UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE AGRONOMIA E MEDICINA VETERINARIA
GESTÃO DE AGRONEGOCIOS

Taís Borges Bárbara

RELAÇÃO RURAL/URBANO NA CONSTRUÇÃO DE MERCADOS DA AGRICULTURA FAMILIAR NA CIDADE DE LUZIÂNIA-GOIÁS

Brasília/DF
Junho/2016

TAÍS BORGES BÁRBARA

RELAÇÃO RURAL/URBANO NA CONSTRUÇÃO DE MERCADOS DA AGRICULTURA FAMILIAR NA CIDADE DE LUZIÂNIA-GOIÁS

Monografia apresentada ao curso de Gestão de Agronegócios, da Faculdade de Agronomia e Medicina Veterinária da Universidade de Brasília (UnB), como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Gestão de Agronegócios.

Orientador(a): Prof(a). Dra. Mireya Eugênia Valencia Perafán

Brasília/DF
Junho/2016

Ficha Catalográfica

Bárbara, Taís Borges.
Relação rural/urbano na construção de mercados da agricultura familiar na cidade de Luziânia - Goiás / Taís Borges Bárbara. Brasília: UnB, 2016.
46f.

Monografia (Bacharelado em Gestão de Agronegócios) – Universidade de Brasília,
Faculdade de Agronomia e Medicina Veterinária, 2016.
Orientação: Profa. Dra. Mireya Eugênia Valencia Perafán.

1. Relação rural/urbano. 2. Agricultura Familiar. 3. Mercados.

RELAÇÃO RURAL/URBANO NA CONSTRUÇÃO DE MERCADOS DA AGRICULTURA FAMILIAR NA CIDADE DE LUZIÂNIA-GOIÁS

A Comissão Examinadora, abaixo identificada, aprova o Trabalho de Conclusão do Curso da aluna: TAÍS BORGES BÁRBARA

_____

Prof(a). Dr(a). Mireya Eugênia Valencia Perafán
Universidade de Brasília / FAV /UnB
(Orientador)

_____ _____

Prof(a). Msc. Andrea Restrepo
SEBRAE/ Nacional
(Examinador)

_____ _____

Prof. Dr. Armando Fornazier
Universidade de Brasília / FAV /UnB
(Examinador)

Brasília/DF
Junho/2016

Dedico esta pesquisa a minha família, aos amigos e aos professores que contribuíram para a realização deste trabalho, meu sincero agradecimento.

AGRADECIMENTOS

Quero deixar registrado a minha imensa gratidão a todos que me apoiaram a chegar até aqui. Inicio agradecendo a Deus por ter me dado força, para vencer os obstáculos e conseguir chegar até aqui. Agradeço a minha orientadora professora Dra. Mireya Eugênia, que foi fundamental para a temática pesquisada, pela sua paciência e disponibilidade comigo. Além dos estímulos para a não desistência deste trabalho, agradeço-a por todo o companheirismo durante esta pesquisa, minha mais profunda gratidão. Agradeço ao apoio dos colaboradores da CAPRULUZ por disponibilizarem o seu tempo para nos receber e acompanhar em cada entrevista realizada, aos entrevistados por terem dedicado o seu tempo para nos receber, o meu muito obrigada a todos.

Por fim, agradeço aos meus familiares pelo carinho e apoio ao longo desses anos de graduação, pela compreensão da minha ausência em datas especiais. Minha imensa gratidão ao meu pai Jorge por ter me ajudado e acompanhado nas coletas de dados que foram fundamentais para minha pesquisa, a minha mãe Zorimar que sempre me apoiou e esteve em oração para que tudo desse certo. Agradeço e compartilho com vocês esse momento único e de grande felicidade.

RESUMO

Este trabalho busca analisar a proximidade do município de Luziânia estado de Goiás com as áreas rurais e identificar a influência dessa proximidade na construção dos mercados da agricultura familiar. Nesse contexto, buscou-se identificar a importância da relação rural e urbano para os produtores, os consumidores e os representantes das instituições vinculadas a esses produtores. Para isso foi realizada uma revisão documental, entrevistas semiestruturadas e observação na feira que é um dos principais meios de comercialização dos produtores entrevistados. Após a pesquisa de campo e análise dos resultados, conclui-se que o rural e o urbano são categorias diferentes, porém, possui uma relação de complementaridade entre ambas. Sendo que a proximidade com as cidades influencia positivamente e estimula a construção dos mercados da agricultura familiar, mas para obter o sucesso desses mercados somente a proximidade não é o bastante.

Palavras-chave: Relação rural/urbano, Agricultura familiar e a Construção de mercados.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Mapa de localização de Luziânia/Brasília.....24
Figura 2 - Instalações da Goiás Verde.....28
Figura 3 - Flora SA em Luziânia.....28

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AGRODEFESA - Agência Goiana de Defesa Agropecuária

CAPRULUZ - Central de Associações de Pequenos Produtores Rurais de Luziânia

CEASA - Centrais de Abastecimento

EMATER - Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural

HA - Hectare

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

PAA - Programa de Aquisição de Alimentos

PNAE - Programa Nacional de Alimentação Escolar

SENAR - Serviço Nacional de Aprendizagem Rural

SEBRAE - Serviço Brasileiro de apoio às Micro e Pequenas Empresas

SICOB - Sistema de Cooperativas de Crédito do Brasil

SICRED - Sistema de Crédito Cooperativo

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO 11
2 REFERENCIAL TEÓRICO 14
2.1 Do Rural e Urbano ao Novo Rural 14
2.1.1. Novo rural 16
2.2 Relação com as cidades 19
2.3 Construção de mercados da agricultura familiar 20
3 MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA 23
3.1 Tipo e descrição geral da pesquisa 23
3.2 Caracterização do local da pesquisa 24
3.3 Instrumentos e procedimentos para coleta de dados 25
4. RESULTADOS 27
4.1 Rural/Urbano em Luziânia 27
4.2 As instituições que apoiam o produtor rural em Luziânia 29
4.3 A percepção dos produtores rurais de Luziânia sobre a relação do rural e o urbano 32
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS 36
REFERÊNCIAS 39
APÊNDICES 40
APÊNDICE A: Questionário para os produtores 42
APÊNDICE B: Questionário para os representantes da cooperativa 43
ANEXOS 45
ANEXO A: Estufa de mudas 45
ANEXO B: Horta de um dos entrevistados 45
ANEXO C: Lavoura comunitária de arroz 46
ANEXO D: Feira de Luziânia 47

1 INTRODUÇÃO

Esta pesquisa foi realizada através do estudo das atividades da agricultura familiar no município de Luziânia estado de Goiás, buscando identificar qual a influência da proximidade de Luziânia com os mercados da agricultura familiar.

Para Wanderley (1996, p. 2) a agricultura familiar é aquela que, “ao mesmo tempo é proprietária dos meios de produção, assume o trabalho no estabelecimento produtivo”. O conceito da agricultura familiar é genérico, porém agrega uma diversidade tanto nas formas de produção como nas formas sociais. A agricultura familiar possui grande importância na produção de alimentos, através da sua diversificação garante alimentos durante todo o ano. Estudos revelam que a maior dificuldade dos agricultores familiares é na comercialização dos seus produtos, pois muitos não possuem assistência técnica e nenhuma orientação para se inserir no mercado.

Mais recentemente, evidenciam-se transformações no espaço rural brasileiro, onde as pessoas que residem na área rural trabalham, estudam nos centros urbanos e o mesmo acontece na situação inversa, onde pessoas que moram na cidade, trabalham nos estabelecimentos rurais. Essas mudanças implicam nas definições das estatísticas oficiais sobre o rural e urbano (FAVARETO, 2006). O IBGE (1991) define a população urbana sendo as pessoas e os domicílios que estão situados nas cidades; como: vilas, distritos e até os que estão em áreas isoladas. Do outro lado, define a população rural como aquela que está localizada fora da área urbana, sinalando com isto, que o rural seria tudo o que “sobra” do urbano. Para Abramovay (2000) a definição do rural em alguns países, inclusive no Brasil, está associada a "precariedade e a carência". Segundo o autor, o rural possui três formas prevalecentes que causam aos pesquisadores grande insatisfação devido a sua delimitação. São elas: 1º) em uma certa proporção, o conceito de rural é definido pelo poder público municipal, sendo certo que o interesse arrecadatório do município prepondera para a definição do instituto; 2º) Para que um pequeno aglomerado populacional seja considerado urbano, basta que haja prestação de serviços públicos básicos no local; 3ª) Em princípio, tende a ser utilizado o critério da carência para se definir o rural, o que não se mostra adequado.

Não existe uma forma única de se definir o rural, mas pode se afirmar que o rural vai muito além da definição do IBGE. Para analisar o rural deve se rever as

relações sociais e naturais, sua especificidade e a diversidade do meio. Como observa Favareto e Wanderley (2013) "o rural é um lugar de produção mais também é um lugar de vida e moradia". No decorrer desta pesquisa será apresentado o "novo rural", descrito pelo os autores: Abramovay, Favareto, Wanderley e Veiga. Como uma nova concepção da ruralidade que passa de uma visão setorial, voltada apenas para serviços agrícolas, para um setor multisetorial, serviços não agrícolas. Nesse panorama por exemplo, as indústrias vão para as áreas rurais em busca de mão de obra e terrenos mais baratos, com isso o rural passa a contar com mão de obra assalariada e com diversidade nos meios de produção. Desta forma é gerada, uma melhor qualidade de vida e o aumento populacional no meio rural.

A procura da população por alimentos mais saudáveis e a crescente preocupação com o meio ambiente, favorecem a comercialização dos produtos da agricultura familiar. Atualmente é possível ver várias feiras e comércios de produtos oriundos deste segmento, produtos que têm um diferencial no mercado pela sua variedade, entre eles os produtos orgânicos e artesanais. Segundo Mendras (1978 *apud* SANT'ANA et. al , 2013, p. 133):

> Estas formas diferenciadas de inserção no mercado são caracterizadas por envolver circuitos curtos de comercialização e relações mais horizontais entre os agentes, muitas vezes de caráter informal e baseadas no interconhecimento.

A aquisição dos produtos locais direto do produtor traz ao consumidor uma sensação de maior segurança na qualidade do produto e na preservação do meio ambiente. Os circuitos curtos, onde não há atravessadores, favorecem e incentiva a produção local, fortalecendo a venda direta e construindo uma relação entre o produtor e consumidor.

O presente trabalho buscou analisar as relações do rural e o urbano na cidade de Luziânia, trazendo o conceito da nova ruralidade, da diversificação no uso da terra e os mercados da agricultura familiar. Analisou como a proximidade entre os espaços rurais e urbanos favorecem a construção dos mercados da agricultura familiar na cidade de Luziânia. Para isso, este estudo propõe responder a seguinte pergunta: *a proximidade da cidade de Luziânia com as áreas rurais influencia na construção dos mercados da agricultura familiar?*

O objetivo geral desta pesquisa foi analisar a influência da proximidade da cidade de Luziânia, na construção dos mercados da agricultura familiar. Para alcançar o objetivo proposto foi necessário: fazer uma revisão de literatura; pesquisar autores que discutem essa relação rural e urbano e a construção de mercados da agricultura familiar; caracterizar os mercados dos agricultores familiares da cidade de Luziânia; identificar a relação da construção desses mercados com a proximidade dos centros urbanos; descrever a situação de Luziânia e explorar essa relação dos produtores com o mercado e a proximidade da cidade.

O estudo da relação campo e cidade é de interesse de diversas áreas de pesquisa como a sociologia e a geografia, além de despertar o interesse de vários autores e é de grande importância também para o governo, as associações, comunidades e para toda sociedade. Wanderley (2000, p.88) retrata o estudo da ruralidade como:

> [...] a compreensão dos contornos, das especificidades e das representações deste espaço rural, entendido, ao mesmo tempo, como espaço físico (referência à ocupação do território e aos seus símbolos), lugar onde se vive (particularidades do modo de vida e referência identitária) e lugar onde se vê e se vive o mundo (a cidadania do homem rural e sua inserção nas esferas mais amplas da sociedade).

Há importância de avançar nesta compreensão, outra motivação para realizar o estudo está relacionado com o fato da autora ser residente da cidade de Luziânia e desejar conhecer a influência destes efeitos de proximidade e seus benefícios. De outro lado, acredita-se que esta pesquisa é de importância também, para os gestores de agronegócios conhecerem outras perspectivas do mundo rural no Brasil.

Inicialmente, foi realizado um levantamento bibliográfico para analisar a existência de trabalhos relacionados com o tema proposto na cidade de Luziânia, mas não foi encontrado nenhum. Existem sim vários artigos e trabalhos sobre a relação cidade e campo, porém nenhum é específico com a cidade de Luziânia.

O trabalho foi desenvolvido em quatro seções, incluindo esta introdução. A segunda seção é o referencial teórico, seguida pelos métodos usados na pesquisa e a quarta seção encontra-se os resultados e as considerações finais.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Neste capítulo serão abordados os conceitos do rural e o urbano, questões que são de interesse inicial do estudo. Primeiramente será visto as definições de cada um, em seguida o histórico da construção do rural e urbano, logo após as transformações atuais no aspecto rural e urbano e sua relação com a construção dos mercados da agricultura familiar.

2.1 Do Rural e Urbano ao Novo Rural

No Brasil, o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (1991)define área urbana como: “a área interna ao perímetro urbano de uma cidade ou vila, definida por lei municipal” e estabelece um conceito remanescente de área rural, definindo-a como: a área de um município externa ao perímetro urbano, ou seja, entende o IBGE que área rural é aquela que não se enquadra como urbana pela legislação municipal.

No entanto, o conceito adequado da área rural é muito mais amplo do que o mencionado, pois para se encontrar uma definição para meio rural é necessário levar-se em conta diversos fatores, tais como: a relação existente com a natureza, a forma de vida de seus habitantes e o meio social no qual se encontra.

Dissertando sobre a definição de meio rural Abramovay (2000, p. 3), ressalta que:

> [...] é preciso definir o meio rural de maneira a levar em conta tanto a sua especificidade (sem encarar seu desenvolvimento como sinônimo de “urbanização”) como os fatores que determinam sua dinâmica (isto é, sua relação com as cidades).

Dessa forma, o autor demonstra em sua brilhante explanação que para a adequada conceituação de meio rural deve-se levar em conta diversos critérios e não somente o critério geográfico.

Para Kayser (1990, p. 13 *apud* WANDERLEY, 2000, p. 88) o rural é muito mais do que um espaço geográfico, sendo para este: “um modo particular de utilização do espaço e de vida social”. Assim, conclui o renomado autor que o rural compreende os contornos e as particularidades, sendo um espaço físico territorial,

onde predomina a maneira de viver do homem estabelecido no local. Do ponto de vista sociológico há uma característica fundamental no meio rural, que segundo Wanderly (2000), é a relação existente entre os habitantes do campo e a natureza. A autora ressalta que o rural não é constituído por algo imutável e que este poderia ser encontrado inserido dentro da sociedade, sendo também algo histórico que pode se transformar. Dessa forma, mostra-se contundente o argumento de que rural não é somente aquilo que não se enquadra como urbano, sendo certo que seu conceito não se exaure no critério geográfico.

Ademais, Wanderley (2009, p. 63), criticando o conceito de urbano adotado pelo IBGE, argumenta que este:

> [...] é construído tendo como pressuposto o fato de que a uma determinada dimensão populacional – número de habitantes e densidade demográfica – corresponde um determinado grau de complexidade socioeconômica, o que torna, em consequência, a referida aglomeração apta a oferecer oportunidades de emprego e acesso a bens e serviços ao conjunto da população que vive em sua área de influência.

A mencionada autora aponta também que o posicionamento adotado pelo IBGE possui reflexos na arrecadação estatal de tributos, pois é através do critério fixação de áreas urbanas que se torna possível ao Estado cobrar certos tributos, tal como: o Imposto Predial Territorial Urbano – IPTU que possui como fato gerador a propriedade, o domínio útil ou a posse de bem imóvel por natureza ou por acessão física, como definido na lei civil, localizado na zona urbana do Município, conforme disposto no artigo 32, do Código Tributário Nacional. Dessa forma, o conceito de área urbana estabelecido pelo IBGE incentiva os gestores dos municípios brasileiros a aumentarem suas áreas urbanas com fins arrecadatórios (Wanderley, 2009).

Segundo Wanderley (2009) destaca que para a definição da zona urbana o Código Tributário Nacional exige apenas que a área definida em lei municipal atenda a dois dos seguintes requisitos:

- Meio-fio ou calçamento, com canalização de águas pluviais;
- Abastecimento de água;
- Sistema de esgotos sanitários;
- Rede de iluminação pública, com ou sem posteamento para distribuição domiciliar;

- Escola primária ou posto de saúde a uma distância máxima de 3 (três) quilômetros do imóvel considerado.

Essa generalização acarretou na expansão das áreas urbanas para as áreas rurais, prejudicando as áreas rurais que consequentemente ficam esquecidas e são consideradas áreas de carência. Para definir os critérios geográficos, não basta analisar somente os efeitos utilizados para a arrecadação dos impostos. Se faz necessário analisar todo o contexto, analisar as relações sociais, naturais e suas especificações.

2.1.1 Novo rural

O termo nova ruralidade traz uma nova concepção do rural, passando de uma visão setorial para o multisetorial, apresentando uma alta diversificação do uso da terra. O novo rural traz um crescimento das atividades não agrícolas, como um espaço diferenciado, com mais lazer e qualidade de vida (WANDERLEY, 2000).

O que muda na nova etapa é o conteúdo social e a qualidade da articulação entre as instâncias rural e urbano e urbano e rural. Há uma grande dificuldade em entender a relação dos aspectos ora mencionados, verifica-se a existência de pessoas que residem na área rural, mas sua vida social está situada na área urbana, ou ainda trabalham em núcleos urbanos aos arredores e moram na área rural e vice-versa, retirando dessa forma a sua renda familiar (FAVARETO, 2006). Ainda nesta perspectiva, Veiga (2004a *apud* FAVARETO, 2014, p. 7) propõe que “seriam rurais, as microrregiões compostas somente por municípios com menos de 50 mil habitantes, com densidade demográfica inferior a 80 habitantes por km^2” com a falta dos grandes centros urbanos. Opostamente, Veiga (2004a *apud* FAVARETO, 2014, p.7) considerou: “como essencialmente urbanas as microrregiões marcadas pela presença de regiões metropolitanas, aglomerações urbanas não metropolitanas ou pela presença de grandes centros urbanos associados a alta densidade populacional.” Em obra mais recente Favareto (2014) e Valadares (2014) mencionam a mesma tipologia de Veiga (2004) aos dados do Censo de 2010, constatando assim, que a população que reside em áreas rurais, no final daquela década estava no patamar de 25%, sendo que a redução de 1/3 para 1/4 da população é devido a movimentos demográficos, como a criação de regiões

metropolitanas, alterando desta forma o estatuto de inúmeros municípios (FAVARETO, 2014).

Há três dimensões apontadas por Abramovay (2003 *apud* FAVARETO, 2014, p. 1140) no âmbito da ruralidade que são: “1. A proximidade com a natureza, 2. A ligação com as cidades e 3. As relações interpessoais derivadas da baixa densidade populacional e do tamanho reduzido de suas populações”. No primeiro, proximidade com a natureza, são vistos os recursos naturais, anteriormente voltados para a produção de bens primários, o que atualmente são objeto de novas formas sociais, destacando-se a conservação da biodiversidade, o aproveitamento da natureza em termos de paisagem, a busca de fontes alternativas de energia, reciclando para melhor aproveitamento de recursos naturais. No segundo, a relação com as cidades, os espaços rurais diversificaram-se melhor, deixam de ser apenas exportadores de matérias primas e passam para a diversidade multisetorial. Aumentando assim, suas receitas e alterando o sentido demográfico, bem como da transferência de rendas que prevalecia anteriormente. Quanto ao último item, relações interpessoais, passam de uma relação de igualdade e isolamento para uma "estrutura individualizada e heterogênea". Com uma maior interação populacional entre os mercados do rural e o urbano com relações de trocas de bens e serviços entre os meios.

A definição do rural, com base na visão integradora da ruralidade é incapaz de direcionar ou articular as políticas voltadas para a agricultura e o mundo rural. Como exemplo de uma abordagem setorial de desenvolvimento da agricultura, assinalada pelos enfoques multifuncional e multisetorial direcionados para o fortalecimento da agricultura, remetendo à competitividade rural e a preservação do meio ambiente, tem-se a Política Agrícola Comum da Europa, marcada desde 2000 (DWYER *et al.,* 2010 *apud* MIRANDA; SILVA, 2013).

Verifica-se que não há propriamente dito o desaparecimento do rural setorial, mas há uma diferenciação nas visões da ruralidade, envolvendo o multisetorial, configurado como serviços agrícolas e o surgimento de complexos industriais, em locais pouco desenvolvidos. Vê-se a existência de regimes mais flexíveis da mão de obra assalariada (menor fiscalização) e terrenos mais baratos. E o setor ainda conta, como principal benefício, a proximidade das áreas rurais com os centros urbanos. O serviço a que é referido, se refere aos bens públicos, conhecidos como

uma nova forma de exploração mercantil da terra e de seus recursos (MIRANDA; SILVA, 2013).

Conforme Ploeg e Marsden (2008 *apud* MIRANDA; SILVA, 2013, p. 162) afirmam que:

> Ainda que esse processo não possa ser generalizado para muitas regiões rurais, a separação historicamente construída entre atividade agrícola e natureza viva comprometeu o papel da agricultura na reprodução das paisagens, da natureza e de um ambiente limpo, produzindo um conjunto de desconexões que não conduzem a uma valorização do rural como um espaço de trabalho, produção e vida, ainda que o mesmo possa ser valorizado como um espaço produtor de mercadorias.

Observa-se que, nem toda forma de crescimento econômico rural é capaz de conduzir ao fortalecimento da ruralidade, a intervenção sim, é capaz de dar uma nova posição à ruralidade social, suscitando novas articulações que podem ser capazes de reconstruir o rural e o urbano, bem como a natureza e a sociedade (MIRANDA; SILVA, 2013). Nesse sentido, Ploeg e Marsden (2008 *apud* MIRANDA; SILVA, 2013, p. 162) chamam a atenção para a construção de novos modelos de análise que não contraponham o rural ao urbano:

> [...] a reconceitualização do rural precisa estar ancorada no reconhecimento de que as relações entre o rural e o urbano, sobretudo no período atual, estão longe de ser uniformes. As inter-relações que ligam o urbano e o rural, em sua coprodução, são altamente heterogêneas. Portanto, as regiões rurais precisam ser conceitualizadas e delineadas em termos e de acordo com as interdependências que as ligam às concentrações urbanas.

O novo rural conta com a revolução tecnológica, onde os telefones e internets são facilmente encontradas nas propriedades rurais; o crescimento da população rural não agrícola, onde encontram as multifuncionalidades do rural como turismo e área de lazer, e a preocupação cada vez maior com o meio ambiente e sua preservação.

O novo rural põe um fim na segmentação onde quem trabalha no rural mora no rural e quem trabalha no urbano vive no urbano, atualmente é visto que pessoas que moram na cidade trabalham no rural e vice versa, ocorrendo assim frequentes trocas de produtos e serviços. Gómez (2008 *apud* CORREA, 2012) destaca alguns dos principais elementos que formam essa nova ruralidade: as diversidades nas

áreas rurais, como as mudanças ecológicas, as múltiplas atividades; as atividades e os serviços nem todos são relacionados com a agricultura; as relações entre o rural e o urbano: como a preservação do meio ambiente, a preocupação com a proteção do mesmo, a criação de novas tecnologias de recuperação de solos e preservação da água; a busca de uma vida mais saudável e sem a agitação das grandes cidades, aumentando assim o turismo rural e o reconhecimento do paisagismo rural. Assim, o novo rural visa uma maior valorização da terra (natural) como dos seres humanos daquele local.

2.2 Relação com as cidades

A relação rural e urbano se distingue por suas formas econômicas e sociais, os modos de vidas entre os dois setores são diferentes. Segundo Harris (1956, p. 95 *apud* FAVARETO; WANDERLEY, 2013, p. 428) "o urbano sonha em ficar rico com o solo; o rural sonha com a plantação". O rural e o urbano possuem características diferentes, mais que valorizam os seus setores e torna importante essa relação, o que segundo Wanderley (2009, p. 72):

> [..]permite entender as relações campo-cidade como uma via de mão dupla, na qual, do ponto de vista teórico, as assimetrias e descontinuidades não significam necessariamente desequilíbrios, mas, relações de complementaridade, pelas quais as funções recíprocas se alimentam e são intercambiadas.

Willems (1947, p. 21 *apud* FAVARETO; WANDERLEY, 2013, p. 428) reforça a compreensão sobre esta relação: "atualmente, a vida econômica da cidade está de tal maneira vinculada à zona rural que seria difícil apontar uma única atividade profissional que não dependa, direta ou indiretamente, da zona rural". A proximidade dos centros urbanos beneficia o setor rural pelo uso de bens e serviços alguns encontrados somente nas áreas urbanas, além de favorecer a comercialização dos produtos das áreas rurais, fortalecendo a construção de mercados principalmente para os pequenos agricultores. Essa relação de proximidade beneficia também os moradores das áreas urbanas, onde asseguram a qualidade dos alimentos que consomem, garantindo maior segurança alimentar e para os moradores e produtores

das áreas rurais a existência da comercialização dos seus produtos e o contato direto com os seus consumidores.

2.3 Construção de mercados da agricultura familiar

Os mercados são uma das formas de interação da população com os agricultores, onde realizam trocas de produtos e serviços mais também existe a relação de trocas de conhecimentos e experiências. Nesta perspectiva de mercados como interação social, Conterato *et al.* (2013, p. 2), considera que:

> "mercados não são apenas espaços de interação entre demanda e oferta, circunscritos às leis de formação da riqueza econômica, sua alocação e distribuição nas sociedades. Os mercados passam a ser percebidos e entendidos como espaço de interação social, formados através de sinais e relações que não são apenas materiais e tangíveis, mas fundamentalmente ativados mediante interações sociais, culturais e cognitivas".

Os autores definem a noção de mercado como um espaço em que interagem as pessoas com "diálogos, negociação, conflito, trocas, compra e venda", isso acontece nas feiras, nos centros de distribuições e em outros meios de comercialização (CONTERATO *et al*., 2013).

Segundo Triches e Schneider (2010) o consumo deve estar ligado às novas dinâmicas políticas, caracterizando os valores locais, a qualidade dos alimentos e a relação do rural e o urbano. As feiras e as centrais de abastecimento são um excelente meio de comercialização dos produtos, garantindo uma renda para os produtores e a interação da sociedade. Os autores Marsden e Murdoch (1999, 2000 *apud* PLEIN; FILIPPI, 2011) analisam a inserção dos mercados sendo, as mudanças sociais no âmbito das redes verticais e horizontais. Como as redes verticais apropriada para a análise setorial ("antigo rural") uma única cadeia produtiva, as redes horizontais são adequadas a uma abordagem territorial, que visam redes com maior tecnologia e adaptadas ao local de trabalho, proximidade com os mercados e a diversificação da produção, entre outras (MIOR, 2003 *apud* PLEIN; FILIPPI, 2011). Os autores consideram que:

> É necessário um amplo leque de estratégias de inserção da agricultura familiar no sistema agroalimentar, tanto no mercado de *commodites*, que

> passa por formas de ação coletiva, como aproveitamento oportunidades de mercado para produtos orgânicos ou com valorização regional (artesanais) (WILKINSON, 1999; MIOR, 2003 *apud* CONTERATO *et al*., 2013, p. 135).

A multifuncionalidade do meio rural favoreceu a inserção aos mercados, por meio da diversificação e a escala da produção, os produtos orgânicos, maior aproveitamento da área rural com produtos não agrícolas como o artesanato. A proximidade com a cidade aumenta o poder de barganha pois o agricultor trabalha com a venda direta, atuando na determinação do preço do produto e diminuindo a dependência de agentes externos como os atravessadores. Essas características são das redes horizontais que são adaptadas tanto pela tecnologia como pelas condições locais. Os mercados alternativos, segundo Conterato *et al.* (2013) como as políticas públicas de aquisição de alimentos (PAA e PNAE), os produtos artesanais e agroecológicos de caráter local, estão crescendo no Brasil e criando um novo desenvolvimento rural e possui características que diferenciam esses novos mercados dos já existentes.

As feiras locais criam vínculos sociais incentivando a população a adquirir os produtos diretamente dos produtores, construindo laços que diferenciam dos outros mercados. Contudo, para Ribeiro *et al*. (2003) há fatores que impedem o avanço da comercialização em feiras: problemas de manter a frequência dos produtos, a demanda efetiva do local e a preservação da estrutura familiar na produção. Segundo os autores, entre os meios para resolver esses problemas estão o do associativismo e a diferenciação no produto, ou seja, " mercados específicos."

O associativismo vem crescendo no Brasil com a união dos pequenos produtores a fim de conseguirem melhores preços nos insumos, alcançarem uma escala de produção para assim se inserir no mercado e conseguir maiores retornos. Ribeiro *et al.* (2003, p. 2) concluem que:

> Agir em conjunto seria fundamental: os custos da comercialização seriam mais reduzidos, o conjunto de produtores garantiria a regularidade do abastecimento, a negociação por preços seria mais facilitada, escalas maiores de produção poderiam ser atingidas pelo grupo maior.

Outra alternativa descrita pelos autores são as buscas por mercados específicos, produtos esses mais artesanais de caráter cultural que as grandes empresas não produzem, os produtos orgânicos também apresentam um diferencial

na comercialização e favorecem a inserção nos mercados. Apesar de todas as dificuldades os autores acreditam que a "feira semanal pode representar um espaço dinâmico de comercialização, geração de renda e abastecimento" (RIBEIRO *et al.,* 2003, p.3). Novas formas de comercialização vem surgindo atualmente, são as feiras virtuais. Onde os produtores se reúnem e divulgam as suas mercadorias na internet e os consumidores escolhem os seus produtos sem sair de casa. Essa facilidade e comodidade vem crescendo nos grandes centros urbanos, trazendo mais agilidades para os consumidores e aumentando as vendas para os produtores, com mais uma modalidade de comercialização dos seus produtos.

3 MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA

Utilizando o método qualitativo, este trabalho foi desenvolvido a partir de uma revisão bibliográfica, em livros, artigos científicos e informações provenientes das entrevistas realizadas em Luziânia estado de Goiás.

O método utilizado nesta pesquisa é qualitativo e como instrumento de coleta de dados foram realizadas entrevistas semiestruturadas, observação a campo e uma revisão documental.

3.1 Tipo e descrição geral da pesquisa

Realizou-se uma pesquisa qualitativa, a qual é a mais indicada quando se tem o interesse de analisar a percepção e atitude de um indivíduo ou grupo em relação a um produto, bem ou serviço. O objetivo da pesquisa qualitativa é "traduzir e expressar o sentido dos fenômenos do mundo social, reduzir a distância entre indicador e indicado, entre a teoria e os dados e entre o contexto e a ação" (MAANEN, 1979a, p. 520 *apud* NEVES, 1996, p. 01). A pesquisa qualitativa não busca enumerar, não utiliza instrumentos estatísticos para analisar os dados. A pesquisa qualitativa busca dados descritivos, ocorrendo com o contato direto do pesquisado com o seu entrevistado. Segundo Triviños (1987 *apud* OLIVEIRA, 2011, p. 24):

> A abordagem de cunho qualitativo trabalha dados buscando seu significado, tendo como base a percepção do fenômeno dentro do seu contexto. O uso da descrição qualitativa procura captar não só a aparência do fenômeno como também suas essênciais, procurando explicar sua origem, relações e mudanças, e tentando intuir as consequências.

Ademais, Silveira e Córdova (2009) reforçam a compreensão da pesquisa qualitativa relatando as suas características, são elas:

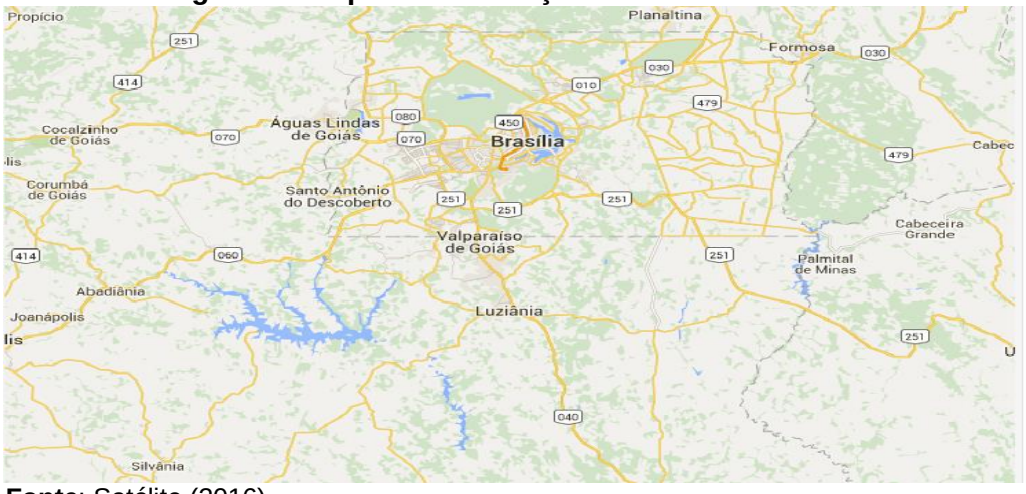
> Objetivação do fenômeno; hierarquização das ações de descrever, compreender, explicar, precisão das relações entre o global e o local em determinado fenômeno; observância das diferenças entre o mundo social e o mundo natural; respeito ao caráter interativo entre os objetivos buscados pelos investigadores, orientações teóricas e seus dados empíricos; busca de resultados os mais fidedignos possíveis; oposição ao pressuposto que defende um modelo único de pesquisa para todas as ciências (CÓRDOVA, 2009, p. 32).

3.2 Caracterização da local da pesquisa

A pesquisa foi realizada no município de Luziânia - Goiás, descoberta em 13 de dezembro de 1746 pelo paulistano Antônio Bueno de Azevedo, possui uma população estimada em 194 mil habitantes (IBGE, 2015).

A pesquisa foi realizada nesta cidade, devido a possuir uma instituição muito importante chamada CAPRULUZ que é a Central de Associações de Pequenos Produtores Rurais de Luziânia. Essa organização vem desenvolvendo importantes projetos com os pequenos agricultores e por ter um número significativo de agricultores familiares, cerca de 1689 estabelecimentos de agricultura familiar (EMATER, 2015). Para as entrevistas foi selecionado o produtor que se enquadra como familiar segundo a Lei nº 11.326 e comercializa os seus produtos na cidade e no entorno, produtores estes que sua propriedade esteja próxima a cidade. O roteiro da entrevista foi semiestruturado para dar a autonomia do entrevistado a trazer assuntos que não foram abordados no roteiro. Com as questões das entrevistas o interesse era de conhecer a importância das instituições presentes na cidade, o que produziam, conhecer como os produtores comercializam os seus produtos e de qual categoria (rural/urbano) destinam moradores. Foram entrevistados 15 pessoas sendo elas: 7 produtores rurais em suas residências, 3 feirantes, 3 consumidores e 2 representantes da cooperativa. Os 7 produtores todos são associados da cooperativa e se enquadram como produtor familiar.

Figura 1 - Mapa de localização de Luziânia/Brasília



Fonte: Satélite (2016)

Luziânia já foi cenário de vários eventos da agricultura familiar, pois estar localizada no leste do estado e no entorno da Capital Federal (Brasília, DF), conta com vários produtores desde os pequenos aos grandes exportadores de *commodities*. Um desses eventos que marcou a cidade ocorreu no ano de 2013 nos dias 13 a 15 de agosto realizado pela Federação dos Trabalhadores na Agricultura Familiar a FETRAF, o III Congresso Nacional dos Trabalhadores e Trabalhadoras na Agricultura Familiar no Brasil. O objetivo do congresso foi debater e discutir o compromisso da Federação com a luta social e política em defesa dos interesses da agricultura familiar e do projeto de desenvolvimento rural sustentável e solidário, que contou com a presença de mais de 800 delegados/as e dirigentes de todos os estados do país, além de autoridades convidadas, como o então Ministro do Desenvolvimento Agrário Pepe Vargas, a então Ministra do Desenvolvimento Social Tereza Campello, o presidente do INSS Previdência Social Lindolfo Sales, Noemi da Aparecida Lemes superintendente de Habitação Rural e Entidades Urbanas, Francisco Cardeal gerente Nacional de Habitação Rural, Clenio Severio Teribele diretor de Agronegócios, João Alaor Santana da Silva gerente da Divisão de PRONAF da Diretoria de Agronegócios do Banco do Brasil. Os temas debatidos durante o evento foram: educação, agricultura sustentável, acesso ao crédito, tecnologia, qualificação profissional, reforma agrária, habitação, que visam qualificar e melhorar a qualidade de vida dos agricultores e agricultoras e suas famílias (SINTRAF, 2013).

3.3 Instrumentos e procedimentos para coleta de dados

A coleta de dados é a busca de informação do pesquisador para desvendar o objetivo da pesquisa. Para isso foram realizadas entrevistas, que consiste na técnica de interação social para obtenção de dados em uma pesquisa qualitativa. Marconi e Lakatos (2003, p.195) consideram que: "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". A escolha pela entrevista se deu pelo fato de se tratar de comunidade de pequenos agricultores onde pode se encontrar produtores com pouca qualificação e desta forma a entrevista ocorrerá a interação com todos os envolvidos.

A entrevista foi semiestruturada e para isto, utilizou-se um roteiro de questões sobre o tema da proximidade rural e urbana e sua influência na construção de mercados, conforme Apêndices. Mediante a isto, foi possível que os entrevistados fizessem apontamentos sobre suas experiências e percepções em relação ao tema estudado. Uma vez realizadas as entrevistas, estas foram transcritas e elaborados relatórios dos entrevistados.

4 RESULTADOS

A pesquisa aconteceu no município de Luziânia (GO), que fica cerca de 60 km de Brasília. Os espaços rural e urbano estão claramente definidos, pelas paisagens, densidade populacional e o desenvolvimento agrícola do primeiro e o industrial do segundo. Mas, independentemente desta diferenciação, a proximidade entre eles faz com que seus limites sejam bem difusos. A distância entre uma propriedade rural onde se produz leite ao centro da cidade é de 30 Km e de outra onde se produzem hortaliças é de 8 Km.

Luziânia é uma cidade que está em processo de crescimento e modernização, porém é uma cidade histórica com várias casas e ruas preservadas, é um *mix* entre a modernidade e a história. A cidade possui grandes empresas agroindustriais como: a Bunge Alimentos, a Flora SA e a Goiás Verde que geram muitos empregos.

Conforme o último censo agropecuário do IBGE (2006), Luziânia possui 1.689 estabelecimentos de agricultura familiar que corresponde a uma área de 39.013 ha e 118 assentamentos da reforma agrária. Luziânia é definida segundo o IBGE (1946) como cidade média por ter 194 mil habitantes. Este órgão define: cidade grande aquela acima de 500 000 habitantes, cidade pequena entre 500 a 100 000 habitantes e a média entre 100 001 a 500 000 habitantes.

4.1 Rural/Urbano em Luziânia

Dos 1.689 estabelecimentos de agricultura familiar, 686 possuem menos de 15 ha, 792 estabelecimentos possuem entre 16 - 50 ha e os outros 210 de 51 - 100 hectares. O principal tipo de produção agropecuária é: as hortaliças com cerca de 13 ha de área plantada, a mandioca com 250 ha, o milho 5 ha, a abóbora 50 ha, a acerola 20 ha, o mamão 15 ha, o quiabo 5 ha, a poncã 35 ha, o maracujá 35 ha, a banana 45 ha, a cenoura 5 ha, a goiaba 45 ha, a manga 20 ha e ainda a produção de leite (EMATER, 2015).

O município possui importantes empresas na área rural, como a Goiás Verde Alimentos que distribui para todo o Brasil vegetais enlatados, molhos, extrato de tomate, azeitonas e diversos condimentos. A empresa iniciou os seus trabalhos em

Luziânia há cerca de 10 anos e está localiza a 35 km do centro da cidade, a maioria dos empregados reside na cidade e a empresa fornece ônibus para se deslocarem do trabalho a suas residências.

Figura 2- Instalações da Goiás Verde

Fonte: Goiás Verde (2016)

Outra empresa muito importante é a Flora SA (Minuano) que possui cerca de 800 funcionários diretos. São fabricados produtos de higiene e limpeza como detergentes e desinfetantes. A empresa é detentora de 17 marcas com mais de 300 produtos. Está localizada na chácara Santa Rita a 15 km de Luziânia e foi fundada em fevereiro de 1980 em São Paulo e possui além de Luziânia mais três filiais em Jaguará - SP, Jardim Pinheiro Lins- SP e Itajaí- SC.

Figura 3 - Flora SA em Luziânia

Fonte: IMB (2003)

Luziânia é sede de algumas fazendas importantes, como exemplo a Fazenda Palma, foi fundada em 1992 e está entre as 10 maiores do Brasil em genética de

gado Gir leiteiro. Além da produção genética a fazenda revende leite e seus derivados como: iorgute, manteiga, coalhada e queijos variados. Em termos agricultura a cidade é representada pela fazenda Macaé que exporta soja, algodão, feijão e milho, está situada a 35 km do centro de Luziânia e foi fundada em maio de 2010 (IMB, 2013).

O turismo rural de Luziânia conta com hotéis fazenda, pesque pague, cachoeiras e ranchos privados a margem da represa Corumbá IV. A cidade tem como tradição diversas festas na roça como cavalgadas, rodeios e as novenas. Ademais, possui pontos de ecoturismo como: a Serra dos Angicos com 12 km de vários lagos e aves diversas; a Serra da Canastra, o Palácio das Andorinhas formado por rochas com até 300 mts de altura banhado pelo córrego Capão Bonito e a cachoeira Saia Velha que está localizada a 20km da cidade como outra opção de lazer. Luziânia possui uma grande riqueza natural, que são os rios: Corumbá, São Bartolomeu, Vermelho, Palmital, Santa Maria, Descoberto, Saia Velha, Piracanjuba, Capim Pubo, Rio Areia. Possui a Lagoa Encantada que sua água é potável (BRASIL CHANEL, 2013).

4.2 As Instituições que apoiam o produtor rural em Luziânia

Para conseguir conhecer as lógicas de produção e comercialização dos produtores da região foi fundamental a participação da cooperativa CAPRULUZ. Sua fundação foi em 1995, sendo iniciada como uma Central de Associações de pequenos e médios produtores, com a participação de 26 associações rurais e 2 assentamentos. A localização da cooperativa define bem a relação do rural e urbano, por estar a 6 km do centro da cidade, possui asfalto, rede esgoto, iluminação pública e é determinada como zona rural. Essa ligação entre a cidade e o campo, funciona como uma complementaridade entre ambos setores como foi relatado no tópico 2.2 deste trabalho. Hoje a cooperativa conta com 580 cooperados entre pequenos e médios produtores, sua estrutura possui um galpão com 600 mts², máquinas e freezers instalados; no mesmo local possui o escritório e espaço para a construção de mais outro galpão. Atualmente, pode receber 200 toneladas por dia de frutas, porém ainda está inativa, mas já existe um projeto aprovado pelo governo para criar uma plataforma do agricultor conhecido também como Central de

Abastecimento - CEASA, para a comercialização dos produtos oriundos de Luziânia. Com a CEASA pretende-se aumentar a área de produção que hoje é de 130 ha para 250 ha, para atender o mercado local e futuramente avançar para todo o estado.

A central surgiu com o intuito de responder às demandas dos pequenos produtores de Luziânia com grandes dificuldades para produzir em escala e comercializar. A central representa cada um desses produtores perante o mercado e as repartições públicas, como Ribeiro et al. (2003, p.2) citado no capítulo 2.3 deste trabalho, sobre a força do cooperativismo e das associações para vencer os obstáculos dos mercados, conseguir melhores preços e garantir as escalas de produção, isso que a CAPRULUZ vem conseguindo superar nesses anos. A cooperativa trabalha com permuta que consiste em um sistema de troca de mercadoria entre os produtores. Com a permuta o produtor que possui uma encomenda de determinado produto e devido algum problema ele não consiga produzir. O produtor procura a cooperativa que negocia com outro cooperado para emprestar a mercadoria para aquele produtor cumprir com a seu cliente e logo é negociado como será feito o pagamento. Geralmente o pagamento é feito com outro tipo de produto e o produtor ganha um prazo para cumprir o acordo. Com esse sistema a cooperativa interage os cooperados e garante o sucesso de todos da associação.

A cooperativa possui parcerias importantes no governo como o Serviço Nacional de Aprendizagem Rural - SENAR com cursos profissionalizantes para todos os produtores associados e seus familiares, parceria com a prefeitura da cidade, o programa horta comunitária que é uma parceria com o estado e a EMATER quem presta a assistência técnica. O SENAR em parceria com o SEBRAE oferece mais de 100 cursos por ano de capacitação e aperfeiçoamento das práticas de produção para a região, cursos de culinária e artesanato para as esposas dos produtores. A Lavoura comunitária é uma parceria com o estado de Goiás que fornece os insumos como: semente, adubos e a área do plantio é arrendada e custodiada pelo estado; a prefeitura participa com os maquinários para o preparo do solo, a cooperativa junto com EMATER fazem o projeto e prestam assistência técnica.

Por todas estas ações a cooperativa converte-se num ponto importante de apoio aos produtores. Espera-se que a concretização de projetos como, por exemplo, a Central de Comercialização do tipo CEASA, possa favorecer os canais

de comercialização, momento no qual os agricultores poderão aumentar os volumes de produção. Hoje a cooperativa participa do Programa de Aquisição de Alimentos (PAA), que é coordenado pela Secretaria Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional (SESAN) do Ministério do Desenvolvimento Social e Combate á fome (MDS). O programa funciona com a compra de alimentos oriundos da agricultura familiar, sem a necessidade da licitação mas através da Chamada Pública. O objetivo deste programa é fortalecer e incentivar a agricultura familiar e os produtores locais (FNDE, 2014). O anterior foi comprovado nas entrevistas aos produtores, quando eles manifestam que têm mais segurança na atividade produtiva ao poder vender os seus produtos. A cooperativa está em processo de ajustes para também comercializar pelo Programa Nacional de Alimentação Escolar - PNAE que é outro programa do governo cujo objetivo é contribuir para o crescimento, o desenvolvimento, o aprendizado escolar e para formar hábitos alimentares. Através da disponibilização dos alimentos e das ações educacional, alimentar e nutricional (FNDE, 2014).

Junto com a cooperativa identificou-se a feira local como outra organização importante para a comercialização dos produtos. Esta feira, acontece todos os domingos e conta com uma estrutura fornecida pela prefeitura desde 1979, quando foi legalizada. Possui 330 feirantes e cinco modalidades de produtos: hortifruticultura, industrializado, artesanato, bazar e praça de alimentação. Cada feirante paga uma taxa anual para a prefeitura referente ao alvará de funcionamento que varia entre 60 e 250 reais. A feira é dividida em três partes, sendo a primeira o galpão do produtor com verduras, frutas e hortaliças; a segunda parte somente carne, frango e linguiça e a terceira parte os industrializados como roupas, acessórios, produtos de beleza, importados e os artesanatos. A feira possui um palanque e recebe alguns artistas para apresentação cultural.

Nas entrevistas realizadas na feira os feirantes eram produtores familiares que trabalham na feira aos domingos e durante a semana entregam suas mercadorias nos supermercados e sacolões da cidade. Segundo os seus relatos, a preferência de vender na feira se dá por causa dos preços serem melhores do que os pagos pelos comerciantes. Porém, reclamaram da estrutura da feira, da falta de segurança e da falta de um estacionamento próprio. Eles acreditam se tivesse uma melhor estrutura o local seria mais frequentado. Um dos feirantes afirma que o contato com o consumidor é o que o fideliza, ele considera importante chamar seus

clientes pelo nome e isso demonstra a importância do consumidor. Complementar a esta visão, um segundo feirante diz que todo cliente que chega em sua banca é atendido, se ele não tem o produto que o cliente procura ele pega emprestado com o feirante do lado, com isso todos os seus clientes saem satisfeitos e com certeza na próxima semana eles voltarão. Ao falar com um terceiro feirante foi importante perceber a relevância da feira. Este manifesta que a feira poderia ser todos os dias, segundo o seu relato, uma vez por semana é pouco para atender todos os clientes. Ás vezes, um cliente não pode ir no domingo e se funcionasse durante a semana esse cliente iria e consequente a isso ele venderia mais.

Os consumidores reclamaram da estrutura do local, disseram que há falta de investimento em tecnologia e nenhum feirante do galpão do produtor utiliza cartão de débito e crédito. Mas, eles reconhecem a importância da feira e se sentem mais confiáveis comprando direto de quem produz. Os consumidores relatam que a feira é muito mais que apenas um local de compras é um local de interação e encontro com os amigos. Segundo outro cliente entrevistado diz que, os produtos da feira são mais saudáveis e frescos, por isso a preferência de comprar lá. De outro lado, um dos consumidores entrevistados diz que aprendeu ir á feira com sua avó e hoje como uma mãe de família ela mantém a tradição. Outro comprador questionou sobre o funcionamento da feira ser somente uma vez por na semana, segundo o seu relato a feira deveria funcionar mais vezes na semana e deveria ter uma melhor divisão de produtos. Continuando o seu relato ela conclui "todas as bancas tem alface mas manjericão nenhuma tem". A diversificação da produção é uma das alternativas para alavancar as vendas e o diferencial da agricultura familiar. Mas para essa diversificação acontecer é necessário identificar as necessidades dos produtores, investir na qualificação, garantir assistência técnica e proporcionar uma estrutura para a comercialização. Alguns produtores deixam de produzir determinadas culturas por não conhecer, por isso a necessidade da visita do técnico a propriedade instruindo o plantio e repassando a necessidade do mercado.

Estes espaços de comercialização são muito importantes para os agricultores, são um dos principais meios para a venda de seus produtos. Produtos esses, que quando não são comercializados são descartados e o produtor tem o prejuízo da perca da mercadoria. Mas, através da cooperativa os entrevistados têm expectativa de aumentar a produção, a comercialização e uma melhor qualidade de vida. Infelizmente a feira ainda não possui nenhum projeto de ampliação e nem reforma

da sua estrutura. Já a cooperativa vem buscando meios para melhorar o canal de comercialização na cidade, para isso vem investindo em projetos como o Ceasa e o PNAE. O CEASA trará benefícios tanto para os produtores que aumentarão as vendas e consequentemente a sua produção, para os comerciantes da cidade que não precisarão se deslocar para Brasília e os moradores que terão mais uma opção de comprar produtos frescos direto do produtor.

4.3 A percepção dos produtores rurais de Luziânia sobre a relação do Rural e Urbano

Na observação em campo foi possível comprovar que essa proximidade do rural/urbano mudou o cenário das áreas rurais. Hoje o campo possui todas as tecnologias das cidades, as casas possuem internet, televisão a cabo, telefone etc., o que antes era possível somente nas cidades. Com essa proximidade muitos moradores da cidade vão até as residências rurais encomendam seus produtos e compram direto com os produtores, os produtores conseguem ir todos os dias à cidade fazer entregas, outros possuem pontos fixos de revenda na cidade.

Quando indagados sobre esta proximidade e se o espaço onde eles moram o consideram rural ou urbano a resposta foi positiva, como sendo moradores do rural, mesmo na região que as estradas possuíam asfalto até a propriedade (essa era uma característica do urbano) eles se consideram moradores rurais e quando questionados se morassem em propriedades mais longe da cidade os entrevistados disseram que ficaria inviável a comercialização e até mudaria o ramo por causa da distância.

Um dos produtores entrevistados produz mudas de hortaliças e aceita encomendas conforme a solicitação do cliente, a proximidade é fundamental pois seus clientes buscam as suas encomendas em sua propriedade ou o produtor faz a entrega. A sua propriedade fica a 22 km da cidade se essa distância fosse maior seria inviável as entregas e ele com certeza não teria a freguesia que possui.

O segundo produtor entrevistado sempre trabalhou no campo, herdou dos seus pais a experiência com a terra. Ele consegue vender tudo que produz e trabalha com a venda direta, ele conta com a ajuda da esposa e seu filho de 10 anos. Juntos possuem uma barraca em frente a uma distribuidora de alimentos, que

funciona de segunda a sexta e no domingo trabalham na feira da cidade. A sua propriedade é próxima à cidade e possui apenas 5 km de estrada de chão, segundo o relato do produtor. Devido a essa distância fica viável ele ir à cidade todos os dias comercializar os seus produtos, mesmo com a pouca distância ele afirma ser morador do rural. Ele relata que a venda direta é muito importante devido conhecer os gostos dos seus clientes, para plantar o que eles costumam consumir. Se não tem um determinado produto, o consumidor encomenda e com isso o produtor fideliza os seus clientes. Estas evidências ajudam a afirmar que o mercado funciona como uma interação social e não só como uma relação mediada pela lei da demanda e a oferta, conforme adverte Conterato *et al*.(2013).

Outro produtor entrevistado, trabalha com hortaliças e mora na área rural de Luziânia há 15 anos. Junto com sua família vieram do interior da Bahia em busca de melhores condições de vida. Hoje mora em uma terra arrendada que possui cerca de 2 ha e comercializa seus produtos somente na feira de domingo, mas não está sendo suficiente para obter o sustento da família. Segundo o relato deste produtor a feira não possui uma estrutura para receber os consumidores, não possui estacionamento e com isso o movimento está cada dia menor. Ele é filiado à cooperativa e a sua esperança é a criação do CEASA em Luziânia e a cooperativa fechar uma parceria com o governo para comercializar os seus produtos através do PNAE.

O quarto produtor visitado produz mexerica (poncã), milho, mandioca e soja. A sua propriedade é próxima a uma rodovia que possui um posto fiscal. Esse produtor trabalha também com a venda direta, sendo necessário ir até a cidade para emitir a nota fiscal junto a Agência Goiana de Defesa Agropecuária - AGRODEFESA, para depois levar a mercadoria para a cidade. A proximidade de sua residência na área rural com a cidade facilita seu processo de comercialização e a emissão das notas. O próprio produtor relata "se minha propriedade fosse mais longe, não conseguiria fazer esse percurso no mesmo dia, aí não conseguiria atender os pedidos dos meus clientes".

O seguinte produtor entrevistado, possui um rebanho com 50 novilhas em lactação e a proximidade com a cidade é fundamental no preço do leite. O leite é recolhido pela cooperativa de Silvânia (GO), sendo o preço definido pela: distância da propriedade com a cidade, as condições da estrada e o nível de bactéria no leite. O produtor relata "a proximidade com a cidade é que garante o meu sucesso, parte

das estradas possui asfalto isso facilita o recolhimento do leite e com isso eu recebo mais pelo meu leite". Outro produtor produz frutas e trabalha com a venda direta dos seus produtos. Ele vai até o Ceasa (DF) e supermercados oferecendo os seus produtos e aceitando encomenda. Ele destaca que: "se a minha terra fosse mais longe, já havia desistido de plantar, porque não teria como vender".

Por fim, o último produtor entrevistado possui uma área com 60 hectares onde produz maracujá e abóbora e recebe a assistência técnica da EMATER e das empresas das quais compra os insumos e defensivos agrícolas para a sua produção. A CAPRULUZ, cooperativa à qual está afiliado, fornece as mudas por meio de empréstimo que é pago depois com mercadorias. A comercialização é realizada por meio da venda direta, ele vai até o CEASA em Brasília e oferece os seus produtos. Em uma dessas idas conheceu um empresário dono de uma rede de supermercados do Distrito Federal, ele comprou todos os produtos que havia levado e fechou uma parceria para venda. Com essa parceria o empresário encomenda determinados produtos e ele planta já com a garantia da venda. Ele reclama da falta de oportunidades na cidade, acredita que com a abertura do CEASA na área rural de Luziânia ele vai conseguir melhores preços dos seus produtos e evitará gastar para ir há capital para comercializar.

Os produtores consideram a CAPRULUZ como um ator fundamental para obterem sucesso na comercialização. Esta organização, busca parcerias com o governo e oferecem a oportunidade para todos comercializarem o seus produtos. Com a expectativa da criação do CEASA junto à cooperativa, os produtores acreditam que será resolvido esse gargalo da comercialização, será uma oportunidade grande para eles. Apesar dos problemas encontrados na feira os produtores também reconhecem a sua importância, porque hoje é o principal lugar para comercializar seus produtos. Reconhecem o ambiente favorável que se constrói nesse lugar para, além da venda, trocar informações, ter contato direto com o consumidor e da experiência de se relacionar com as pessoas naquele local.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

De acordo com a pesquisa de campo existe sim uma diferenciação entre o meio rural e urbano, são dois espaços diferentes, como foi discutido no trabalho, mas ambos possuem um fluxo permanente e cada um depende fortemente do outro. Com as entrevistas ficou evidenciado essa relação e diferenciação. Comprovou-se ainda, que apesar da proximidade entre a cidade e a área rural, os produtores se consideram cidadãos rurais e afirmaram que há essa relação de complementaridade entre os dois espaços.

De fato isso comprova o que foi estudado e observado que a proximidade das áreas rurais com as áreas urbanas fortalecem a construção de mercados e essa proximidade favorece a relação com o consumidor. Essa aproximação favorece os mercados, pois o fluxo é permanente e os consumidores confiam mais, eles têm a percepção que os produtos são mais saudáveis, por ser produzidod pela agricultura familiar.

Mas para garantir a estabilidade e o sucesso desses mercados não basta somente a proximidade com a cidade. Existem outros fatores que também são fundamentais para garantir esse sucesso. São eles:

- Assistência técnica: de todos os entrevistados somente um recebe assistência técnica da EMATER com frequência, os outros dizem que o técnico passa 2 vezes no ano e não é suficiente para sanar todas as dúvidas. Quando é necessária a assistência é preciso pagar para não perder tudo que plantou e às vezes acaba sendo tarde demais.
- Frequência de oferta: a grande dificuldade do pequeno agricultor é manter a escala de produção. Devido a falta de tecnologia essa frequência fica inviável, por exemplo: na época da chuva muito dos entrevistados deixam de plantar as hortaliças, por não terem estufas. Já os comerciantes encontram dificuldades em abastecerem o comercio da região e muitos buscam no CEASA DF para não deixar faltar nos seus comércios.
- Diversificação: a diversificação é uma característica da agricultura familiar. Mas devido à falta de qualificação e assistência técnica muitos não inovam a sua produção. Plantam o que aprenderam com os pais e

os mercados da cidade ficam desabastecidos de determinados produtos solicitado pelos clientes, como relatado por um dos consumidores entrevistados na feira.

- Comercialização: a proximidade com a cidade fortalece sim a construção de mercados, mais ainda há necessidades de instrução para a comercialização. Alguns produtores não possuem conhecimento das políticas públicas que atendem a sua categoria, falta incentivo por meio da prefeitura da cidade. Em relação à feira, há necessidade de funcionar mais de um dia na semana, faltam melhorias na estrutura do local, falta segurança e os feirantes necessitam de se modernizar, pois nenhum feirante no galpão do produtor aceita cartão de crédito ou débito. Muitos relataram não saber como "mexer" com isso.

Outro fator que impacta diretamente Luziânia de forma positiva e, às vezes, negativa é a proximidade com Brasília. Positiva porque Brasília possui o Ceasa que é um grande centro de abastecimento e recebe produtos de todo o Brasil e os produtores de Luziânia podem ir até lá comercializar os seus produtos. O ponto negativo dessa proximidade, se dá pelo fato de alguns comerciantes preferirem ir até lá buscar os seus produtos devido à diversificação encontrada. Um morador de Luziânia e comerciante, relata que "prefere ir a Brasília devido encontrar uma maior diversificação, os produtos são em alta escala e com isso consegue preços melhores que na cidade". Os produtores contam com o apoio da cooperativa para a criação do CEASA em Luziânia para sanar esse problema, com isso eles poderão aumentar sua produção. Caso este projeto seja efetivado, poderá se converter numa alternativa para vender os produtos e, possivelmente aumentará o número de comerciantes que mude seu lugar de abastecimento. Outra alternativa para a comercialização seria as feiras virtuais que vem crescendo nas grandes cidades. A cooperativa poderia criar um selo que identifique os seus produtos, para quando forem comercializados nos supermercados o consumidor identificar a origem do produto e saber que o produto adquirido foi produzido em seu município.

Esta pesquisa é uma primeira aproximação para entender como se constrói essa relação entre cidade e campo, por meio de uma atividade econômica como é a comercialização de alimentos. Esta análise abre o caminho para a adoção de medidas que possam aumentar a comercialização, pois Luziânia possui capacidade para aumentar a sua produção e abre caminho também para os gestores da cidade

adotarem políticas públicas para o desenvolvimento do rural, garantindo a comercialização do que é produzido no município.

REFERÊNCIAS

ABRAMOVAY, R. O futuro das regiões rurais. Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 2003. Disponível em: <http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/2360/1/TD_702.pdf>. Acesso em:05 set. 2015.

BRASIL CHANEL. Lazer em Luziânia-GO. 2013. Disponível em: <http://brasilchannel.com.br/municipios/mostrar_municipio.asp?nome=Luzi%E2nia&uf=GO&tipo=lazer>. Acesso em: 05 jun. 2016.

CORREA, M. J. C. **Percepción sobre las dinámicas rural-urbanas en el corregimiento de San Sebastián de Palmitas**. Colômbia, 2012. Disponível em: <http://www.bdigital.unal.edu.co/8244/1/percepcion_dinamicas_rural_urbanas_en_san_sebastian_de_palmitas.pdf>. Acesso em: 02 nov. 2015.

DELGADO, G. N. et al. Concepções de ruralidade e políticas públicas na América Latina e na Europa: análise comparativa de países selecionados. In: MIRANDA, C.; SILVA, H. (orgs). **Concepções da ruralidade contemporânea:** as singularidades brasileiras. Brasília: Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura, 2013. p. 149-412.

EMATER. Histórico do município. Documento de Trabalho. 2015.

FAVARETO, A, S. **Paradigma do Desenvolvimento Rural em Questão – Do agrário ao territorial.** Tese Universidade de São Paulo. São Paulo, 2006. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/90/90131/tde24042008113514/pt-br.php>. Acesso em: 05 set. 2015.

FAVARETO, A, S. **Um contraponto à tese da "argentinização" do desenvolvimento rural no Brasil.** 2014. Disponível em: <https://favaretoufabc.files.wordpress.com/2014/07/2014_favaretoprojetosetetesesversaoabril.pdf>. Acesso em: 06 set. 2015.

FAVARETO, A, S. **A educação nos marcos das transformações do rural contemporâneo**. 2014. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/es/v35n129/0101-7330-es-35-129-01137.pdf>. Acesso em: 10 set. 2015.

FUNDO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO DA EDUCAÇÃO. Programa Nacional de Alimentação Escolar. 2014. Disponível em: <http://www.fnde.gov.br/programas/alimentacao-escolar/alimentacao-escolar-apresentacao>. Acesso em: 01 jun. 2016.

GERHARDT, T. E. et al. Estrutura do projeto de pesquisa. In: GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. (Orgs). **Métodos de pesquisa**. Rio Grande do Sul: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2009. p. 65-88.

GOIÁS VERDE ALIMENTOS. Disponível em: <http://www.goiasverde.com.br/produtos.php>. Acesso em: 05 jun. 2016.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Cidades: histórico. 2014**.** Disponível: <http://www.cidades.ibge.gov.br/painel/historico.php?lang=&codmun=521250&search=goias|luziania|infograficos:-historico > Acesso em: 14 set. 2015.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Conceitos e definições da PNAD. 1991**.** Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/mapa_mercado_trabalho/notastecnicas.shtm>. Acesso em: 24 ago. 2015.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Revista brasileira de geografia. 1946. Disponível em: <http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/115/rbg_1946_v8_n3.pdf>. Acesso em: 05 mar. 2016.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Censo Agropecuário. 2006. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/mapa_mercado_trabalho/notastecnicas.shtm>. Acesso em: 24 ago. 2015.

INSTITUTO MAURO BORGES DE ESTATÍSTICAS E ESTUDOS SOCIOECONÔMICOS. Luziânia um município de contrastes. 2003. Disponível em: <http://www.imb.go.gov.br/pub/rank/2003/luzianiaC.htm>. Acesso em: 02 jun. 2016.

NEVES, J. L. Pesquisa qualitativa: características, usos e possibilidades. Caderno de pesquisa em Administração, São Paulo, v.1, p 1-5, 1996.

OLIVEIRA, M. F. **Metodologia científica**: um manual para a realização de pesquisas em administração. 2011. 73f. Dissertação (pós em Administração)- Universidade Federal de Catalão, Catalão, 2011.

Plein, C.; Filippi, E. E. Capitalismo, agricultura familiar e mercados. **Redes**, Santa Cruz do Sul,v.16, p. 98- 119, 2011.

RIBEIRO, E.M.; et al. Trabalho familiar e mercado local no alto Jequitinhonha, Minas Gerais. Congresso Brasileiro de Economia e Sociologia Rural, Lavras, v. 51, p. 1-18, 2003.

Sant'Ana, A. L.; Silva, F. C. da; Modenese, V. S. Sant'Ana, D. Z. Souza, G. S. Qualidade partilhada e relações de sociabilidade entre produtores familiares e consumidores no processo de comercialização direta, no noroeste paulista. In: Conterato, M. A.; Niederle ,P. A.; Triches, R. M.; Marques, F. C.; Schultz, G. (Orgs). **Mercados e agricultura familiar**: interfaces, conexões e conflitos. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2013. p. 133-154.

SCHNEIDER, S. Prefácio. In: CONTERATO, M. A.; NIERDELE, P. A.; TRICHES, R. M.; MARQUES, F. C.; SCHULTZ, G. (Orgs.). **Mercados e agricultura familiar**: interfaces, conexões e conflitos. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2013. p. 08-11.

SILVEIRA, D. T.; CÓRDOVA, F. P. Pesquisa científica. In: GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. (Orgs). **Métodos de pesquisa**. Rio Grande do Sul: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2009. p.31-43.

SINDICATO DOS TRABALHADORES NA AGRICULTURA FAMILIAR. Quem somos. 2013. Disponível em: <http://sintrafcuruca.blogspot.com.br/p/quem-somos.html>. Acesso em: 10 mar. 2016.

TRICHES, R. M.; SCHNEIDER, S. Alimentação, sistema agroalimentar e os consumidores: novas conexões para o desenvolvimento rural. **Revista Javeriana**, Bogotá, v.12, n. 75, 2015.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO. Programa de Aquisição de Alimentos. 2012. Disponível em: <http://www.mda.gov.br/sitemda/sites/sitemda/files/user_arquivos_64/CARTILHA_PAA_FINAL.pdf>. Acesso em: 01 jun. 2016

WANDERLEY, M. N, B. Raízes históricas do campesinato brasileiro. In: ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS, 20., 1996, Caxambu. **Anais...** Caxambu: 1996, p. 2-14.

WANDERLEY, M. N, B. A emergência de uma nova ruralidade nas sociedades modernas avançadas o “rural” como espaço singular e ator coletivo. **Estudos sociais agrícolas**, Rio de Janeiro, v.15. p.87-145,2000. Disponível em: <r1.ufrrj.br/esa/V2/ojs/index.php/esa/article/download/178/174>. Acesso em: 05 set. 2015.

WANDERLEY, M. N, B. O mundo rural brasileiro: acesso a bens e serviços e integração campo-cidade. **Estudos sociais agrícolas**, Rio de Janeiro,v.17.n.1, p. 60-85, 2009. Disponível em: <r1.ufrrj.br/esa/V2/ojs/index.php/esa/article/download/308/304>. Acesso em: 05 set. 2015.

WANDERLEY, M. N.B.; FAVARETO, A. A singularidade do rural brasileiro: implicações para as tipologias territoriais e a elaboração de políticas públicas. In: MIRANDA, C.; SILVA, H. (orgs.). **Concepções da ruralidade contemporânea:** as singularidades brasileiras. Brasília: Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura, 2013. p. 413-464.

APÊNDICES

APÊNDICE A: Entrevista com os produtores

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA – UnB
Faculdade de Agronomia e Medicina Veterinária – FAV
Gestão de Agronegócios (Noturno)
Orientadora: Mireya Eugênia Valencia
Título do trabalho: RELAÇÃO RURAL/URBANO NA CONSTRUÇÃO DE MERCADOS DA AGRICULTURA FAMILIAR

Meu nome é Taís Borges sou aluna da Universidade de Brasília, cursando Gestão de Agronegócios no período noturno. Venho através desta entrevista buscar informações para o meu trabalho de conclusão de curso, que trás o tema RELAÇÃO RURAL/URBANO NA CONSTRUÇÃO DE MERCADOS DA AGRICULTURA FAMILIAR, orientado pela professora Mireya Eugênia Valencia.

ROTEIRO DA ENTREVISTA: produtores rurais

Nome:
Idade:
Telefone:
Email:
Sexo: ( ) feminino ( ) masculino
Escolaridade:
Estado civil: ( ) solteiro ( ) casado ( ) união estável
Data:

1) Qual a sua relação com a cooperativa CAPRULUZ?

2) O que mudou com a sua filiação junto a cooperativa? Quais foram os benefícios?

3) Você possui assistência técnica da EMATER?

4) Você realiza ou já realizou o sistema de permuta com outros produtores? Como funciona?

5) Você participa da horta comunitária? Como funciona e quais são os benefícios?

6) Você se enquadra como pequeno ou médio produtor?

7) Quais os produtos que você produz?

8) Quais são os canais que você comercializa os seus produtos?

9) Você comercializa tudo que produz?

10) Quando não comercializa o que faz com o que sobrou?

11) Como você realiza o deslocamento das suas mercadorias para a comercialização?

12) Apesar da proximidade da cidade, você se considera morador da cidade ou do campo?

13) Você acredita que a proximidade com a cidade de Luziânia e Distrito Federal favorece a comercialização dos seus produtos? Por que?

APÊNDICE B: Entrevista para os representantes da cooperativa

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA – UnB
Faculdade de Agronomia e Medicina Veterinária – FAV
Gestão de Agronegócios (Noturno)
Orientadora: Mireya Eugênia Valencia
Título do trabalho: RELAÇÃO RURAL/URBANO NA CONSTRUÇÃO DE MERCADOS DA AGRICULTURA FAMILIAR

Meu nome é Taís Borges sou aluna da Universidade de Brasília, cursando Gestão de Agronegócios no período noturno. Venho através desta entrevista buscar informações para o meu trabalho de conclusão de curso, que trás como tema a RELAÇÃO RURAL/URBANO NA CONSTRUÇÃO DE MERCADOS DA AGRICULTURA FAMILIAR, orientado pela professora Mireya Eugênia Valencia.

ROTEIRO DA ENTREVISTA: cooperativa

Nome:
Idade:
Telefone:
Email:
Sexo: ( ) feminino ( ) masculino
Escolaridade:
Estado civil: ( ) solteiro ( ) casado ( ) união estável
Data:

1) O que é a CAPRULUZ?

2) Quando e como foi a sua fundação?

3) Como funciona a hierarquia da cooperativa?

4) Qual a vinculação com o Governo, a prefeitura e outras políticas?

5) Quais são os parceiros da cooperativa e qual as suas participações?

6) O que é preciso para ser um cooperado?

7) Quais são os benefícios de ser um cooperado?

8) Quantos cooperados estão registrados atualmente?

9) Qual é o maior objetivo da cooperativa?

10) Quais são as maiores dificuldades que a cooperativa enfrenta?

11) Como funciona a permuta?

12) Como funciona a lavoura comunitária e como é a divisão da produção?

13) Como funciona a comercialização dos produtos?

14) Você acredita que a proximidade com a cidade de Luziânia e Distrito Federal favorece a comercialização dos produtos? Por que?

ANEXOS

ANEXO A: Estufa de mudas

Veículo utilizado para fazer as entregas das mudas

ANEXO B: Horta de um dos entrevistados

ANEXO C: Lavoura comunitária

Lavoura de arroz

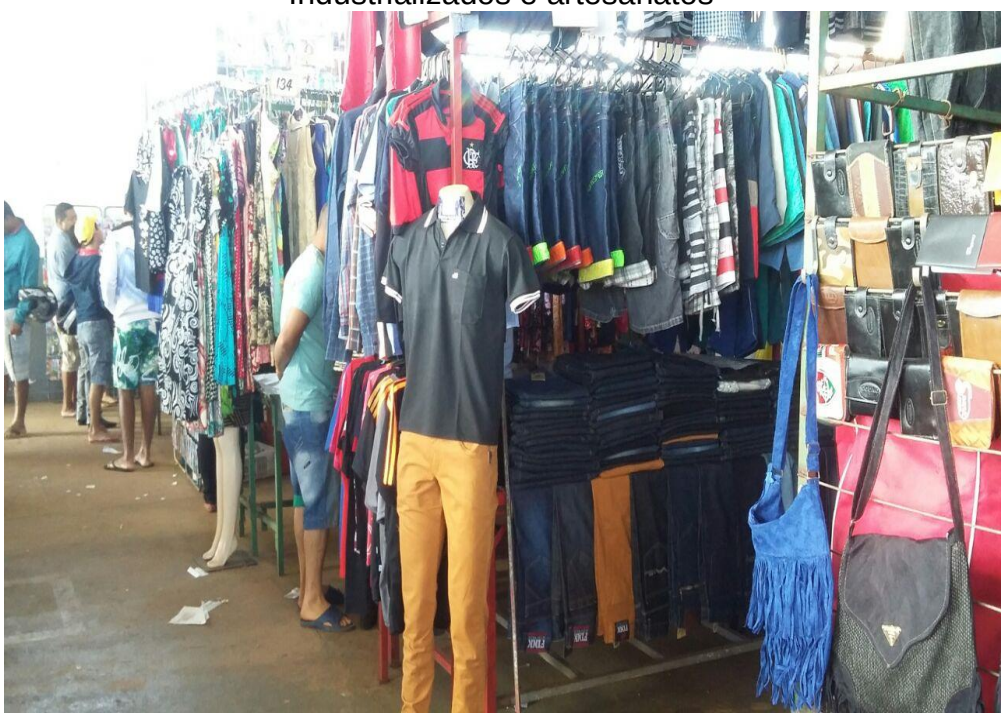
ANEXO D: Feira de Luziânia

Galpão do produtor

Galpão do produtor

Praça de alimentação

Industrializados e artesanatos



Estacionamento