

A ATIVIDADE OLERÍCOLA EM ITABAIANA-SERGIPE

Luiz Carlos Sousa Silva

Universidade federal de Sergipe - UFS

lsousasilva@uol.com.br

INTRODUÇÃO

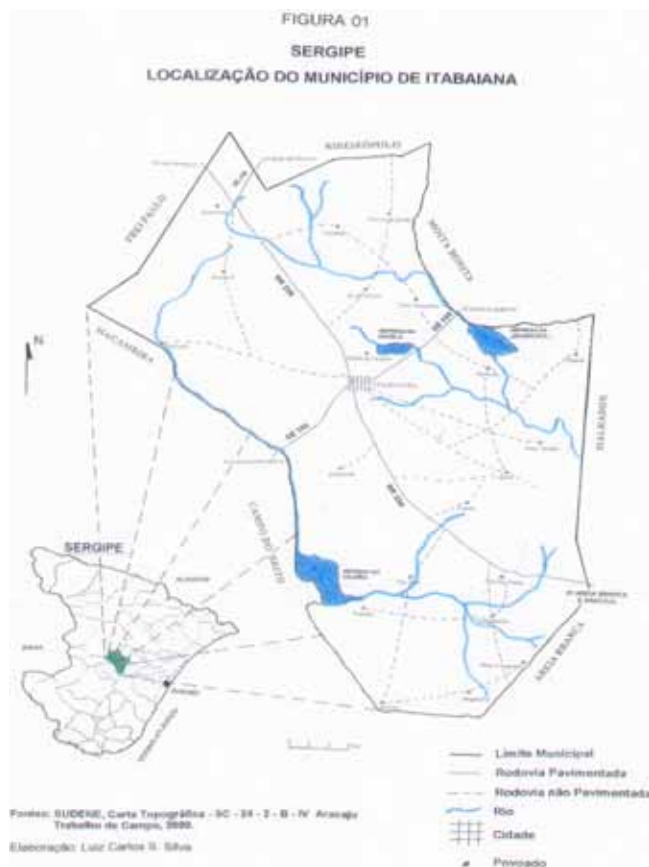
O presente estudo procura analisar a unidade de produção familiar voltada para olericultura em Itabaiana, município que está inserido no Território do Agreste Central Sergipano e localizado na área central do Estado de Sergipe. (Figura 01)

A agricultura se constitui numa das principais atividades econômicas de Itabaiana, sendo praticada em pequenas propriedades, oferecendo uma grande diversidade de produtos como mandioca, batata-doce, frutas e hortícolas, além da criação de gado bovino. Em Sergipe, apresenta-se como um dos municípios de economia mais dinâmica. As atividades do comércio são responsáveis pelo abastecimento da maioria dos municípios circunvizinhos, sobretudo do varejista com a presença de uma das maiores feiras do Estado.

No comércio atacadista destacam-se os produtos agrícolas, sendo cada vez mais intenso, dinamizando a vida econômica da cidade. Essa atividade contribui para incrementar os serviços de transporte de cargas, que ganharam força no município e nos vizinhos, a exemplo de Campo do Brito, Malhador, Ribeirópolis e Moita Bonita.

Segundo o IBGE, em 1991, cerca de 31,75% da população economicamente ativa de Itabaiana estava ocupada nas atividades do setor primário da economia, 14,25% na secundária, 51,35% nas atividades terciárias e 2,63% em administrações públicas.

O setor terciário é o que mais vem crescendo nos últimos anos, demonstrando a expansão do comércio que contribui para a formação de uma classe média urbana, de relativo poder aquisitivo, se comparado aos padrões da distribuição de renda no Estado de Sergipe.



A escolha do município de Itabaiana para estudo decorreu da importante participação que o mesmo tem na economia agrícola de Sergipe, representada, principalmente, pela olericultura, praticada em áreas de perímetros irrigados e de sequeiro.

Com um território de 338,40Km², o município de Itabaiana apresentava no ano de 2000, uma população de 76.682 habitantes, estando entre os dez municípios mais populosos do Estado. Deste total, 55.447 residem na zona urbana, enquanto 21.235 vivem na zona rural, sendo sua densidade demográfica de 226,60 habitantes por quilômetro quadrado.

A sede do município de Itabaiana está situada a 188,00 metros acima do nível do mar. O município está posicionado na área central do Estado, em pleno centro geodésico e faz limites com Frei Paulo, Ribeirópolis e Moita Bonita ao norte; Campo do Brito e Areia Branca ao sul; Campo do Brito e Macambira a oeste e a leste com os municípios de Malhador e Areia Branca.

Distante cerca de 56,0 quilômetros da capital, Itabaiana apresenta posição geográfica privilegiada, por estar em uma área de transição entre o litoral e o sertão sergipano, o que contribui para torná-lo uma referência no agreste do Estado.

O município de Itabaiana apresenta condições favoráveis ao desenvolvimento da atividade olericultora. A presença do Domo de Itabaiana contribuiu para formação de solos férteis de origem vulcânica, tornando suas terras favoráveis à prática de cultivos. As várias nascentes e olhos d'água que descem das encostas do Domo fazem surgir diversos córregos, assim como os vários rios que banham o município e que são também barrados artificialmente para a prática da irrigação, proporcionando condições ideais para se produzir olerícolas.

Com a expansão das áreas urbanas e, conseqüentemente, dos seus mercados, vem se tornando, cada vez mais intenso, principalmente, na periferia das grandes cidades, a formação de cinturões verdes, constituídos de pequenos produtores dedicados ao cultivo de produtos olerícolas. Portanto, próximo ao mercado consumidor desenvolve-se um tipo de agricultura especializada, cuja finalidade é abastecer a população urbana de produtos da olericultura e de frutas frescas, que exigem transporte rápido e de baixo custo por se tratar, em geral, de produtos facilmente perecíveis.

A OLERICULTURA - *"que cuida especificamente da cultura das plantas oleráceas ou hortaliças"*, (FEPLAN, 1977: 9,) cada vez mais, ganha importância e significado, por serem ricas em certos elementos nutritivos como sais minerais, fibras e vitaminas que devem estar presentes na alimentação diária, além de servirem como matérias-primas para indústrias alimentícias, de cosméticos e para a medicina natural.

Em geral, são produtos de alta perecibilidade e de ciclo rápido de maturação. Essa alta perecibilidade torna os vegetais vulneráveis, isto é, com um tempo reduzido para manter a integridade de suas qualidades. Sensíveis ao transporte, à conservação em ambiente natural são, por excelência, alimentos para consumo in natura. Isto não subtrai, porém, os processos de conservação frigorífica e por meio de técnicas de imersão em recipientes que contêm substâncias com propriedades preservativas.

Existem diferentes formas de classificação dos olerícolas levando-se em consideração as partes utilizadas ou a finalidade da mesma. De acordo com a FEPLAN, 1977, a classificação mais usual é a que se baseia no agrupamento de produtos de acordo com a parte vegetal utilizada economicamente. Segundo esta classificação, existem três grupos de olerícolas:

1- Olerícolas folhosos - que também possuem flor ou haste como agrião, alface, couve-flor, espinafre, dentre outros;

2- Olerícolas de frutos - abóbora, beringela, chuchu, pepino, pimenta, tomate, dentre outros;

3- Olerícolas de raiz, bulbo, tubérculo ou rizoma - alho, batata-doce, beterraba, cenoura, nabo, gengibre, além de outros.

WERNER e BRAUN, (1983: 20), distinguem dois ramos da produção olerícola. O primeiro é representado pela produção dos cinturões verdes; o segundo, pela produção dos grandes produtos de exportação, como batata-inglesa, o tomate e a cebola. O município de Itabaiana se enquadra no primeiro caso. A produção agrícola anual destina-se essencialmente às feiras e supermercados de todo Estado de Sergipe, além de fornecer alguns produtos para outros Estados como Bahia, Alagoas, Pernambuco, Paraíba e até mesmo São Paulo, Rio de Janeiro e Rio Grande do Sul.

Em Itabaiana, o Estado implantou os Perímetros Irrigados, projetos que buscavam a utilização das águas do Açude da Macela e das barragens do Jacarecica I e Ribeira. Esses projetos foram concebidos com o propósito de aumentar a oferta de alimentos, criando assim, um fortalecimento seletivo de espaço e de culturas, melhorando a qualidade de vida do pequeno produtor olerícola.

Entretanto, para entender o elenco de mudanças modernizadoras resultante da construção dos perímetros irrigados deve-se considerar a introdução de novas culturas. Isto implica na adoção de novas técnicas, gastos com a aquisição de insumos industriais e, principalmente, mudanças no comportamento e na cultura dos produtores do município, uma vez que, as relações com o mercado passaram a ser mais constantes e participativas.

A olericultura em Sergipe nos últimos anos vem alcançando aumento na produção, contribuindo assim para o equilíbrio da oferta e demanda no mercado interno, sendo Itabaiana um dos principais municípios produtores. Esse aumento na produção, também, é decorrente do contínuo processo de esfacelamento da terra que vem ocorrendo no município.

Por meio de estudos desta natureza, acredita-se poder contribuir para o conhecimento da realidade evidenciada pelos atores da produção familiar, possibilitando identificar falhas e injustiças impostas pelo sistema capitalista, apontando caminhos que minimizem as desigualdades e levem à justiça social

ALCANCE DA OLERICULTURA DE ITABAIANA

O processo de comercialização agrícola tem início quando o produtor repassa para outra pessoa, comerciante ou não, o direito a propriedade dos produtos resultantes da atividade produtiva. Essa transferência ocorre através da troca desses produtos por outros ou por dinheiro e pode ser feita no próprio estabelecimento, num mercado, numa feira-livre, através de leilões públicos, em cooperativas ou até mesmo em bolsas de mercadorias. Segundo STEELE, o sistema de comercialização,

cria um fluxo organizado de bens e serviços. Tem ele início nos distantes e dispersos locais de produção e término nos também dispersos pontos de consumo. Tal fluxo conduz à reunião de bens e serviços, nos centros de concentração, e sua transferência para os centros de distribuição a partir dos quais são os mesmos levados ao consumidor final nas condições de tempo, lugar, forma e quantidade por ele desejadas. (1971: 24)

Inseridas nesse processo estão as atividades agrícolas que contribuem para o abastecimento das populações dos centros urbanos, fortalecimento das relações campo-cidade, além de produzirem matérias-primas para indústrias.

Como um ramo das atividades agrícolas, a olericultura tem, desde as suas raízes, o objetivo de abastecer, de forma comercial as populações, notadamente, aquelas residentes nos centros urbanos. Apresentam um caráter essencialmente mercantil, cujo desenvolvimento relaciona-se, em grande parte, às condições de inserção da produção no mercado, podendo

ser efetuada através de diferentes formas e canais de comercialização. O nível de perecibilidade dos produtos, aliado a necessidade de obtenção de capital de giro para ser reinvestido na lavoura, faz com que o processo de comercialização seja rápido.

Um dos problemas enfrentados pelo olericultor de Itabaiana é a comercialização dos seus produtos. PRATES e CORRÊA afirmam que os produtos olerícolas,

por serem altamente perecíveis e mais vulneráveis às oscilações de preço no mercado, criam uma situação de insegurança, levando os produtores, muitas vezes a grandes perdas. (1987: 42)

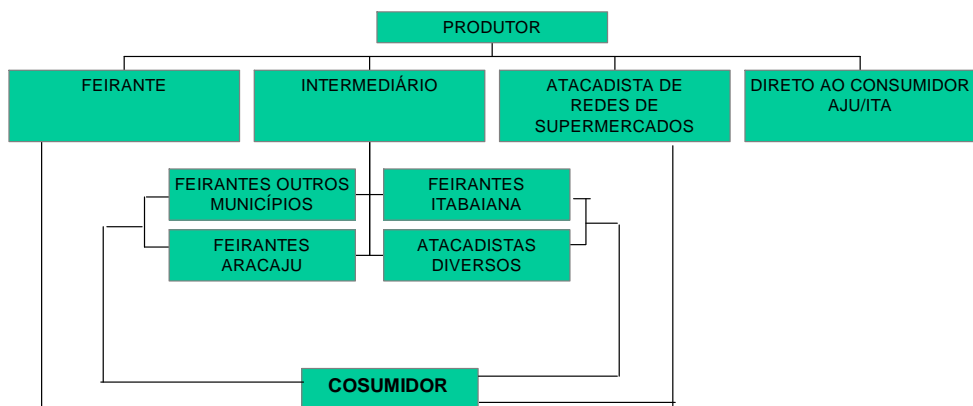
Nesse sentido, WERNER e BRAUN, afirmam que:

No Brasil de maneira geral, o sistema de comercialização de produtos hortícolas é altamente ineficiente, resultando em excessiva diferença de preço entre o que paga o consumidor e o que recebe o produtor. O excedente econômico gerado pela atividade é apropriado pelo setor secundário e, principalmente terciário, sem benefício ao produtor, que é obrigado a recorrer a capital externo para seguir produzindo. O mercado atacadista tende a não permitir a participação do produtor, tanto por sua infra-estrutura física inadequada quanto pela falta de informação ao produtor. (1983: 3-4)

Em Itabaiana, os canais de comercialização apresentam várias dimensões, criando um circuito com perfil descentralizador em que as figuras do intermediário e do feirante são responsáveis por um maior espraiamento da atividade. (Gráfico 03)

O produtor olerícola, além da opção de vender diretamente ao consumidor, seja no próprio estabelecimento ou no mercado atacadista de Itabaiana, também comercializa com feirantes de diversos municípios do Estado de Sergipe. A comercialização também é feita com várias redes de supermercados que atuam na capital e em algumas cidades do interior e, principalmente, com os intermediários que, na maioria das vezes, se constituem nos principais disseminadores dos produtos.

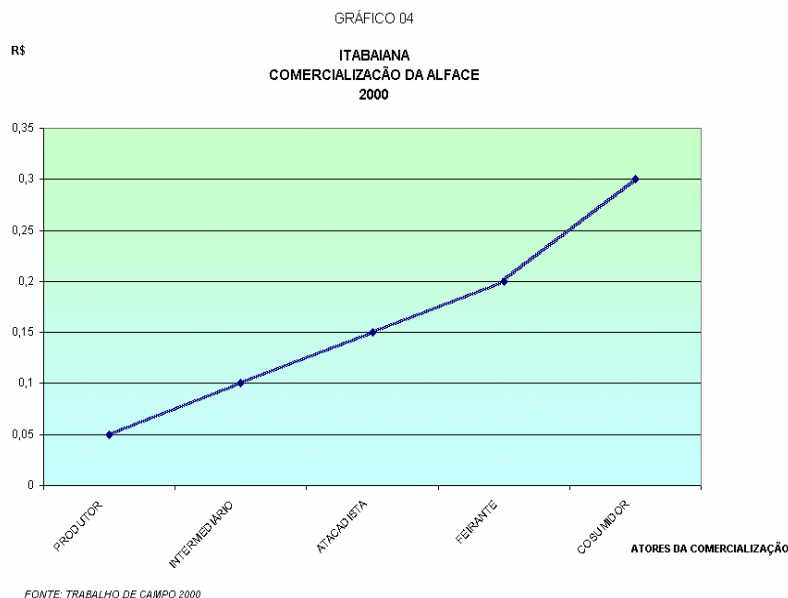
GRÁFICO 03
ITABAIANA
CIRCUITO DE COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS
OLERÍCOLAS
2000



FONTE: TRABALHO DE CAMPO, 2000

A atuação mais forte do intermediário na comercialização ocorre em função da sua disponibilidade em promover negócios, visto que o produtor passa a maior parte do seu tempo no cultivo da lavoura. Assim, o intermediário assume a função de repassador dos produtos olerícolas para uma quantidade maior de pessoas na atividade, com destaque para os feirantes de Aracaju e Itabaiana. Segundo estimativas do escritório da EMDAGRO em Itabaiana, em 1999, semanalmente foram comercializados, pelos intermediários, uma média de 250 toneladas de produtos olerícolas para estes dois municípios.

No sistema de comercialização olerícola de Itabaiana, o intermediário é seu principal agente. Todavia, os produtores que atuam junto a esses profissionais têm apresentado alguma insatisfação, principalmente no tocante às formas de atuação no mercado, deixando-os sempre a margem do processo e da composição dos preços dos produtos. A variação de preços de alguns produtos olerícolas entre o produtor e o consumidor final atinge até 350,0%. Isso devido não só aos custos com transporte e mão-de-obra, mas principalmente, a intermediação que se estabelece entre ambos. Um exemplo disto é a comercialização da alface que, no verão, custa para o produtor R\$ 0.05 o pé, no estabelecimento, e para o consumidor final na feira-livre ou supermercado, atinge R\$ 0.35. (Gráfico 04)



A dependência dos olericultores ao processo de intermediação, no tocante ao escoamento da produção e ao acesso as informações referentes a preços, também gera uma expectativa de incerteza e insegurança com relação à comercialização da produção. Normalmente são os intermediários que ditam os preços das mercadorias. Em Itabaiana, 77,2% dos olericultores entrevistados informaram que tomam conhecimento dos preços dos produtos, através dos intermediários, apenas no momento da comercialização.

A falta de uma política de preços mínimos para os produtos olerícolas, condiciona cada vez mais a dependência do produtor ao intermediário, que cria, de forma individual, as regras de comercialização frustrando até as expectativas dos produtores, inferiorizando a qualidade de alguns produtos, baseado sobretudo em fatores que o produtor desconhece. Para MARQUES e AGUIAR

O preço que se consegue por um produto ao nível do consumidor, num mercado competitivo, reflete a satisfação que este espera conseguir através do consumo daquele produto. Ele também significa o nível de equilíbrio onde o máximo que os consumidores estão dispostos a pagar coincide com o mínimo que os produtores concordam em receber pela produção daquela quantidade de produto. Alcançar esse ponto de equilíbrio não é algo tão simples. (1993: 63)

Essas vantagens comparativas entre os agentes da comercialização acontecem, principalmente, no período de entre-safra de alguns produtos agrícolas. Para o produtor que faz uso do processo de irrigação essas vantagens são ainda maiores, pois seus produtos são cultivados o ano inteiro.

Como qualquer outro produto agrícola, os olerícolas têm sua oferta também condicionada aos fenômenos climáticos, visto que as alterações ambientais implicam no desempenho do ciclo de produção. Isso condiciona a uma queda nos preços quando há uma maior oferta de produtos para o mercado, e uma alta, no caso de uma demanda menor e uma procura maior.

A fixação dos preços e a difusão dos produtos, além do transporte das mercadorias até o destino final é feita basicamente pelos intermediários, pois

(...) existe um pessoal do próprio município e outros oriundos da capital e de municípios vizinhos. Esses intermediários de fora ditam os preços dos produtos e abastecem principalmente o mercado de Aracaju e as feiras de outros municípios do Estado. Já os intermediários de Itabaiana abastecem o mercado da cidade e levam a produção para fora do Estado: Rio Grande do Sul, São Paulo, Bahia, Alagoas, Pernambuco, etc. (...) alguns intermediários daqui de Itabaiana já foram produtores. A maioria deles hoje desistiu de plantar e vivem de intermediação. Alguns poucos ainda são produtores e também fazem a intermediação, mas nem todos possuem caminhão. (Conversa informal com um técnico agrícola da EMDAGRO)

No mercado interestadual as relações de comercialização funcionam de forma diferente, quando comparadas as internas, principalmente no tocante as determinações de preços e da falta dos produtos.

Como a produção de alguns cultivos olerícolas, em Itabaiana, é superior a demanda interna do Estado, alguns produtores buscam o mercado interestadual, conforme destaca LOPES e MOTA:

A alternativa tem sido buscar o mercado de Salvador, onde o coentro produzido na Ribeira encontra venda garantida, e o do Rio Grande do Sul, para a batata-doce de Jacarecica. (1997: 125- 126)

Assim como qualquer produto para exportação, os olerícolas também são submetidos a uma seleção para determinação da qualidade. A batata-doce, que é o produto olerícola de maior volume para exportação, é selecionada no próprio estabelecimento de acordo com os critérios estabelecidos pelo importador e vistoriado pelo intermediário que faz a ponte entre o produtor e o comprador.

Essa produção tem alcance fora dos limites municipais, abrangendo praticamente todo Estado de Sergipe, além de outras unidades da federação.

Esse alcance interestadual é fruto de uma combinação de esforços entre produtores, associações de produtores, governos municipal e estadual, além dos intermediários que atuam como correspondentes e fazem o intercâmbio entre as partes interessadas, determinando os produtos que devem ser cultivados e os preços a serem praticados.

Portanto, o intermediário também tem como papel na atividade, a busca de novos mercados fazendo com que haja uma ampliação e um maior alcance da atividade.

O alcance interestadual da produção é o exemplo de que a atividade olerícola em Itabaiana se consolida e se mostra competitiva. O município exporta para vários Estados do Brasil diversos produtos olerícolas, sendo que os mais importantes são o coentro, que tem mercado garantido na Bahia, Alagoas e Pernambuco, o amendoim que é enviado até para Rio de Janeiro e São Paulo, além da batata-doce que é consumida por diversos Estados. (Figura 13)

Os Estados do Rio Grande do Sul e Rio Grande do Norte tornaram-se, desde 1991, os principais importadores da batata-doce de Itabaiana, tendo como finalidade a produção de doces e matéria-prima para as indústrias alimentícias e de cosméticos.



Essa expansão da comercialização dos produtos olerícolas de Itabaiana, principalmente a batata-doce, traz vantagens para o produtor, como aumento da atividade produtiva e a melhoria da capacidade de capitalização dos mesmos. Contudo, mostra uma deficiência na organização interna no tocante ao aproveitamento do excedente da produção. LOPES e MOTA mostram que,

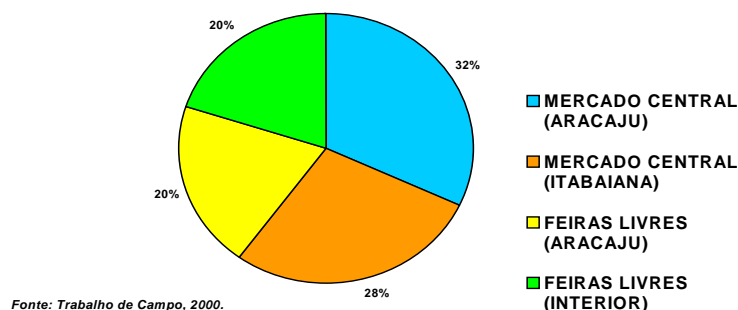
Por outro lado, a inexistência de indústrias que pudessem absorver a produção de olerícolas dos perímetros, beneficiando e/ou transformando os produtos ali cultivados, contribui para o alto índice de perda da produção e impede que seja agregado maior valor aos mesmos, restringindo-se a capacidade de acumulação e capitalização dos irrigantes. (op. cit. 125)

A produção olerícola de Itabaiana tem gerado bons frutos para a consolidação da agricultura no contexto estadual. Além da batata-doce, o município exporta para quase todo Estado de Sergipe diversos produtos olerícolas, que abastecem diversos centros de comercialização.

O alcance dessa produção dentro do Estado é notado em todas suas regiões. Os intermediários, principalmente os de Itabaiana, levam os produtos para as maiores feiras do Estado como a de Carira, Nossa Senhora da Glória, Propriá, Tobias Barreto, Lagarto, Estância, dentre outras. Com isso, os feirantes desses municípios se reabastecem e passam a comercializar também em várias outras feiras, inclusive de outros municípios, formando assim, vários anéis de mercado.

Apesar de ser o município de maior produção olerícola do Estado, Itabaiana se apresenta como segundo centro de comercialização desses produtos, pois é Aracaju o maior centro consumidor e, conseqüentemente, o de maior volume de negócios. (Gráfico 05)

GRÁFICO 05
ITABAIANA
COMERCIALIZAÇÃO DOS PRODUTOS OLERÍCOLAS
2000



Portanto, assim como as feiras-livres, o Mercado Central de Aracaju e várias feiras das cidades localizadas no entorno da capital são reabastecidas pelo Mercado do Produtor do Bairro Industrial. As diversas feiras de vários municípios próximos a Itabaiana, além da sua própria, são providas pelo Mercado Central da cidade de Itabaiana.

De modo geral, é preciso dotar os olericultores de recursos e condições para que possam tornar-se independentes das ações dos intermediários. As informações analisadas mostraram a autodependência dos produtores olerícolas com os intermediários. E essa dominação no mercado por parte desses profissionais só é possível graças a pouca atuação dos produtores no mercado e da falta de cooperativas e associações que tenham programas de incentivo a comercialização por parte do olericultor.

Criar estratégias de sobrevivência como diversificar a produção, alternar ciclos de cultivo, transformar-se também em feirante, reduzir o número de membros da família para se adequar às condições sócio-econômicas vigentes, adaptar-se às formas impostas pelo mercado, são alguns meios que o produtor olerícola têm encontrado para continuar permanecendo na atividade. Assim, as idéias de CHAYANOV, que preconizam a resistência camponesa através do uso de estratégias para adaptar-se as condições de mudanças do processo produtivo, se consolidam na olericultura de Itabaiana.

Essa resistência camponesa do olericultor de Itabaiana é baseada não só na tradição, que é peculiar no município, como também no compromisso que eles têm com o abastecimento de produtos alimentícios para as cidades.

No entanto, é preocupante o futuro da atividade olerícola no município, visto que, sem um aumento da capitalização e uma melhoria na condição do produtor, torna-se difícil a sua adaptação às condições impostas pelo concorrido e diversificado mercado, com vistas aos processos produtivo e comercial. Entretanto, caso esses produtores continuem agindo de forma criativa e organizada não terão muitas dificuldades em superar esses problemas sazonais, que na maioria das vezes, são impostos pelo mercado e pela estrutura econômica do país.

Mesmo com os problemas enfrentados no processo de produção, o olericultor tem na comercialização dos produtos o seu principal entrave, o intermediário que, atuando como interlocutor, usufrui da maior parcela da produção.

BIBLIOGRAFIA

ABRAMOWAY, Ricardo. **Paradigmas do Capitalismo Agrário em Questão**. São Paulo: Hucitec/ANPOCS/ UNICAMP, 1992.

ANDRADE, José Augusto. **O Município de Moita Bonita-SE e a Pequena Produção Camponesa**. Aracaju. NPGeo/UFS, 1991. Dissertação de Mestrado (Mestrado em Geografia) Núcleo de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Federal de Sergipe, 1991.

ANDRADE, Manoel Correia de. **A Terra e o Homem no Nordeste**. São Paulo: Livraria Editora Ciências Humanas, 1980.

BALBACH, Afonso. & BOARIM, Daniel S.F. **As Hortaliças na Medicina Natural**. Itaquaquecetuba-SP: Missionária, 1992.

CHAYANOV, Alexander V. **La Organización de la Unidad Económica Campesina**. 1ª edição. Buenos Aires: Nueva Visión, 1974.

COHIDRO. **Projeto Hidroagrícola da Barragem do Rio Jacarecica. Estudo de Viabilidade Econômica e Social**. Aracaju-Se. Volumes I/II, 1984.

DINIZ, José Alexandre Felizola. **A Condição Camponesa em Sergipe. Desigualdade e Persistência da Agricultura Familiar.** Aracaju-SE: NPGEO/UFS, 1996.

_____. **As Feiras de Sergipe e em seu Entorno.** ECOS. Ensaio Econômico e Sociais. INEP. Aracaju-Se. Vol.01, n.º 01, pp. 67-98, 1987.

_____. **Geografia da Agricultura.** São Paulo: DIFEL, 1984.

DINIZ, José Alexandre Felizola. & FRANÇA, Vera Lúcia Alves. (Coordenadores), **As Áreas de Exceção de Sergipe/Alagoas.** Recife, SUDENE/Universidade Federal de Sergipe, 1990, no prelo.

IBGE. **Censos Agropecuários de Sergipe.** 1970, 1975, 1980, 1985, 1995-1996, Rio de Janeiro.

LOPES, Eliano Sérgio Azevedo & MOTA, Dalva Maria da. **Tecnologia e Renda na Agricultura Familiar Irrigada de Sergipe.** Aracaju: UFS/ EMBRAPA/ CPATC, 1997

MACIEL, Adenilson Almeida. **Organização da Atividade Agrícola na Área do Açude de Itabaiana.** São Cristóvão: UFS/DGE, 1982.

MARQUES, Pedro Valentim. & AGUIAR, Danilo Rolim Dias de. **Comercialização de Produtos Agrícolas.** São Paulo: Ed.USP, 1993.

PRATES, Arlene. M. M. & CORRÊA, Walquíria K. **Produção e Comercialização de hortaliças no município de Antônio Carlos em Santa Catarina.** Relatório de Pesquisa. Florianópolis. UFSC. 1987.

SANTOS, Adelci Figueiredo. (Coordenadora) **Delimitação e Regionalização do Brasil Semi-Árido.** Aracaju, UFS/CNPq/SUDENE, 1983.

_____. **O Processo de Minifundização do Município de Itabaiana.** Cadernos Sergipanos de Geografia, n.º 06, Aracaju, 1979.

STEELE, Howard L., FILHO, Francisco M. Vera. & WELSH, Roberts. **Comercialização Agrícola.** São Paulo: Atlas S/S. 1971.

UFS/NPGEO/DGE, **ATLAS Sócio-Econômico de Sergipe.** Aracaju, 1986.