

REDES E APRENDIZAGEM SOCIAL NA AGRICULTURA FAMILIAR: O CASO DA EXPOINTER/RS

César Augustus Winck¹, Luciana Maria Scarton², Valdecir José Zonin³ e Tania Nunes da Silva⁴

RESUMO: A EXPOINTER, realizada no município de Esteio/RS, é uma das maiores e mais tradicionais feiras do agronegócio brasileiro, e possibilita por meio do Pavilhão da Agricultura Familiar, que famílias agricultoras, pequenas agroindústrias e associações de produtores apresentem a diversificação de seus produtos. O objetivo do artigo é discutir a importância da agricultura familiar na Feira, abordando o tema sob a ótica da formação de redes e da aprendizagem social. Realizaram-se *in loco*, entrevistas dirigidas e aplicação de questionários estruturados a visitantes, expositores e organizadores do Pavilhão da Agricultura Familiar. Conclui-se que a EXPOINTER auxilia na consolidação das redes sociais da agricultura familiar.

PALAVRAS-CHAVE: Família rural. Cadeias produtivas. Aprendizagem social. Comercialização.

SOCIAL NETWORKS IN FAMILY FARMING: THE CASE OF EXPOINTER/RS

ABSTRACT: *Expointer*, held in the city of Esteio/RS, is one of the largest and most traditional Brazilian agribusiness fairs and, through the *Pavilhão da Agricultura* (Pavilion of Agriculture), it makes possible family farmers, small agro-industries and producer associations to show the diversification of their products. This paper aims to discuss the importance of family farming in the Fair, approaching the subject from the perspective of networking and social learning. In the spot, directed interviews and structured questionnaires were carried out with visitors, exhibitors and organizers of the *Pavilhão da Agricultura Familiar* (Pavilion of Family Farming). We conclude that *Expointer* helps to consolidate family farming social networks.

KEYWORDS: Rural Family. Supply chains. Social Learning. Commercialization.

1 Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Agronegócios (PPGAgronegócios/UFRGS) e Professor da UNOESC.

2 Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Agronegócios (PPGAgronegócios/UFRGS).

3 Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Agronegócios (PPGAgronegócios/UFRGS).

4 Professora Doutora do Programa de Pós-Graduação em Administração (PPGA/UFRGS).

1 INTRODUÇÃO

A agricultura familiar no Brasil está inserida em pequenas e médias propriedades rurais, garantindo emprego, renda e produção para milhares de famílias. Estas produzem para a subsistência e para comercialização, produtos que vão de gêneros alimentícios de primeira ordem como arroz, feijão, batata, bovinos, madeira, entre outros, até produtos elaborados como queijos, salames, vinhos, artesanato e produtos de lã e couro.

A inserção da agricultura familiar na EXPOINTER possibilita a divulgação da produção familiar, mostrando a todos os milhares de visitantes, a diversidade de produtos que são produzidos nos mais diversos recantos do Brasil, por famílias ou pequenas cooperativas e associações de produtores rurais.

A EXPOINTER é uma importante exposição agropecuária, de cunho nacional, recebe visitantes de todos os estados brasileiros e de diversos países do Mercosul, onde se expõem máquinas, equipamentos, animais de alta genética, produtos veterinários e agrícolas, e, fundamentalmente, onde se realizam negócios. No interior do Parque de Exposições Assis Brasil, o mundo do agronegócio ganha vida, empresas apresentam seus lançamentos, pecuaristas demonstram a genética apurada dos mais diversos tipos de animais, laboratórios lançam no mercado produtos de última geração e produtores rurais comparecem para fazer negócios, não importando se esses são pequenos, médios ou grande produtores. Portanto, a EXPOINTER reserva espaço para todos, da produção familiar à empresarial.

Inserido neste contexto, o Pavilhão da Agricultura Familiar possibilita ao visitante apreciar os mais diversos tipos de produtos de origem alimentar, tais como, linguiças, salames, queijos, vinhos, cachaças, sucos e pães, ou produtos de artesanato, como cuias, facas, produtos de lã e couro, bijuterias, enfeites para casa, entre outros.

A melhoria da aprendizagem social e organizacional entre os produtores constitui-se num dos principais atributos quando participam na condição de expositores da feira, além é claro, de este espaço permitir que os consumidores conheçam esta produção diversificada e sejam fidelizados pelos produtos ali comercializados.

2 REVISÃO DE LITERATURA

2.1 Agricultura Familiar

A discussão sobre a forma como a agricultura familiar tem exercido sua função social e as estratégias que tem utilizado, torna possível entender os processos que ocorrem na unidade de produção familiar. Nesse sentido, é preciso considerar as especificidades de cada região, os aspectos relacionados ao cultivo das suas áreas e compreender a relação familiar rural a partir das relações estabelecidas com o mercado. Desta forma, a agricultura familiar, com suas novas configurações social, vem sendo analisada sob diversos enfoques e perspectivas.

Pela Lei 11.326 de Julho de 2006, considera-se agricultor familiar e empreendedor familiar rural aquele que pratica atividades no meio rural; que não detenha, a qualquer título, área maior do que quatro módulos fiscais (medida em hectare definido por cada

município); que se utilize predominantemente mão de obra da própria família nas atividades econômicas do seu estabelecimento ou empreendimento; que possua renda familiar predominantemente originada de atividades econômicas vinculadas ao próprio estabelecimento ou empreendimento e que dirija seu estabelecimento ou empreendimento com sua família. Já para a Secretaria de Agricultura Familiar (SAF), a agricultura familiar, enquanto sujeito do desenvolvimento, é ainda um processo em consolidação, seu fortalecimento e valorização dependem de um conjunto de fatores econômicos, sociais, políticos e culturais que necessitam ser implementados de uma forma articulada por uma diversidade de atores e instrumentos (BRASIL, 2009).

Nesse sentido, Abramovay (1998) resume que a agricultura familiar é aquela em que a gestão, a propriedade e a maior parte do trabalho vêm de indivíduos que mantêm entre si laços de sangue ou de casamento. O autor considera que mesmo que esta definição não seja unânime e muitas vezes pouco operacional, ela é perfeitamente compreensível, já que a definição de agricultura familiar, para fins de atribuição de crédito, pode não ser exatamente a mesma daquela estabelecida com finalidades de quantificação estatística num estudo acadêmico como se observa na lei de 2006. O importante é que estes três atributos básicos - gestão, propriedade e trabalho familiares - estejam presentes em seu formato. Para Schneider e Niederle (2008), a inexistência de uma definição rigorosa e consensual sobre o estatuto conceitual da agricultura familiar não impede a generalização em torno da ideia de que o agricultor familiar é todo aquele sujeito que vive no meio rural e trabalha na agricultura juntamente com sua família. Desta forma, por meio dessas definições, revela-se assim, que a agricultura familiar é uma forma social reconhecida e legitimada (SCHNEIDER, 2003).

Porém, mesmo que o setor agropecuário familiar seja lembrado por sua maior importância nas funções de caráter social do que nas econômicas, devido à sua menor produtividade e incorporação tecnológica, é preciso destacar que a produção familiar possibilita a redução do êxodo rural, constitui-se em fonte de recursos para as famílias com menor renda e contribui expressivamente para a geração de riqueza no País (GUILHOTO et al., 2007). Portanto, pode-se afirmar que a agricultura familiar não é uma categoria social recente, ou seja, a utilização que lhe tem sido atribuída nos últimos anos assume uma postura diferenciada. Fala-se de uma agricultura familiar como um novo personagem, diferente do camponês tradicional, que teria assumido sua posição de produtor moderno (WANDERLEY, 1999), mesmo que pela definição por lei, os pequenos e médios ainda estejam fora da definição de agricultura familiar (IBGE, 2009).

Nesse sentido, é importante observar que o meio rural de hoje não é mais pensado como um bloco coeso, formado por uma única categoria social disseminada territorialmente. De acordo com Garcia (2003, p. 7), a representação do mundo agrícola, que ao longo do último século tendeu a reforçar a imagem de unicidade, “é hoje atravessada pela oposição dos agentes abarcados por categorias como ‘agricultura familiar’, ‘complexo agroindustrial’, ‘agricultura empresarial’, ‘agricultura tradicional’ e ‘agronegócio’”, legitimando e norteando o futuro das relações no mundo rural e das configurações cidade-campo.

Sendo assim, é de suma importância reconhecer que a agricultura familiar tem uma participação muito importante dentro do agronegócio e que avanços contribuem para o seu reconhecimento econômico e social e também a valorização das populações rurais para o

desenvolvimento do país, bem como superar visões preconceituosas que percebem o meio rural como um lugar do passado e do atraso. Também é preciso ressaltar que a utilização do termo “agronegócio familiar” neste artigo, considera a agricultura familiar como elemento do complexo maior da chamada economia do agronegócio, conferindo-lhe uma identidade econômica própria e que deve ser compreendida enquanto atividades das cadeias produtivas da agricultura familiar (GUILHOTO et al., 2007).

Observando na prática a importância deste setor na economia atual do país, de acordo com levantamento de 2006 feito pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o segmento da agropecuária emprega quase 75% da mão de obra no campo e é responsável pela segurança alimentar no país. Conforme o Censo, são mais de 4 milhões e 300 mil estabelecimentos de agricultura familiar no Brasil que representam cerca de 85% dos 5 milhões e 100 mil estabelecimentos agrícolas, ocupam mais de 24% da terra cultivada no país e respondem por quase 40% do valor total da produção, especialmente de produtos que garantem a segurança alimentar dos brasileiros, como milho, café, arroz, trigo, suínos, aves e bovinos (IBGE, 2009).

Assim, como Abramovay (1998) já colocava, a ideia de camponês foi superada com o surgimento da indústria e do progresso técnico e transformou-se em um agricultor (produtor) familiar moderno, integrado ao mercado, gerando produtos, possuindo alta produtividade e lucratividade. A prova disso está na participação da agricultura familiar na EXPOINTER/2009, onde o setor, que responde por 27% do Produto Interno Bruto (PIB) do Rio Grande do Sul, foi responsável por cerca de R\$ 230 milhões em negócios de tratores, máquinas e implementos agrícolas, sendo que este valor corresponde a 29% dos R\$ 795 milhões movimentados pelo setor de máquinas na Feira.

A agricultura familiar também se destacou pela venda direta de produtos nos 166 estandes de agroindústrias e 12 cozinhas no Pavilhão da Agricultura Familiar e somente no ano de 2009 a comercialização interna alcançou R\$ 1 milhão, segundo a Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural (EMATER) do Rio Grande do Sul. Este resultado apurado pela Emater-RS superou em R\$ 230 mil o resultado da EXPOINTER do ano anterior (R\$ 770 mil), retratando crescimento do setor (BRASIL, 2009).

Sendo assim, como afirma Wanderley (2000), a agricultura familiar foi oficialmente reconhecida como um ator social e passou a ser vista como campo de ação de uma agricultura alternativa ao “padrão moderno vigente”, que predominou na agricultura brasileira e que não contemplou a grande maioria dos produtores familiares, se afirmando assim, como uma categoria expressiva no meio rural brasileiro. Nesse sentido, pode-se entender que o avanço percebido tem perpassado por fortes relações com ambientes de aprendizagem social e ao mesmo tempo organizacional, os quais serão discutidos a seguir.

2.2 Aprendizagem

A aprendizagem pode ser entendida como a maneira que os seres humanos obtêm informações, conhecimentos, desde seu nascimento e no decorrer de sua vida, modificando seu comportamento, suas atitudes, sua forma de pensar.

Para Soto (2005), a aprendizagem influencia todos os seres vivos, permitindo ao homem se adaptar ao ambiente para sobreviver. Assim, a aprendizagem pode ser denominada como a aquisição de formas de comportamento que vão surgindo à medida que o organismo amadurece. Da mesma forma, o homem transforma o ambiente em que vive com o conhecimento adquirido. Nesse sentido, a aprendizagem traduz-se como a ocorrência de um processo. De acordo com o autor o processo de aprendizagem inclui: i) o amadurecimento ou desenvolvimento físico; ii) a experiência, tendo por base a interação: dinâmica, bidirecional, social, formadora do indivíduo, formadora de espécie, retenção e execução.

A aprendizagem ocorre em diferentes níveis: individual, grupal, organizacional. O conhecimento é resultado de um processo de aprendizagem construído a partir de experiências vividas, rotinas, competências, comportamentos, acesso a informações, culturas, prática, entre outros.

2.3 Aprendizagem Organizacional

As duas principais vertentes da teoria de aprendizagem são: a behaviorista que visa a estimular comportamentos para garantir sucesso na resolução de problemas, e a cognitivista que visa a explicar a aprendizagem de conceitos (BENFICA; BORGES, 1999).

A aprendizagem organizacional é tratada pela literatura de forma multidisciplinar, baseando-se em disciplinas diversas: Psicologia, Administração, Sociologia, Antropologia. Seu conceito é utilizado de formas distintas e algumas vezes contraditórias. Baseia-se no conhecimento e está atrelado a outros conceitos como criatividade, flexibilidade, habilidade, inovação, conduta.

Nesse sentido, a aprendizagem organizacional constitui-se como um processo que permite melhoria e desenvolvimento das ações das organizações por meio da aquisição e difusão de novos conhecimentos. Para Barbosa et al. (2003), *“é o elo construtivo entre organizações e pessoas, contribuindo para a melhoria do desempenho e da produtividade, bem como para as melhores condições de trabalho”*. Dessa forma, pode-se perceber que a aprendizagem organizacional é uma construção coletiva que une a aprendizagem de nível individual para o desenvolvimento do todo, ou seja, da organização.

Ainda, uma questão importante na aprendizagem das organizações é como ocorre a transmissão do aprendizado individual para o organizacional. Para Nonaka e Takeuchi (1997) esse processo ocorre por meio da “espiral do conhecimento”, onde ele é ampliado por meio de quatro formas de conversão:

1) Socialização: ocorre por meio da observação, imitação ou prática pela conversão de um conhecimento tácito em novo conhecimento tácito. Em geral ocorre no ambiente de trabalho, desenvolvendo ambiente de interação. Como não é explícito não pode influenciar a empresa como um todo;

2) Externalização: de um conhecimento tácito para um conhecimento explícito. Normalmente ocorre pelo uso de metáforas, conceitos, analogias, utilizadas em reflexões coletivas e diálogos, favorecendo a articulação do conhecimento tácito;

3) Combinação: de conhecimento explícito para explícito. É a combinação de vários conjuntos de conhecimentos explícitos, como documentos, textos, e-mails, entre outros, que quando disponibilizados podem levar a novos conhecimentos. Geralmente utilizado em ações formais de aprendizagem;

4) Internalização: de conhecimento explícito para conhecimento tácito. Ocorre quando um conhecimento novo é compartilhado com toda a organização e outros funcionários começam a reformulá-lo e internalizá-lo.

A aprendizagem organizacional permite que as organizações consigam acompanhar as rápidas transformações do ambiente na atualidade, sejam econômicas ou sociais. Cada vez mais a aprendizagem ganha espaço, difundindo-se pelas empresas e organizações. Essa abordagem reforça a importância de se pensar em gestão de competências, baseada em reflexões que privilegiem o coletivo (interação entre pessoas), o desenvolvimento contínuo (visão processual) e a ênfase em ações (práticas de trabalho) (KARAM; COSTA; FREITAS, 2010).

2.4 Aprendizagem Social

A aprendizagem social se insere nos aportes socioculturais das teorias da aprendizagem e diferentemente de aprendizagem organizacional, a aprendizagem social é adquirida por meio da análise da conduta de outro sujeito. Conforme Soto (2005), não se conhece os motivos que levam tanto os animais, quanto os seres humanos a imitar comportamentos, mas sem dúvida, isso pode ser observado. O autor afirma ainda que se não houvesse imitação, ninguém teria aprendido tudo que sabe, pois não haveria tempo suficiente para o desenvolvimento de todo o aprendizado adquirido ao longo da vida.

Na década de 1960, Albert Bandura realizou, com crianças, pesquisas que incidiam sobre a imitação e de acordo com Soto (2005), Bandura dedicou-se à pesquisa e à teorização sobre a aprendizagem social por observação. Em seus estudos afirmou que o comportamento de um observador modifica-se em consequência da exposição do comportamento de um modelo.

O aprendizado seria excessivamente trabalhoso, para não mencionar perigoso, se as pessoas dependessem somente dos efeitos de suas próprias ações para informá-las sobre o que fazer. Por sorte, a maior parte do comportamento humano é aprendido pela observação por meio da modelagem. Pela observação dos outros, uma pessoa forma uma ideia de como novos comportamentos são executados e, em ocasiões posteriores, esta informação codificada serve como um guia para a ação (BANDURA, 2000, p. 22).

Neste sentido, para Soto (2005), quatro processos podem ser destacados na aprendizagem social por observação. i) Atenção: o sujeito deve prestar atenção ao modelo e aos aspectos críticos do comportamento deste mesmo modelo; ii) Retenção: o comportamento do modelo necessita ser codificado ou simbolicamente representado e retido na memória do observador; iii) Reprodução motora: é responsável pela cópia fiel dos movimentos do modelo; iv) Processo motivacional: atua sob a forma de reforço da resposta aprendida.

Dessa forma, qualquer aprendizagem ou modificação de comportamento será bem sucedida quando se cria ou fortalece a crença do sujeito em sua eficácia pessoal. Melhor ainda, quando este pode contar com as capacidades necessárias e com motivação. Geralmente os ambientes de aprendizagem social fazem referência a alguma rede social - local de aprendizagem conjunta - em que todos os participantes estão envolvidos produzindo conhecimento entre eles.

Em um estudo de caso relacionado ao desenvolvimento territorial de duas regiões rurais, elaborado pela Universidade de São Paulo, tem-se um exemplo de aprendizagem social, no qual Beduschi Filho (2007) afirma:

As duas experiências de promoção do desenvolvimento em regiões rurais analisadas indicam que a participação dos atores em espaços deliberativos diversificados possibilita o surgimento de um processo de aprendizagem pela interação, que pode ser considerado o principal fator explicativo para as alterações comportamentais de atores e o surgimento de ações coletivas que engendram aquelas situações que caracterizam o desenvolvimento territorial (BEDUSCHI FILHO, 2007, p.12).

As ações desenvolvidas por diferentes atores sofrem uma expansão, à medida que imitam atitudes exemplares. Cada um dos membros do grupo atua na dinâmica deste com a sua presença e atuação. Essa dinâmica é criada quando diferentes pessoas interagem entre si em uma situação comum.

Beduschi Filho (2007) aponta essa integração coletiva como uma espécie de jogo, em que os participantes desenvolvem ações conjuntamente, utilizando-se das habilidades que possuem e que adquirem ao longo do tempo. Para esse autor, a busca dos objetivos em comum vai além dos interesses individuais, o que modifica a forma de agir e o sentido das ações realizadas e de possibilidades futuras de ação.

A aprendizagem social tem um importante papel na vida das pessoas e das organizações. É por meio da aprendizagem por observação, troca de conhecimentos, entre outros, que muitos conhecimentos se difundem e prosperam. As redes, cooperativas e associações são, sem dúvida, beneficiárias dessa ferramenta de conhecimento.

3 METODOLOGIA

A pesquisa foi realizada nos dias 31 de agosto a 02 de setembro de 2009, durante a realização da feira EXPOINTER 2009 e envolveu expositores, visitantes e organizadores.

Num dos espaços destinados à agricultura familiar na feira, o Pavilhão da Agricultura Familiar, 41 expositores foram escolhidos de forma aleatória, perfazendo 22% do total de participantes, onde foi aplicado um questionário com questões fechadas e abertas, não disfarçado, com 18 questões.

Por meio de uma amostra não probabilística por tráfego, foram entrevistados 150 visitantes da EXPOINTER em diferentes horários e locais. Esse tipo de pesquisa consiste em entrevistar pessoas que trafegam por determinado local em diferentes horas do dia e em diferentes dias da semana, como por exemplo, visitantes de uma exposição, como foi o caso da EXPOINTER (MATTAR, 2007).

Representando as entidades organizadoras do Pavilhão da Agricultura Familiar, foram entrevistados coordenadores da Federação dos Trabalhadores na Agricultura no Rio Grande do Sul (FETAG RS), Federação da agricultura Familiar (FETRAF) e da EMATER. O método utilizado foi o de entrevista em profundidade com roteiro. Esse é um método de obtenção não estruturada e direta de dados qualitativos onde as entrevistas ocorrem de forma individual e o entrevistador segue um esquema inicial (MALHOTRA, 2006). Os resultados da aplicação dos questionários foram processados pelo programa estatístico SPHINX LÉXICA, pacote estatístico para análise de resultados de entrevistas e estudos quantitativos e qualitativos (FREITAS, JANISSEK, MOSCAROLA, 2002).

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

A discussão dos resultados foi dividida em três partes: visitantes, expositores e entidades, além disso, apresenta-se o histórico da feira pela percepção dos atores envolvidos e aborda-se aspectos como a importância do Pavilhão da Agricultura Familiar e a qualidade dos produtos ali comercializados.

4.1 Visitantes

Das 150 entrevistas realizadas com visitantes da EXPOINTER/2009, identificou-se que 60,9% são homens e 39,1% são mulheres e as idades obtiveram uma variação predominante em pessoas com até 30 anos com 43,5%. Observou-se também que 43,5% dos entrevistados são da Região Metropolitana, porém, 39,1% têm origem do interior do Estado do Rio Grande Sul e que a maioria estava na feira com as finalidades principais de passear e obter conhecimentos, com 48,9% e 31,9%, respectivamente.

Quando questionados sobre a periodicidade de frequência na EXPOINTER, 39,1% responderam que visitam a feira todos os anos e 34,8% estavam visitando pela primeira vez. No Pavilhão da Agricultura familiar, 30,4% dos entrevistados visitam todos os anos, e 39,1% pela primeira vez. Também, 83,3% dos que foram pela primeira vez na EXPOINTER, foram no Pavilhão e 100% dos visitantes que sempre foram na feira, visitam com regularidade o Pavilhão.

Dos produtos que mais interessaram no pavilhão, o queijo e derivados representaram 20,8%, embutidos 17,7%, artesanato 13,8%, cachaça 13,1% e vinho 10%. Mas 51,8% desses visitantes efetuaram compras, sendo que a cachaça foi a mais comprada com 8,9%, em segundo lugar embutidos, vinho e artesanato com 7,1% e queijo e derivados com 5,4%. O que mais motivou essa compra foi a percepção de qualidade com 50% e em segundo lugar a percepção de tradição no sentido cultural e curiosidade sobre os produtos agroindustrializados, com 15% cada.

Quanto à percepção da importância do Pavilhão na feira, 26,5% consideram-no importante para a divulgação dos produtos da agricultura familiar, 37,7% como forma que os produtores têm para vender seus produtos.

4.2 Expositores

Dos expositores entrevistados, 7,2% pertencem à Região Metropolitana e 92,8% são do interior do estado. A EXPOINTER para esses produtores representa uma grande oportunidade de efetuar vendas e um meio de divulgação dos seus produtos, e isso pode ser observado também pela periodicidade de sua participação na feira ao longo do tempo.

Pela análise dos dados é possível constatar de forma geral que a maioria das agroindústrias entrevistadas já possuíam mais que dois anos de experiência em participação na EXPOINTER e que os efeitos da feira proporcionaram o seu retorno em anos seguintes, já que 29,3 % destas participaram de até duas feiras. O mesmo percentual foi obtido para as que participaram entre seis e oito edições.

Quando questionados sobre a importância de participar da EXPOINTER para comercialização e divulgação do produto, 65,9% acham muito importante, 29,3% importante e 4,9% pouco importante, porém, quando interrogadas sobre interesse em participação na edição do ano seguinte, 100% responderam que pretendem participar. O fato de 100% dos expositores terem respondido que querem voltar à feira no próximo ano, confirma o sucesso que tiveram em suas vendas e no processo de divulgação dos seus produtos. Referente a esse aspecto é possível ainda destacar a importância que tem a aprendizagem para a agricultura familiar.

O espaço na feira proporciona aos expositores a troca de experiências, melhoramento de seus produtos a partir de sugestões dos consumidores/visitantes, a convivência com as instituições de apoio que promovem cursos e capacitações aos produtores. Essa convivência com os demais vai além do interesse individual, ou seja, favorece o conjunto e mesmo os produtores que não estão diretamente engajados em associações ou grupos se beneficiam desse processo de aprendizagem. Constatou-se ainda que 73,2% dos expositores possuem marca registrada, porém destes 58,5% participam de algum grupo/ associação e 41,5% não participam.

Comprovando a realidade do Rio Grande do Sul, a venda dos produtos em feiras é considerada a principal fonte de renda para 36,6% dos entrevistados, e 63,4% não, porém, fica evidenciado desta forma a busca por fontes alternativas de renda. Dos que afirmaram que a principal fonte de renda não vem de feiras, 57,7% afirmam que a principal renda vem da venda em varejo dos seus produtos e 90,2% dos expositores participam de outras feiras de produtos da agricultura familiar.

Com relação à assistência técnica recebida pelos expositores, ficou constatado que 31,3% recebem auxílio da EMATER, 31,3 % recebem o auxílio técnico de associações, 17,9% recebem auxílio do Sindicato de seu município (alicerçados pela organização de âmbito estadual ligado à Fetag, Fetraf, entre outras organizações sindicais, sendo estas as formas mais representativas em termos de recebimento de apoio técnico e organizacional).

Ainda é relevante considerar na pesquisa realizada que em relação à quantidade de pessoas que residem na propriedade, 31,7 % dos feirantes entrevistados relatam que o número de pessoas que atuam estão entre quatro e cinco, 22,0 % entre sete e 10 e 19,5 % até três pessoas na família. A partir destes dados, constatou-se ainda que 43,9% das agroindústrias familiares entrevistadas, possuem de quatro a seis pessoas ocupadas na

produção (dos produtos comercializados), um estrato que representa um alto grau de ocupação de pessoas ocupadas no campo.

4.3 Percepção das Organizações envolvidas e avanços do espaço familiar na Feira

O ano de 2009 serviu de palco para a realização da 11ª EXPOINTER, uma feira significativa para o estado do RS, sobretudo para expor as potencialidades do agronegócio, seja pela comercialização direta da produção ou pela projeção nos mercados como consequência da Feira, onde a agricultura familiar está inserida.

4.4 História do espaço familiar na Feira

A 1ª Feira que contou com a participação de expositores familiares foi realizada em 1999, com a participação de apenas 30 agroindústrias familiares, que por falta de estrutura na época, ficaram abrigadas durante os dias da Feira, embaixo de uma estrutura simples coberta por lona preta, segundo a FETAG RS. Esse foi um marco importante pois significou a abertura por parte do governo do estado, de um espaço onde a agricultura familiar pudesse mostrar suas potencialidades e a importância na agricultura gaúcha e nacional.

No início houve muita resistência por parte dos organizadores. A FARSUL, por exemplo, considerava que quem estivesse ali, eram tão somente “os sem terra”. Não havia o reconhecimento de que esse espaço era do agricultor familiar organizado, com produtos qualificados para a Feira. Ainda segundo o dirigente da FETAG, a entidade se envolveu na “construção” desse espaço desde seu início, negociando com órgãos como o Ministério do Desenvolvimento Agrário - MDA, a Secretaria de Agricultura Pecuária e Abastecimento - SAA/RS, suas melhorias constantemente. Mesmo assim, para a EMATER, embora havendo olhar controverso, as pessoas (público que passava no Pavilhão) olhavam desde 1999 este espaço com bons olhos, devido ao apelo: produto colonial, artesanal.

Para a EMATER, o espaço nasce para fomentar um modelo de pequenas agroindústrias familiares, visando a oportunizar aos agricultores familiares, novas fontes de renda e vantagens econômicas, pela agregação de valor da produção. O início desse processo foi marcado com ações para mudar a legislação e o mercado, como licenciamentos ambientais e venda pelo bloco do produtor, ou seja, para ir resolvendo entraves comuns que inviabilizavam a expansão dos produtos da agricultura familiar e a própria criação desse mercado. Para o representante da EMATER, o estado entrou com apoio e custeio (embalagens, rótulos) e a busca de local fixo para expor esses produtos típicos (agricultura familiar) e a partir daí ocorreu a construção para se chegar até o que representa o Pavilhão Familiar da EXPOINTER na contemporaneidade.

Para a FETRAF SUL, foi a partir de 2003 e 2004 que esse espaço ganhou força e volume, com a construção do Pavilhão, fazendo com que pudesse avançar a cada ano. A incorporação de instituições governamentais, principalmente o MDA, pela injeção de recursos a cada ano, foi fortalecendo o espaço do Pavilhão da Agricultura Familiar na Feira e dando-lhe visibilidade.

Ainda para o dirigente da FETAG a evolução é percebida não apenas pelo interesse dos visitantes, mas pela procura cada vez maior dos próprios feirantes, por um espaço para divulgação e comercialização dos produtos dessa origem.

4.5 O significado do espaço do Pavilhão da Agricultura Familiar

Para o dirigente da FETAG RS este espaço constitui-se numa importante vitrine, que abre portas para mostrar o que há de melhor na organização familiar, em termos de agroindustrialização. Além de servir para organização dos mercados para a produção, a Feira se constitui numa vitrine cuja exposição e expositores conseguem alcançar projeções nacionais e internacionais, a exemplo das feiras da agricultura familiar que ocorrem em Brasília, São Paulo e Rio de Janeiro, todos os anos.

A Feira é, sobretudo, um espaço de aprendizado social para as agroindústrias, pois ao conviverem com o mercado demandante, conseguem entender a evolução que necessitam a fim de que seus produtos possam estar sempre atualizados em termos de enquadramento às normas vigentes, as quais regem a elaboração e comercialização destes produtos. Nesse sentido a feira passa a permitir inovação e requalificação constante.

Para a FETAG, a EXPOINTER, por meio do Pavilhão da Agricultura Familiar, torna-se ainda num espaço de troca de experiências exitosas no âmbito educacional, pois expõe visões sobre modelos de educação preconizados pelo movimento sindical e defendidos para o meio rural, como exemplo, as escolas de formação que adotam estratégias de pedagogias de alternância, onde os jovens, filhos de agricultores familiares, alternam aprendizado de nível médio, entre a teoria (na escola) e a prática (em suas propriedades).

Para aumentar os laços educacionais voltados para uma sucessão no meio rural. Ou seja, o jovem não pode aprender a desgostar do meio em que vive como uma cultura comum. Esse modelo educacional alternativo está representado por oito casas familiares rurais, que obtiveram em 2007 o reconhecimento oficial do Ministério da Educação (MEC), segundo o dirigente da Federação.

Quanto à organização dos espaços disponíveis dentro do Pavilhão, num total de 187 espaços a FETAG, movimento sindical com maior expressão no estado, participa com 120 agroindústrias familiares (maioria), oriundas das mais variadas regiões do estado que ocupam o Pavilhão. Os demais espaços liderados por representação de outras organizações sindicais como a FETRAF SUL e Movimento dos Pequenos Agricultores - MPA e o MST. Além de atenderem ao público expondo e comercializando a produção, essas exposições participam de rodadas de negociações, com redes de supermercados, redes hoteleiras, entre outros, adquirindo conhecimentos de mercado propriamente dito e adequando-se às exigências condicionadas por esses mercados, gerando dessa forma um importante momento de aprendizagem, além da expansão do mercado de seus produtos propriamente dito.

O objetivo desse espaço, segundo a EMATER, não é apenas vender, mas sim, mostrar, conversar com os visitantes, promover atividades culturais dentro do espaço, enfim, busca-se formar a opinião da comunidade para esse tipo de produto. O espaço é um local diferenciado, reconhecido e preserva uma lógica de mercado incomum.

4.6 A evolução da qualidade nos produtos comercializados

Para o dirigente da FETAG, todos os expositores, das diferentes modalidades e produtos (agroindústria, artesanato, produtos da cozinha) no Pavilhão, atendem no mínimo a uma das seguintes exigências sanitárias: Sistema de Inspeção Federal - SIF ou Sistema de Inspeção estadual - SISPOA/RS ou Sistema de Inspeção Municipal - SIM. Dessa forma, os produtos passam a obter maior aceitação por parte dos consumidores, que além de examinar essas condições optam pela compra desses produtos pelas razões sociais intrínsecas a esse mercado.

Já o dirigente da FETRAF SUL observa alguns importantes diferenciais em relação às questões sanitárias e aos tipos de inspeção citados. Um diferencial constatado é que as agroindústrias que possuem o SIM, conseguem comercializar sua produção no mercado mais local, podem participar dos mercados criados pelo Programa Nacional de Aquisição de Alimentos do Governo Federal - PAA, além de atender as demandas para merenda escolar, mesmo assim, um mercado mais restrito. Os que possuem outros tipos de inspeção como SISPOA e SIF conseguem atingir mercados mais abrangentes, expandindo mais seus negócios, nestes casos para esferas estaduais e nacionais respectivamente.

Seguindo essa visão, o dirigente da FETRAF SUL aponta que atualmente nos sistemas SIF e SISPOA o privilégio é das grandes agroindústrias, e que a arbitrariedade desses sistemas chega ao fechamento de estabelecimentos que trabalham com lógicas diferenciadas em termos de concepção de inspeção sanitária. Como exemplo cita o fechamento da cooperativa Terra Viva, em SC. Para ele, a legislação nacional liderada pelo Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento - MAPA, ainda trata a pequena agroindústria familiar da mesma forma que trata a grande unidade agroindustrial, o que se traduz num equívoco. O fato é que falta aporte técnico, para atender a diversidade das exigências das agroindústrias no país. Por outro lado a descontinuidade de algumas políticas como o programa SABOR GAÚCHO, acabam condicionando o progresso das pequenas agroindústrias familiares.

4.7 Organização Cooperativa e Associativa

Para o dirigente, a Federação buscou, a partir de uma necessidade emergente nessa feira, organizar uma associação estadual de agroindústrias familiares, para que elas pudessem buscar outros espaços de mercado, além da própria EXPOINTER. Nesse sentido, a associação fundada em 2008 transformou-se numa cooperativa de agroindústrias familiares, com 37 associados. A cooperativa possui gestão própria, atua de forma autônoma, mas apoiada politicamente pela FETAG, constituindo-se, segundo a EMATER, na primeira cooperativa estadual de agroindústrias familiares do RS. Busca seus próprios espaços de comercialização e ao mesmo tempo a organização serve como ferramenta para pautas coletivas da cooperativa, junto aos governos, à legislação etc.

A exemplo dessa organização, a cooperativa já participa dos espaços de comercialização nos balcões da Companhia Estadual de Abastecimento - CEASA, localizada em Porto Alegre-RS. Uma conquista, segundo o dirigente da FETAG, obtida junto ao governo do estado. Dessa forma a CEASA oferece o espaço de 10 pedras (espaços delimitados) às agroindústrias venderem sua produção e assim a cooperativa assume caráter estadual.

Assim esta cooperativa, chamada de Cooperagroarte, responde a uma dinâmica de associativismo / cooperativismo, conseguindo promover a venda da produção (coletiva) em forma de rede, apoiada por organização sindical, que auxilia nos processos negociais junto às instituições governamentais, responsáveis pela criação e execução de leis e normas sanitárias que regem o tema.

A EXPOINTER, na visão dos entrevistados, abriu portas para outros espaços de mercado e criação de identidade. Neste âmbito há expositores que se preparam somente para atender feiras como: EXPOINTER, EXPODIRETO, EXPOAGRO, FENAVINHO, AGROSHOW e outras feiras nacionais. Estas feiras vendem anualmente em torno de R\$ 4 milhões com produtos da agricultura familiar do RS. Expande-se por tanto os mercados desses tipos de produtos, indo ao encontro das novas demandas emergentes dos próprios consumidores, que elegeram o Pavilhão da Agricultura Familiar como o mais visitado da EXPOINTER, na busca de produtos com mais diversidade, saudáveis, típicos e que promovam o desenvolvimento local/regional.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

É possível perceber o avanço tanto da compreensão da importância da agricultura familiar de uma forma geral, quanto pela importância do espaço ocupado (Pavilhão da Agricultura Familiar) na EXPOINTER por esta categoria. As duas percepções denotam um reconhecimento explícito desta forma de atuação junto à sociedade.

A partir dos questionários aplicados na EXPOINTER é possível comprovar que os produtos da agricultura familiar são bem vistos, são consumidos, e despertam cada vez mais o interesse dos consumidores. A geração de renda aumenta nas famílias inseridas no contexto da agricultura familiar, e mostra que há diferentes caminhos para o desenvolvimento de suas agroindústrias. As tentativas contínuas das famílias de maior inserção no mercado, corroboradas pelo processo de aprendizagem conjunta e do apoio de instituições como EMATER, FETAG, entre outras, melhora a qualidade de vida dessas famílias, ampliando as possibilidades dos pequenos produtores buscarem seu sustento, sua sobrevivência e a permanência no campo.

Ainda do ponto de vista dos visitantes identificou-se que os homens (60,9%) constituem a maior parte dos visitantes no Pavilhão contra 39,1% das visitas realizadas pelo público feminino. Observou-se também que 43,5% dos entrevistados visitantes, constituíam-se por público advindo da Região Metropolitana, porém, 39,1% têm origem do interior do Estado do Rio Grande Sul, o que denota um vínculo significativo da própria EXPOINTER com o público interiorano e de certa forma com o próprio agronegócio de forma geral.

Do ponto de vista dos expositores, 29,3 % destes participaram de até duas feiras, o mesmo percentual foi obtido para os que participam entre seis e oito edições, comprovando dessa forma a aquisição de experiência e um processo já dinamizado quanto à aprendizagem social obtida neste processo, que leva em conta a produção e comercialização de produtos de origem familiar na feira, já que 65,9% dos feirantes entrevistados acham muito importante a participação no evento, visando a expansão do comércio e atingir os mercados almejados.

A evolução na construção desse espaço pode ser percebida pelos avanços obtidos em relação às questões sanitárias (ninguém comercializa seus produtos sem inspeção sanitária), perpassando pelo atendimento da legislação fiscal e ambiental, até os reflexos econômicos verificados nas agroindústrias de forma geral, traduzidos em forma de renda e estratégia de ampliação futura de suas próprias unidades de produção. No entanto, essas constatações são corroboradas principalmente pelo fato de que há um importante reconhecimento deste espaço pelo público visitante (quali e quanti em relação aos produtos), demonstrado nos resultados da aplicação dos questionários e entrevistas dirigidas ao público.

A existência de organização dos agricultores familiares lhes permite conquistar os avanços registrados e é a demonstração de que com os estímulos adequados torna-se possível construir alternativas que contribuam para o conjunto da sociedade, seja em termos de agregação de valor ou de formas de transferência de rendas com alta relevância social e potencial de desenvolvimento.

Percebe-se que a forma de trabalho dos agricultores familiares, envolvendo-se em associações e cooperativas, buscando a consolidação de suas redes sociais e a efetiva aprendizagem organizacional e social observada durante a pesquisa, demonstra-se a integração em rede entre todos os atores envolvidos.

Por fim, a EXPOINTER representa um espaço que possibilita, por meio do Pavilhão da Agricultura Familiar, demonstrar a riqueza produzida pela agricultura familiar, reconhecida pelo público visitante, uma vez que este foi o espaço mais visitado da Feira, e a sua importância na participação das cadeias produtivas agroalimentares, inserindo-se positivamente no contexto mais amplo do agronegócio gaúcho.

REFERÊNCIAS

ABRAMOVAY, Ricardo. **O futuro das regiões rurais**. Porto Alegre: UFRGS, 2003.

_____. **Paradigmas do capitalismo agrário em questão**. 2. ed. São Paulo: HUCITEC; Campinas: UNICAMP, 1998.

BANDURA, Albert. *Social Learning Theory*. (1977) In: WOOLFOLK, Anita E. **Psicologia da educação**. Porto Alegre: Artes Médicas Sul, 2000.

BARBOSA, D. M. C. et al. A. **A aprendizagem organizacional otimizando resultados do tribunal de contas da União**. PUC - Paraná. Pós-Graduação em Gestão Estratégica do Conhecimento e Inteligência Empresarial. 2003

BEDUSCHI FILHO, Luiz Carlos. Participação e aprendizagem social em processos de desenvolvimento territorial rural: evidências de dois estudos de caso no Brasil. **Revista Econômica do Nordeste**, Fortaleza, v. 38, n. 2, abr./jun. 2007

BEMFICA, Juliana do Couto; BORGES, Mônica E. N. Aprendizagem organizacional e informação. **Revista Ciência da Informação**, Brasília, v. 28, n. 03, p. 233-240, set./dez. 1999.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento Agrário. Disponível em: <www.mda.gov.br>. Acessado em: out.2009.

FREITAS, H. ; JANISSEK, R.; MOSCAROLA, J. **Pesquisa Interativa**: novas tecnologias para a coleta e análise de dados usando o Sphinx. Porto Alegre: Universitária, 2002. p. 384.

GARCIA, Afrânio. A sociologia rural no Brasil: entre escravos do passado e parceiros do futuro. **Sociologias [online]**, Porto Alegre. n. 10, 2003, p. 154-189. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/soc/n10/18718.pdf>>. Acesso em 02 jun. 2009.

GUILHOTO Joaquim et al. **PIB da Agricultura familiar**: Brasil-Estados. Brasília: MDA, 2007.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo Agropecuário 2006**. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=1466&idpagina=1>. Acesso em: out. 2009.

KARAM, Marisa Estela. COSTA, Isabel de Sá Affonso da. FREITAS, Jorge Augusto de Sá Brito e. Competências e aprendizagem organizacional: conceitos em busca de maior integração. **REUNA**, Belo Horizonte, v.15, n.3, p. 27-42, Set. - Dez. 2010.

MALHOTRA, Naresh. **Pesquisa de marketing**: uma orientação aplicada. Porto Alegre: Bookman, 2006.

MATTAR, Fauze N. **Pesquisa em marketing**. São Paulo: Atlas, 2007.

NONAKA, Ikujiro; TAKEUCHI, Hirotaka. **Criação do conhecimento na empresa**. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

SCHNEIDER, Sergio. **A pluriatividade na agricultura familiar**. Porto Alegre: UFRGS, 2003.

SCHNEIDER, S.; NIEDERLE, P. A. **Agricultura familiar e teoria social: a diversidade das formas familiares na agricultura**. In: FALEIRO, F. G. ; FARIAS NETO, A. L. (Ed.). Savanas: desafios e estratégias para o equilíbrio entre sociedade, agronegócio e recursos naturais. Planaltina, D. F., Embrapa Cerrados, 2008, p. 989-1014.

SOTO, Eduardo. **Comportamento organizacional**: o impacto das emoções. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.

TEDESCO, João Carlos (Org.). **Agricultura familiar**: realidades e perspectivas. 3. ed. Passo Fundo: EDIUPF, 2001.

WANDERLEY, Maria de Nazareth Baudel. Raízes Históricas do Campesinato Brasileiro. In TEDESCO, João Carlos (org.). **Agricultura Familiar Realidades e Perspectivas**. 2º ed. Passo Fundo: EDIUPF, 1999. Cap.1, p. 21-55.

_____. A valorização da agricultura familiar e a reivindicação da ruralidade no Brasil. In.: ENCONTRO BRASILEIRO DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL, 38., 2000, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: SOBER, 2000, 1 CD-ROM.