre a monocultura e a agricultura orgânica na criação de feiras locais dos pequenos produtores rurais a segunda hipótese aborda o impacto das estratégias de educomunicação na transição agroecológica e nesta seção especificamente a transição agroecológica como um processo de desenraizamento. Para falarmos da transição agroecológica como um processo de desenraizamento é importante entendermos o contexto aos quais esses indivíduos estão inseridos e principalmente às suas necessidades. A partir disso, percebemos que a principal dificuldade encontrada pelos agricultores é a mão de obra e o abastecimento de recursos básicos. Falando da estrutura de um assentamento, várias propriedades fazem parte dessa comunidade e muitas vezes umas longe das outras, como no caso do trecho abaixo onde a agricultora relata que o seu principal problema no cultivo é a mãe de obra, pois o trabalho no campo depende em grande parte apenas dela.

Mas a mão de obra pra mim é muito difícil, porque o meu marido fica mais envolvido com o todo do assentamento, tu entende? Como ele é o coordenador. Aí eu fico meio que sozinha pra trabalhar tu entende? Eu e as minhas duas crianças, aí como eles vão pra escola, a partir da tarde fico só eu, mas agora com esse negócio que veio pra nós o quintal sustentável, eu acredito que vai melhor e muito em 2015, por causa que daí eu sei que eu vou, a minha dificuldade, além de ser pouca mão de obra, como pra

produzir na horta a dificuldade é água, tu entende? Nós alí, a nossa água fica muito longe, então nós trabalhamos mais é com panificação, com alvoredado que agora nós temo plantando, com frangos, ovos. Mas a dificuldade mesmo é a mão de obra, pra mim, a não ser agora nós tava falando alí com as gurias, nós tinha que se unir mais, tu entende? Como a feira é solidária, eu acredito que nós tinha que trabalhar mais unido com as mulher. Eu não vou te dizer que tem essa união porque eu moro à 4 quilômetros daqui, tu entende? A minha vizinha também, então nós semos as duas que moremos mais perto. Então as gurias que é do grupo da feira que moram mais perto, então até que conseguem se unir mais, tu entende? Mas eu e a vizinha que somos mais distante das outra, é dificultoso. Que aí fico eu trabalhando no meu cantinho, dentro do meu lote, a vizinha e o marido, os dois, trabalhando dentro do lote deles né, porque nós semos mais distantes, tu entende? E é isso que dificulta, mas um pouco é a mão de obra também, eu sinto muito isso, mas quando dá a gente tá unido também com as gurias aqui pra trabalhar! Mas a nossa dificuldade hoje é a distância, do grupo feira, que sou eu e a vizinha que fiquemos mais distante das outras gurias. Tu entende? (Fonte: Entrevistada 2. / Acervo do autor.)

A partir desse recorte do depoimento, identificamos que pra a transição é necessário o trabalho coletivo, conforme descrito pela agricultora os principais problemas enfrentados por ela dentro da agricultura familiar são o abastecimento precoce de água na propriedade, a distância dos demais membros do assentamento para que o trabalho seja dividido em rodízio e principalmente a falta de mão de obra, ocasionada pelo fato de que ela e o marido apenas cultivam a propriedade e o marido conforme ela mesma ressalta é envolvido com as questões organizacionais do movimento e por isso nem sempre consegue estar presente.

É muito importante, olharmos para esses aspectos no momento da transição agroecológica, pois o fato de ser um cultivo que preserva os ecossistemas, cuida da terra, precisamos antes de cuidar da terra, entender a situação do indivíduo para que através do trabalho no campo, consigamos superar essas dificuldades. Ressalto também a força de vontade e o otimismo que podemos perceber no depoimento da agricultora, mesmo perante as dificuldades.

Além disso, por se tratar de uma comunidade de assentados, todos possuem pequenas propriedades, ou como a agricultora disse em seu depoimento “lote” cada um possui o seu e, isso reflete diretamente no processo de desenraizamento dos métodos tradicionais de produção da monocultura em larga escala. Ao longo do seu depoimento, em nenhum momento a agricultura levanta questões sobre a dificuldade de produzir de forma agroecológica, ou de subsistência plantando várias culturas, pelo contrário, a grande dificuldade encontrada por essa agricultora são questões de infraestrutura quanto ao abastecimento de água e a precariedade de mão de obra para dar conta do plantio e manutenção. Dessa forma podemos concluir que a partir do argumento que compõem essa hipótese, a transição agroecológica apresenta a melhor alternativa para esses agricultores.

Por outro lado, o depoimento dessa outra agricultora, apresenta a consolidação do processo de transição agroecológica com uma riqueza de resultados e diferenciais sobre as hortaliças cultivadas com métodos tradicionais de plantio.

A gente tá vendo melhores resultados, na qualidade, no sabor, tudo do produto e as pessoas tão procurando mais que a gente tá divulgando né da parte orgânica e o pessoal tá procurando muito mais e tá dizendo que o sabor é mais doce, das verduras, dos legumes. O total de verduras a gente tem: a parte de repolho, tem brócolis, couve flor, cenoura, beterraba, rúcula, alface temos oito variedades de alface e tem agrião, pimentão. A gente vai começar a plantar agora também pepino, abóbora, moranga, melancia, melão, a gente planta também mandioca, batata doce. A gente procura ter todos os tipos de verduras e legumes. (Fonte: Entrevistada 3. / Acervo do autor.)

Destaco a sua fala em dois grandes pontos: a variedade cultivada na sua propriedade que, se somadas ultrapassam vinte e duas culturas. O conceito básico da agroecologia é que o cultivo das espécies seja de forma integrada, pois muitas espécies se complementam, possibilitando assim em cultivo simultâneo a garantia de um portfólio de produtos maior. Mas o grande diferencial do recorte apresentado aqui é que o mesmo já apresenta os resultados do cultivo de maneira agroecológica sendo reconhecidos pelos consumidores, ressaltando as principais características desses produtos, como sabor das verduras e legumes.

Dessa forma, pode-se dizer que essa propriedade, dentro do processo de desenraizamento dos métodos tradicionais de cultivo da terra, está em um patamar de referência pois a mesma já possui padrões de cultivo e de resultados consolidados sendo comprovado a hipótese em questão através dos dois argumentos que no caso dessa propriedade já são postos em prática pois a comercialização dos produtos agroecológicos já está sendo percebida pelos consumidores.

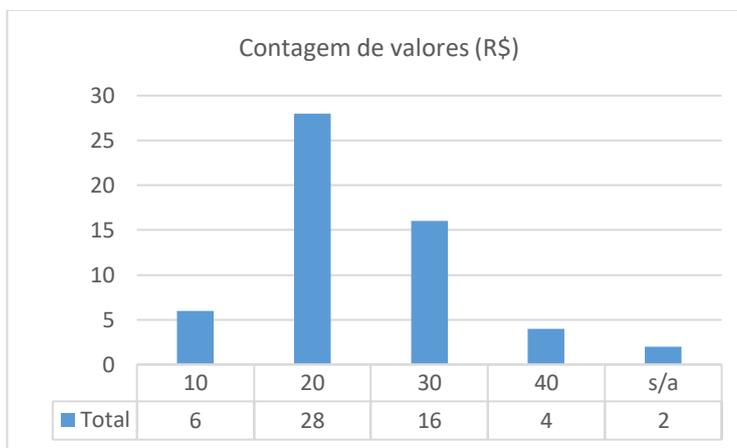
## **7. APROVEITANDO A PESQUISA**

A partir da questão problema, foi feito um recorte da pesquisa para contribuir com a análise sobre o impacto das estratégias de educomunicação popular possibilitando a transição agroecológica entre a monocultura e a agricultura orgânica na criação de feiras locais dos pequenos produtores rurais. Essa problemática está dividida em duas hipóteses que constituem essa análise, a primeira aborda o impacto de constituir as feiras populares como um movimento de resistência e a segunda retrata o impacto das estratégias de educomunicação e a transição agroecológica. Para elucidar as novas oportunidades de comercialização que constituem parte da primeira hipótese, trazemos o recorte da pesquisa realizada com a comunidade acadêmica

de campus São Borja em junho de 2014 nas redes sociais da universidade e também na página oficial do projeto que se tornou objeto de estudo desse trabalho, sobre a implementação de entregas de kits com produtos vendidos nas feiras.

A partir da formulação da questão problema, foi necessário realizar um recorte da pesquisa a fim de contemplar as questões de interesse desse trabalho. Para isso observamos as respostas acerca do valor que os pesquisados estariam dispostos a pagar pelo kit com os produtos, o dia que gostariam que fosse entregue e também qual o turno de preferência.

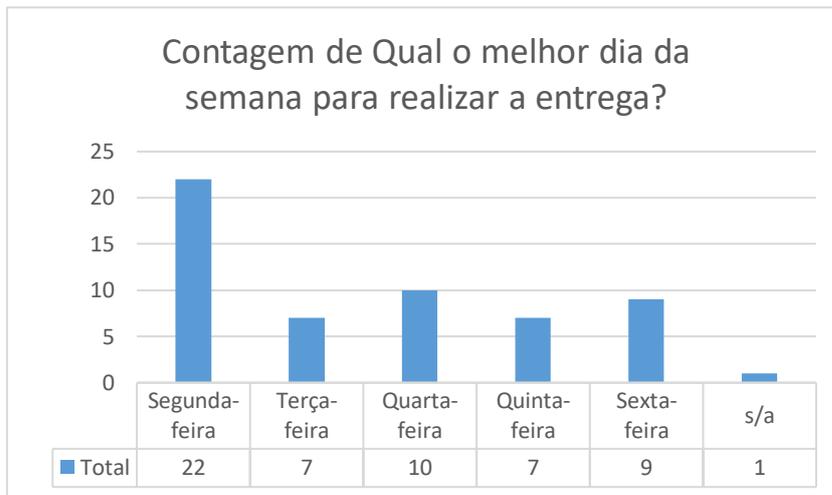
**Figura 1.** Respostas da pesquisa realizada para a implementação de um delivery na universidade à cerca do valor dos produtos.



Fonte: Elaborado pelo autor (2019).

A partir da pesquisa, foi identificado que cinquenta e seis pessoas responderam o questionário manifestando o interesse em adquirir kits de produtos hortifrutigranjeiros com variação de preço a partir de dez reais, chegando até a quarenta reais, semanalmente. Das respostas obtidas 50% foram de kits de R\$20,00. Os kits seriam compostos de legumes e verduras, além de produtos coloniais como pães e doces dependendo do valor escolhido.

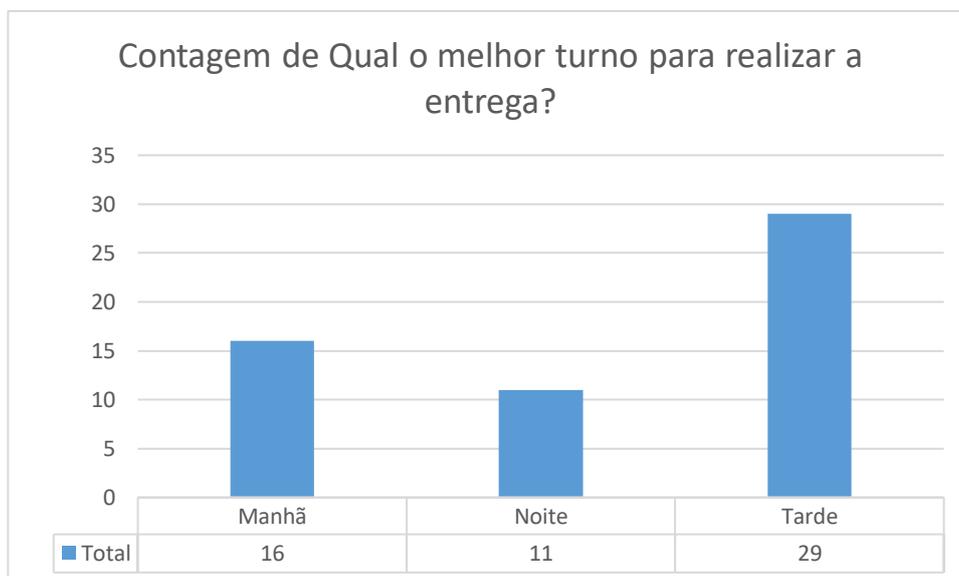
**Figura 2.** Respostas da pesquisa realizada para a implementação de um delivery na universidade à cerca do melhor dia para entrega.



Fonte: Elaborado pelo autor (2019).

Das cinquenta e seis respostas obtidas, destas, vinte e duas optaram pela segunda-feira totalizando a maioria sendo 39,3%, outras sete, optaram pela terça-feira, dez pessoas optaram pela quarta-feira, sete optaram pela quinta-feira e nove optaram pela sexta-feira, tendo apenas duas respostas sem preferência. A data seria importante pois através da preferência dos consumidores os produtores rurais iriam realizar o planejamento inverso para atender a demanda conforme a preferência. A pesquisa também buscou identificar de forma qualitativa qual seria o turno mais adequado de acordo com as necessidades da comunidade acadêmica.

**Figura 3.** Respostas da pesquisa realizada para a implementação de um delivery na universidade à cerca do melhor turno para a entrega.



Fonte: Elaborado pelo autor (2019).

Através das respostas obtidas, mais da metade dos respondentes optou para que a entrega fosse realizada no turno da tarde, somando 51,8% do total. Essa grande aceitação com outro formato de comercialização dos produtos, só ocorre pela forma de comercialização realizada na feira, onde o consumidor conhece o produtor e principalmente os diferenciais dos produtos ali comercializados pois conhecem o atendimento e também a procedência dos produtos pois eram parceiros do projeto de pedagogia freireana: educação e comunicação no campo. Com base nos dados acima, podemos concluir de que as respostas afirmam as discussões abordadas na primeira hipótese, sobre o impacto de constituir as feiras populares como um movimento de resistência. A partir das feiras populares e do contato com o público final, novas oportunidades de comercialização dos produtos da agricultura familiar são criadas, como no caso do kit de entregas que trouxemos acima.

## **8. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O problema deste trabalho buscou dialogar sobre o impacto das estratégias de educomunicação popular possibilitando a transição agroecológica entre a monocultura e a agricultura orgânica na criação de feiras locais dos pequenos produtores rurais a segunda hipótese aborda o impacto das estratégias de educomunicação na transição agroecológica. Dessa forma tem como objetivo relacionar as estratégias educomunicação popular para a transição da prática da monocultura para a agricultura orgânica, relacionando ao impacto na criação das feiras locais com produtores da agricultura familiar. Essa problemática busca contribuir de maneira para a consolidação da agricultura familiar na cidade de São Borja através da comercialização da produção através das feiras populares.

Para compreender as discussões propostas pela questão problema, construímos duas hipóteses a fim de nortear os caminhos dessa pesquisa através da análise dos materiais. As duas hipóteses elaboradas apresentam o impacto de constituir as feiras populares como um movimento de resistência e o impacto das estratégias de educomunicação na transição agroecológica.

A primeira hipótese aborda as feiras populares como um espaço de troca direta entre produtor e consumidor. Além de ser um espaço de troca as feiras populares através do nosso segundo argumento, representam também um espaço de resistência às grandes redes de varejo. Dessa forma, as feiras populares também se consolidam como a principal alternativa de comercialização dos produtos oriundos da agricultura familiar. Ainda sobre as feiras populares por serem a principal alternativa de comercialização da agricultura familiar se faz necessário a

abertura de novos formatos e canais de comercialização. Todos esses argumentos compõem o movimento de resistência das feiras populares pois é uma forma de comércio livre e sustentável onde os indivíduos do campo encontram um espaço de visibilidade e autonomia podendo gerar novos espaços de comércio popular.

A segunda hipótese relaciona a educomunicação como método para a transição agroecológica, por sua vez o impacto da educomunicação é a agilidade e a eficácia com que conseguimos incorporar os conceitos da agroecologia no cotidiano dos camponeses. Além disso, temos a agroecologia como um processo de desenraizamento dos métodos tradicionais de cultivo, cujo impacto é uma forma de produção ecológica sem o uso de agrotóxicos, trazendo benefícios para a natureza, para quem produz e para quem consome. Por fim, a educomunicação pós-transição nas feiras livres, traz a tona como o processo de transição que ocorre nas propriedades é resultante nas feiras populares, sendo assim concluímos que o seu impacto é a obtenção de lucro através das estratégias de educomunicação

A metodologia utilizada para o desenvolvimento desta pesquisa dividiu-se em um conjunto de técnicas e procedimentos para compor a análise. Assim, uma das técnicas utilizadas nessa pesquisa tem como finalidade a coleta de dados para contribuir na construção de um cenário acerca das feiras populares e seus agentes. Por ser um instrumento onde entrevistador e entrevistado estão frente a frente, a entrevista possibilita uma riqueza de detalhes acerca do objeto estudado. Os procedimentos da pesquisa dividem-se na construção do questionário sua aplicação e preparação, por fim a captação das entrevistas. Para atender aos procedimentos de pesquisa construímos os seguintes procedimentos operacionais.

A análise foi composta em três fases, a pré-análise, a exploração do material e o tratamento dos dados, inferência e interpretação. O objeto de pesquisa deste trabalho se resume em realizar um recorte das feiras populares na cidade de São Borja, especificamente os produtores rurais que por sua vez também são feirantes e participantes do projeto de extensão da Universidade Federal do Pampa intitulado, Projeto de Extensão Educação e Comunicação Popular no Campo. Como material da análise, trago como fonte os depoimentos de três agricultoras participantes das feiras populares e em processo de transição agroecológica, o recorte de uma pesquisa realizada em junho de dois mil e catorze com a comunidade acadêmica da Unipampa Campus São Borja e também o relatório de experiência do Projeto de Extensão de Educação e Comunicação Popular

A partir da análise dos materiais, elencamos um conjunto de descobertas resultantes da pesquisa, são elas:

Nossa primeira descoberta foi de que os movimentos populares possuem um sistema de organização que vai desde o auxílio no cuidado dos filhos à forma de comercialização em duplas nas feiras populares. Organização que está refletida através das feiras populares como movimento de resistência da vida camponesa.

Nossa segunda descoberta foi de que as feiras populares representam a possibilidade de melhorar a vida de quem vive no campo, nos aspectos financeiros e sociais. Contribuindo com a discussão proposta pela hipótese acerca do impacto de constituir as feiras populares.

A nossa terceira descoberta constata que há um protagonismo feminino na atuação no campo, que por sua vez está intimamente ligado às relações maternas. A partir dos depoimentos coletados a fim de comprovar as hipóteses, constatamos que a mulher do campo se tornou responsável por capitanear as iniciativas de produção e comercialização, ocupando um papel de líder das famílias.

A nossa quarta descoberta nos mostra que através das feiras populares essas mulheres camponesas, melhoraram a sua vida e a da sua família. Ao possibilitar que as mulheres que fazem parte da agricultura familiar melhorem a qualidade de vida através da comercialização da produção familiar nas feiras, comprova a hipótese de que as feiras populares são um espaço de transformação da realidade desses indivíduos.

A nossa quinta descoberta revela que todos os pequenos avanços foram difíceis e mesmo assim esses agricultores não desistem do desejo de melhorar os seus produtos e serviços e por consequência as suas vidas. Constatou-se que a resistência dos camponeses representa em grande parte a sua permanência no campo, pois enfrentam inúmeras dificuldades e mesmo assim seguem em busca de melhores condições de vida.

A nossa sexta descoberta demonstra que através das feiras populares, novas oportunidades de comércio vão surgindo. Conforme constatado através das hipóteses, através da potencialização das feiras populares novas oportunidades de comércio surgem através da aproximação com o consumidor final;

A nossa sétima descoberta revela que a vida no campo é muito difícil, por isso é latente o espírito empreendedor dessas mulheres. Ao longo das análises percebeu-se que as mulheres que fazem parte da agricultura familiar encontram muitas dificuldades, desde mão de obra a questões de acesso à água.

A nossa oitava descoberta nos mostra que ainda há muito preconceito com a agricultura familiar e os assentamentos. Além disso foi percebido que esses indivíduos ainda enfrentam preconceitos quanto à classe agricultora e utilizam as feiras populares como um espaço de afirmação como homens e mulheres do campo.

Por fim a nossa nona descoberta demonstra que resultado da persistência em mudar a forma de produzir, ao deixar de produzir de maneira convencional para produzir de maneira agroecológica, ser consolidado através da percepção dos consumidores. A partir do espírito empreendedor, através do contato com as estratégias de educomunicação e assistência técnica, realizaram a migração dos métodos tradicionais de cultivo para a produção agroecológica.

A partir das descobertas ao longo da pesquisa, esse trabalho contribui de forma significativa para a academia. De modo que as afirmações aqui constatadas refletem a importância da academia para a sociedade. Através das atividades de pesquisa e extensão possibilitam a modificação da realidade em que estamos inseridos. Sendo assim este trabalho contribui para aprofundar as discussões no que diz respeito à agroecologia e a agricultura familiar além de identificar as feiras populares como a principal alternativa de comercialização para a agricultura familiar. Sendo assim esse trabalho se destaca pela sua capilaridade nos campos da agricultura familiar, agroecologia e formas alternativas de comercialização através das feiras populares.

A partir do estudo desenvolvido neste trabalho destacaria como novas possibilidades uma análise do protagonismo da mulher no campo. A partir das percepções constatadas através desta pesquisa pode-se considerar que a figura da mulher representa em grande parte o movimento de resistência na vida do campo, ao ser responsável por gerenciar a família e os trabalhos domésticos ao mesmo tempo que é responsável por capitanear iniciativas como a produção de caráter agroecológico que terminam por ser comercializadas em feiras populares. Nesse sentido as feiras populares também podem ser consideradas um outro objeto de estudo para novas pesquisas pois representa toda a segurança financeira das famílias do campo, além de garantir a segurança alimentar das famílias da cidade.

Como considerações finais destaco as constatações feitas acerca do papel das feiras populares na vida desses indivíduos do campo. Com base nas pesquisas, ficou comprovado que as feiras populares foram responsáveis por melhorar a qualidade de vida das famílias da agricultura familiar a partir de dois sentidos: a possibilidade de estar economicamente ativo em consumir, atendendo as suas necessidades básicas e por último e não menos importante o potencial emancipatório das feiras populares a partir do momento que possibilita a legitimação desses seres do campo como agricultores. Para complementar a discussão da transição agroecológica através das estratégias de educomunicação possibilitou que esses agricultores que comercializam a sua produção nas feiras populares ampliassem a sua comercialização ao fornecer produtos mais saudáveis e diferenciados aos demais. Além disso identificamos as

feiras populares como um espaço de potencialização para novos negócios, podendo ser considerado um espaço vivo e em constante transformação.

## REFERÊNCIAS:

ABRAMOVAY, Ricardo (1992) - **Paradigmas do Capitalismo Agrário em Questão** - Hucitec/Edunicamp/ANPOCS - São Paulo

ABRAMOVAY, Ricardo- **Reforma Agrária** – Revista da Associação Brasileira de Reforma Agrária – vols.28 n°s 1,2 3 e 29, n°1 – Jan/dez 1998 e jan/ago 1999

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

CORREA LEDA, Luisa- **Sistema tradicional de varejo de alimentos e sua importância para a segurança alimentar e nutricional: o caso do Distrito Federal**. Brasília, 2017.

DELGADO, Guilherme Costa. Bergamasco, Sonia Maria Pessoa Pereira (orgs.) **Agricultura familiar brasileira: desafios e perspectivas de futuro**. Brasília: Ministério do Desenvolvimento Agrário, 2017.

STEDILLE, João Pedro(orgs) **A questão agraria no Brasil: O debate na década de 1990**— 1 ed—São Paulo. Expressão Popular 2013.

IBGE, **Produção Agrícola Municipal 2007**. Rio de Janeiro: IBGE, 2008 Disponível em < <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/sao-borja/pesquisa/31/29644>> **Plano Nacional de Alimentação e Nutrição** 2015 – 2020.

LAKATOS, Eva Maria **Fundamentos de metodologia científica I** Marina de Andrade Marconi, Eva Maria Lakatos. - 5. ed. - São Paulo : Atlas 2003.

LUCIANO, Wilyan Rodrigo- **Agricultura familiar no contexto da feira do produtor rural “Feira do Corujão” no município de Rio Claro- SP**, 2017.

PALUDO, Conceição. **Educação popular em busca de alternativas**: uma leitura desde o campo democrático popular. Porto Alegre: Tomo Editorial, 2001.

ROSA, M. P; SVARTMAN, B. P. (2018). **Agroecologia e políticas públicas: reflexões sobre um cenário em constantes disputas**. Psicologia Política, 18 (41), p. 18-41

SABOURIN, Eric- **Acesso Aos Mercados Para A Agricultura Familiar: Uma Leitura Pela Reciprocidade E A Economia Solidaria**- Rev. Econ. NE, Fortaleza, v. 45, suplemento especial, p. 21-35, out./dez., 2014

SOARES, Ismar de Oliveira. **Educação a distância como prática educacional: emoção e envolvimento na formação continuada de professores da rede pública**, Revista USP. São Paulo: n. 55. p. 56-69, 2002

SOARES, Ismar de Oliveira. **Educomunicação: o conceito, o profissional, a aplicação : contribuições para a reforma do ensino médio**. [S.l: s.n.], 2011.

**LISTA DE ANEXOS:**

**Imagem 1: Ida para o campo junto com os produtores para a produção de biofertilizante.**



*Imagem 1: Acervo do autor.*

**Imagem 2: Coleta de esterco de vaca para a produção de biofertilizante.**



*Imagem 2: Acervo do autor.*

**Imagem 3: Produção do biofertilizante na propriedade.**



*Imagem 3: Acervo do autor.*

**Imagem 4: Roda de conversa para definição de estratégias de qualificação da comercialização dos produtos agroecológicos.**



*Imagem 4: Acervo do autor.*

**Imagem 5: Roda de conversa e capacitação em educomunicação utilizando o método freireano.**



*Imagem 5: Acervo do autor.*

**Imagem 6: Produtos agroecológicos sendo consumidos direto da horta pelas famílias.**



*Imagem 6: Acervo do autor.*

**Imagem 7: Integração entre produtoras e a equipe da Universidade Federal do Pampa e técnicos agrícolas da Prefeitura de São Borja- RS.**



*Imagem 7: Acervo do autor.*

**Imagem 8: Aplicação do biofertilizante produzido na propriedade.**



*Imagem 8: Acervo do autor.*

**Imagem 9: Troca de saberes entre as participantes da transição agroecológica através da educomunicação.**



*Imagem 9: Acervo do autor.*

**Imagem 10: Comercialização em feiras populares dos produtos oriundos da agricultura familiar produzidos de forma agroecológica.**



*Imagem 10: Acervo do autor.*