

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA
CENTRO DE CIÊNCIAS AGRÁRIAS
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA RURAL**

PAULA LELES BARBOSA

**COMPREENDENDO A FEIRA DE AGRICULTURA FAMILIAR E
ECONOMIA SOLIDÁRIA DE PAULA CÂNDIDO- MG: UMA ANÁLISE NA
PERSPECTIVA DAS/OS FEIRANTES**

VIÇOSA – MG

07/2023

PAULA LELES BARBOSA

**COMPREENDENDO A FEIRA DE AGRICULTURA FAMILIAR E
ECONOMIA SOLIDÁRIA DE PAULA CÂNDIDO- MG: UMA ANÁLISE NA
PERSPECTIVA DAS/OS FEIRANTES**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Universidade Federal de
Viçosa como parte das exigências para
conclusão do Curso de Bacharelado em
Cooperativismo.

Orientador: Prof. Marcelo Miná Dias

VIÇOSA – MG

07/2023

LISTA DE FIGURAS E QUADROS

Figura 1. Representação gráfica de várias expressões do mercado agroalimentar, como grupos de agronegócio, redes varejistas, leis e controles estatais, dentre outros	16
Quadro 1. Caracterização das/os entrevistadas/os	25
Figura 2. Visão de uma das entradas da feira	32
Figura 3. Visão geral da feira	33
Figura 4. Representação gráfica da divisão espacial da Feira	33
Quadro 2. Motivos alegados para participar da Feira	38
Quadro 3. Respostas das/os feirantes sobre experiências em feiras livres	39
Quadro 4. Produtos comercializados e sua origem	41
Quadro 5. Variação de produtos ao longo do tempo	42
Quadro 6. Percepção das/os feirantes sobre a melhoria de renda com a participação na Feira	44
Quadro 7. Resposta ao questionamento “vende em outros lugares ou para alguém?”	45
Quadro 8. Dificuldades relatadas percebidas em relação à participação na Feira	46
Quadro 9. Percepção das/os feirantes quanto ao apoio recebido	47
Quadro 10. Motivos de recomendação de participação na Feira	53
Quadro 11. Percepção individuais das/os feirantes quanto à união do grupo e objetivos comuns	55
Quadro 12. Percepção das/os feirantes quanto à coordenação da feira	56
Quadro 13. Percepções sobre o trabalho da Equipe de Coordenação	57
Quadro 14. Participação das/os feirantes em reuniões	58
Quadro 15. Percepção sobre a condução de atividades pela Equipe de Coordenação	59

SUMÁRIO

1. Introdução	5
1.1. O problema e sua importância	6
1.2. Objetivos	8
1.2.1. Objetivo geral	8
1.2.2. Objetivos específicos	8
2. Referencial teórico	9
3. Metodologia da pesquisa	23
3.1. Coleta de dados e informações	24
4. Resultados e discussão	28
4.1. A dimensão humana da Feira	28
4.2. A feira das 15 mulheres	29
4.3. Análise espacial da Feira	31
4.4. Os questionários como instrumento de coleta de dados	34
4.5. Feirantes desistentes	34
4.6. Feirantes atuantes	37
4.6.1 Sobre a experiência das/os feirantes e sobre a consistência da Feira ...	37
4.6.2. Motivação para participar da Feira	37
4.6.3. Experiências anteriores em feiras livres	39
4.6.4. Sobre os produtos comercializados e variações ao longo do tempo ...	40
4.6.5. Sobre a importância da renda obtida na Feira	42
4.6.6. Dificuldades enfrentadas e apoio recebido	46
4.6.7. A Feira como forma eficaz de promover produtos	48
4.6.8. Sobre a organização da Feira e outros aspectos relatados	49
4.6.9. O futuro da Feira na perspectiva das/os feirantes	51
4.6.10. Percepção sobre união do grupo e objetivos comuns	53
4.6.11. Percepção das/os feirantes quanto à coordenação da Feira	55
5. Conclusões	61
Referências bibliográficas	65
Anexo	68

1. INTRODUÇÃO

Este estudo de caso é uma reflexão teórica e crítica, sendo a experiência em questão a Feira da Agricultura Familiar e Economia Solidária de Paula Cândido¹, cidade localizada na Zona da Mata do Estado de Minas Gerais.

Considerando que já foi realizada uma pesquisa anterior sobre esta Feira (LOPES, 2022), o objetivo deste trabalho é analisá-la sob a perspectiva das/os feirantes. Para isso, coletamos depoimentos e realizamos registros das experiências destes atores, que são as/os principais interessadas/os na continuidade e no sucesso do empreendimento, a fim de elaborar uma análise e contribuir para o entendimento, crítica e aperfeiçoamento das ações.

É importante ressaltar que a pesquisa citada anteriormente (LOPES, 2022) teve como base para a análise entrevistas com componentes da equipe de coordenação Feira, não incluindo a visão das/os feirantes. A atual pesquisa pode ser compreendida como um esforço de análise complementar, procurando entender os desafios enfrentados pelas/os feirantes no dia a dia de organização e realização da Feira, avaliando a eficácia da comunicação, da assessoria prestada pelos apoiadores, dentre outros aspectos.

A Feira acontece semanalmente desde novembro de 2021, contando, portanto, com mais de um ano e meio de experiência. Ela é o resultado da colaboração entre as/os feirantes e um programa de extensão universitária (ITCP/UFV, Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares), o escritório local da Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural de Minas Gerais (EMATER-MG), a Secretaria Municipal de Agricultura de Paula Cândido e o Sindicato de Trabalhadores Rurais deste município.

Trata-se, portanto, de uma ação que envolve uma complexa interação entre agricultores familiares, artesãos, consumidores finais com agentes da administração municipal, profissionais liberais, lideranças sindicais e comunitárias e acadêmicos (professores e estudantes).

Na sequência do texto será descrito o problema abordado e sua importância. Em seguida serão apresentados os objetivos do trabalho, tanto o geral quanto os específicos. Posteriormente, a análise bibliográfica e a metodologia da pesquisa. Em seguida, será

¹ Daqui por diante faremos referência à Feira, simplesmente.

feita uma discussão preliminar da análise da literatura revisada para embasar a análise dos resultados.

1.1. O problema e sua importância

O tema principal que esta proposta de pesquisa explora pode ser resumido nas seguintes perguntas:

- a) Quais são os desafios enfrentados pelas(os) feirantes e como eles têm lidado com estes para manter suas atividades na Feira?
- b) A experiência de interação entre as/os feirantes (atuantes ou desistentes) e as equipes de extensão universitária, da administração pública e de extensão rural, que em conjunto tornaram possível a realização da Feira alcançaram que tipos de resultados na visão das/os feirantes?
- c) Como a Feira tem contribuído para a inclusão socioprodutiva das/os feirantes e para o desenvolvimento local?

Ouvir as/os feirantes, agricultoras/es, artesãs e demais participantes diretos da Feira, tanto atuantes quanto desistentes, possibilitou uma prospecção de problemas enfrentados, e possibilitou informações relevantes sobre a interação destes com os demais atores da Feira. A análise procurou compreender e caracterizar os desafios e as possibilidades da implantação e realização semanal da Feira, entendida como um exemplo e uma possibilidade para a enfrentamento de problemas sociais de diversas naturezas, como os desafios da inclusão socioprodutiva.

O foco principal da pesquisa foi a organização e implementação da Feira conforme vivenciada e relatada pelas/os feirantes, bem como a sua manutenção ao longo do tempo, identificando os seus resultados e obstáculos. Procurou também, por meio da pesquisa, entender como a interação das/os feirantes com as práticas da extensão universitária e das ações administrativas afetaram a Feira.

Para a pesquisadora e futura profissional do Cooperativismo foi importante refletir e investigar este processo, os desafios técnicos e humanos, legais e operacionais envolvidos e os limites e dificuldades práticos da experiência. Este tema é importante em sua abrangência econômica e social, mas também em seu potencial epistemológico, podendo

inspirar novas práticas, novas pesquisas e, assim esperamos, importantes produções de conhecimento e *insights* investigativos.

Para contextualizar a problemática de pesquisa, é relevante uma breve descrição do palco principal da Feira, a cidade de Paula Cândido-MG. A realidade local em relação ao problema de pesquisa revela um contexto composto pela confluência entre baixa renda entre agricultores familiares e artesãos; ausência de oportunidades de trabalho e renda no município; considerável e diversificada produção agropecuária; presença de atravessadores; e ausência de um espaço para comercialização direta de produtos (feira livre ou feira de produtores). É neste contexto que foi criada a Feira e implementado um conjunto de ações para assessoramento do que passou a ser denominado “coletivo da Feira”, composto pelas(os) feirantes e demais envolvidos na realização semanal da atividade.

Desde a criação da Feira, um grupo denominado "Equipe de Coordenação" é responsável por coordenar os esforços organizativos do empreendimento. Esse grupo foi bem descrito e explicado por Lopes (2022), sendo formado por diferentes integrantes, pertencentes a algumas instituições como a EMATER-MG, que desempenha um papel executivo ao cadastrar novos feirantes, conferir documentos comprobatórios de agricultor(a) familiar e tratar com o poder público local assuntos referentes à operacionalização do empreendimento; a ITCP/UFV, que tem um foco formativo e promove educação associativista voltada à Economia Solidária e Agroecologia por meio de oficinas, intercâmbios, comunicação e gestão de redes sociais; a Secretaria Municipal de Agricultura e Meio Ambiente, órgão municipal, que oferece apoio logístico e administrativo; o Sindicato de Trabalhadores Rurais, responsável pela mobilização das/os feirantes; e as/os próprias/os feirantes, representantes dos segmentos de hortifrutí, artesanato e alimentos artesanalmente processados, que participam das decisões relativas à execução da Feira e planejamento de atividades junto à Equipe de Coordenação. Esta equipe é responsável por empreender ações extensionistas, definindo objetivos e métodos de atuação.

As feiras, os mercados locais e as iniciativas de extensão rural e universitária são temas frequentemente abordados em estudos acadêmicos. No entanto, o que torna a presente pesquisa singular é o momento em que ela se insere um contexto de agudização da crise econômica pós-pandemia de COVID-19, caracterizada pelo aumento da inflação, do desemprego, da pobreza e da miséria, bem como pelo desmantelamento das políticas sociais desde 2016, pois como afirmado por Quinzani (2022, p. 43):

A crise global causada pela pandemia do novo coronavírus, vai levar milhões de pessoas a pobreza e deve deixar um rastro maior na desigualdade social. [...] Como resultado, as economias mundiais ficam vulneráveis ao avanço da pobreza, aumentando significativamente as diferenças das classes sociais, principalmente em países em desenvolvimento.

A Feira iniciou suas atividades em plena pandemia de COVID-19 e vem enfrentando os desafios do contexto pós-pandêmico, fatos que não podem ser desconsiderados na análise de sua implementação.

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo Geral

Descrever e analisar a Feira sob a ótica das/das feirantes, desvendando e descrevendo os desafios e as possibilidades de seu fazer, entendendo a análise das práticas de assessoramento prestadas pela Equipe de Coordenação da Feira e a interação com a comunidade, buscando compreender como todas estas relações afetam o desempenho do empreendimento.

1.2.2. Objetivos Específicos

- a) Descrever e analisar o processo de ação coletiva que deu origem à Feira, vista através do olhar das/os feirantes;
- b) Caracterizar e investigar a natureza epistemológica e metodológica da ação dos agentes que compõem a Equipe de Coordenação da Feira, conforme relatada pela memória das/os feirantes, vinculando esta análise à importância das intervenções para o desempenho do empreendimento;
- c) Caracterizar e analisar o funcionamento da Feira e suas demandas de aprimoramento como empreendimento coletivo e solidário.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

A seguir é apresentada uma revisão da literatura recente sobre as feiras e demais temas, conceitos e contextos pertinentes à presente pesquisa. Exploramos os processos de mobilização, organização e desenvolvimento de capacidades nas feiras, além de sua estética, linguagem, regras implícitas e desafios, como também as práticas e habilidades utilizadas pelas(os) feirantes para atingir melhores resultados, estabelecer conexões sociais e realizar suas vendas.

Refletiu-se ainda sobre a importância da produção local, de técnicas mais sustentáveis, social e ambientalmente adequadas de produção e distribuição, e sobre como as feiras se inserem neste processo, sendo também importantes no cenário global (WILKINSON, 2003). Neste sentido, o conceito de agricultura familiar é fundamental à compreensão das iniciativas de circulação e comercialização de alimentos por meio das feiras.

No Brasil, a agricultura familiar é uma categoria política definida na Lei nº 11.326 de 24 de julho de 2006 – conhecida como “Lei da Agricultura Familiar” –, que dispõe sobre a definição, os beneficiários, a organização e a estruturação do Pronaf (Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar) (CÂMARA DOS DEPUTADOS, 2006).

Para além da definição legal, a agricultura familiar pode ser entendida como um modo de vida e de produção geridos por famílias que dependem principalmente do trabalho familiar (feminino e masculino) para a condução de sistemas produtivos geralmente diversificados. Estes sistemas socioprodutivos contribuem para a segurança alimentar e nutricional e para a geração de renda local e regional. Vários estudos destacam, ademais, a relação entre a agricultura familiar e estilos de produção que tendem a preservar os recursos naturais, contribuindo para a mitigação e adaptação às mudanças climáticas e para o desenvolvimento rural.

Outros fatores importantes deste conceito são o uso de tecnologias sociais e o respeito aos saberes tradicionais (FAO, 2023). Conterato *et al.* (2013) destacam que os mercados se apresentam como um desafio para a agricultura familiar. Por este motivo, como destacam estes autores, é necessário proteger, por meio de ações públicas, este estilo de agricultura, pois, “[...] é uma atividade que representa um importante papel na produção

de alimentos e no desenvolvimento regional. Ressaltando “[...] sua importância social e econômica para o país” (CONTERATO *et al.*, 2013, p. 10).

Na relação entre agricultura familiar e mercados, torna-se relevante o conceito de Circuitos Curtos de Comercialização (CCC), que são uma forma de comercialização que reduz as distâncias entre o produtor e o consumidor, valorizando a produção local, a agricultura familiar, a sazonalidade dos alimentos e o relacionamento de confiança entre quem produz e quem consome. As feiras podem ser uma expressão destes CCC, vinculando produção local e consumidores em espaços de comercialização direta de produtos, eliminando as distâncias entre o local de produção e o local de consumo.

Araújo *et al.* (2018) conduziram interessante estudo sobre comercialização nas feiras livres e chegaram a conclusões relevantes, tornando-se uma referência importante. Segundo estes autores:

O levantamento bibliográfico sobre as feiras livres no Brasil mostrou um conjunto bastante amplo de estudos, versando sobre assuntos que vão do reconhecimento de um espaço de fortalecimento da produção agrícola familiar, aos efeitos econômicos que geram nos municípios que as abrigam, ou ainda, como um espaço recheado de culturas, sociabilidades e potencialidades. Foi possível notar variadas formas de “ser feirante”, de contextos de feiras, de métodos aprendidos ou herdados para o ofício. (ARAÚJO *et al.*, 2018, p. 578)

As feiras livres brasileiras remontam aos séculos XVII e XVIII, tendo sido vetores importantes em nossa história geográfica, humana e cultural, promovendo urbanização, abertura de estradas e surgimento de cidades (ALMEIDA, 2009). Porém, segundo Mascarenhas e Dolzani (2008), as nossas feiras livres são hoje “marginalizadas” e consideradas “antiquadas e anacrônicas”, sendo vistas como “tradições urbanas tornadas obsoletas,” havendo “novas tendências econômicas, ditas mais lucrativas e mais seguras como as grandes redes de supermercados”. No entanto, o que hoje entendemos e podemos vivenciar como “feiras” surgiu um passado milenar. Existem evidências históricas de que as feiras já eram praticadas entre os antigos Astecas na América pré-colombiana, bem como pelas civilizações gregas e romanas da antiguidade (ALMEIDA, 2009).

Muitos artigos disponíveis sobre o assunto “feiras livres” focam a atenção nos frequentadores das feiras, procurando entender a motivação e o comportamento destes e propor melhorias que possam ser úteis aos feirantes. Costa (2022, p. 33)² afirma que as feiras livres:

² Trata-se de uma pesquisa realizada em Formiga-MG.

[...] podem ser classificadas como instrumentos de desenvolvimento sociocultural e econômico [...]. Em lugares no interior do país elas são, por vezes, o único local de abastecimento de alimentos frescos e produtos artesanais, produzidos com características regionais e, em sua grande maioria, em pequena escala [...]. Quanto menor o município, maior o impacto que a feira exerce. No interior de Minas Gerais, por exemplo, as feiras livres são caracterizadas como parte da tradição mineira [...]. Quanto aos aspectos econômicos, sociais e culturais, estudos trazem evidências dos ganhos financeiros e econômicos desse mercado, da valorização da cultura local e dos produtos locais, além dos aspectos éticos em relação ao consumo nas feiras livres.

Como vimos, as feiras têm sido consideradas práticas obsoletas, e a produção e a distribuição de alimentos, tão necessários à existência e ao desenvolvimento humanos, vem, em suma, sendo dominada pelos “grandes, poderosos e poucos” no cenário global, como veremos adiante, o que gera muitas preocupações sociais. Assim sendo, os sacolões e varejões são uma presença incômoda para as/os feirantes brasileiros, mas esta concorrência é ainda pequena quando comparada com as redes de super e hipermercados. Segundo Sato (2007), na perspectiva das/os feirantes da metrópole paulistana:

A tensão entre o comércio da feira livre e das grandes redes de super e hipermercados é uma questão recorrente e preocupante para os feirantes. De acordo com os resultados da pesquisa, os feirantes relatam constantemente a ameaça de extinção da feira livre, e isso não é surpreendente, pois essa preocupação vem de longa data. A pulverização dos supermercados é frequentemente apontada como a causa da queda de movimento nas feiras livres. (SATO, 2007, p. 96)

Esta preocupação das/os feirantes com o avanço dos super e hipermercados é também comentada por Wilkinson (2003), que, discorrendo sobre as formas de distribuição, afirma que “a nova onda de transnacionalização” também tem acelerado o domínio da “grande distribuição na forma de super e hipermercados cada vez mais regionalizados”; e isto transforma radicalmente os “padrões de coordenação dos atores ao longo das cadeias de suprimento nos mercados domésticos e regionais da América Latina” (WILKINSON, 2003, p. 67).

Ainda segundo Wilkinson (2003, p. 72), as mesmas “tendências” podem ser vistas “[...] em outras cadeias além do segmento de frutas, legumes e verduras”, o que torna a informação ainda mais preocupante do ponto de vista social e da concentração da renda. Como informado por Sato (2007, p. 96):

Essa tensão entre os dois tipos de comércio se dá porque as grandes redes de super e hipermercados estão alocadas no “circuito superior” do comércio varejista de alimentos, enquanto as feiras livres estão em outro circuito. Essa diferença pode afetar diretamente o movimento e a sobrevivência das feiras livres. Portanto, a pulverização dos supermercados é vista pelos feirantes como uma ameaça real e constante, que pode levar à extinção das feiras livres. A competição desigual entre os dois tipos de comércio é um problema que precisa

ser enfrentado para garantir a sobrevivência e a diversidade do comércio de alimentos no Brasil.

Existe margem para a convivência pacífica e simbiótica entre os supermercados e as feiras? Sato (2002, p. 96) demonstra uma possível atenuação ou tentativa de convivência neste cenário de concorrência desigual em São Paulo:

[...] muito embora haja distinções significativas entre os dois circuitos, suas atividades convivem e se influenciam mutuamente. A feira livre – característica de atividade situada no “circuito inferior” – escoar produtos oferecidos por importadores (grandes atacadistas) e tem como fregueses pessoas dos estratos sociais médios e altos. Além disso, observa-se que os supermercados buscam reproduzir a estética da feira livre e, em alguns casos, também o atendimento personalizado, característico da feira livre.

Para além de uma análise mecanicista e numérica dos mercados, há nos atos econômicos um exercício de poder. Segundo Conterato et al. (2013, p. 10), existe um “processo sociológico na formação dos mercados”:

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 espaços 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 também apontam uma mudança de políticas, estudos, mentalidades e ações que podem significar uma “tentativa de virar o jogo” em favor dos pequenos:

No Brasil, a perspectiva que focaliza pesquisas sobre os mercados em estudos sobre agricultura familiar e desenvolvimento rural amadureceu nos últimos anos e um conjunto de trabalhos tem sido publicado em diferentes fóruns e periódicos científicos. Disseminam-se estudos sobre cadeias curtas de comercialização e certificação de produtos, mercados para produtos de qualidade, formação de laços sociais entre produtores e consumidores, efeitos econômicos positivos para o desenvolvimento territorial rural, reconfiguração de identidades socioprofissionais no meio rural; além de distintas abordagens acerca do papel das políticas públicas para aquisição de produtos da agricultura familiar e das transformações sociotécnicas necessárias à agricultura para atender circuitos diferenciados de mercadorias e de outros bens e serviços. (CONTERATO et al., 2013, p. 10)

No mesmo sentido, buscando uma inversão no domínio dos grandes produtores e distribuidores, Wilkinson (2003, p. 76) afirma:

Uma multiplicidade de programas de fortalecimento [...] já funciona em vários países e, *grosso modo*, seguem três modelos: aglomerações de *cottage industries*, *clusters* e estratégias de qualidade superior (artesanal e étnica). Comum a todos é a necessidade, em primeiro lugar, de adequar tais atividades (muitas vezes em condições informais e clandestinas) às exigências de qualidade mínima e de fiscalização tributária. As estratégias de fortalecimento de *cottage industries*, predominantemente unifamiliares, visam, inicialmente, a melhoria nas rendas das famílias diretamente envolvidas. Cada vez mais, porém, são as externalidades positivas que justificam o apoio, na medida em que a

consolidação dessas *cottage industries* se dá no âmbito de estratégias de promoção de turismo rural e “consumo” do espaço rural.

O autor também nos informa que estudos realizados no Brasil, Argentina e México apontam para uma “transformação do ambiente concorrencial” que leva a “maiores níveis de eficiência e modernização tecnológica”, porém “fragiliza empresas tradicionais e cooperativas”, ao “privilegiar médios e grandes produtores em detrimento da pequena produção”. Segundo o autor:

[...] é importante notar aqui a originalidade das “convenções de qualidade” que surgem no contexto da pequena produção na América Latina e que se destacam por noções mais difusas de território e de atividades artesanais, pela importância de agroecologia e pelo apelo a diversas formas de validação, bem como pelos procedimentos de certificação participativa. (WILKINSON, 2003, p. 63)

Compreende-se ainda, na leitura da reflexão de Wilkinson (2003), que a “valoração” dos produtos da agricultura familiar e artesanal em nosso território é menos rígida e um tanto mais solidária, como também incentivadora de práticas ambientais, do que em outros locais do mundo, como no interior do território francês. E não poderia ser diferente se a intenção, a consciência e a necessidade é fortalecer os pequenos.

O autor aponta os valores comumente associados à produção agrícola em pequena escala na América Latina: “[...] combinam o artesanal com conteúdo ambientais (agroecológicos e orgânicos) e sociais (agricultura familiar) que podem ter, em muitos casos, força mercadológica maior que a qualidade percebida no aspecto artesanal” (WILKINSON, 2003, p. 76).

Segundo Vilani, Vanzella e Brambilla (2019, p. 8), sobre o tipo de “natureza” que emerge das relações capitalistas do mundo contemporâneo:

O desenvolvimento das relações capitalistas nos sistemas agroalimentares tem fabricado [...] uma natureza adequada à produção de lucros, mas com efeitos perversos para a sustentabilidade ambiental, a segurança alimentar e a justiça social. A monocultura da mente, nos termos de Vandana Shiva é o predomínio de uma lógica de poder e controle sobre a natureza, que impõe a perda da agrobiodiversidade e da sociodiversidade.

Uma forma de resistência que pode começar no prato de cada um, a cada dia:

Se esse estado de coisas é resultado de determinações socioeconômicas poderosas, temos em contrapartida que o ato alimentar pode ser também uma ação cotidiana de resistência e de transformação social. Por isso, cabe perguntar: fazemos parte desta cadeia? Como fazemos parte? A quem empoderamos, quando nos alimentamos desta cadeia? Nosso prato de cada dia pode representar, portanto, um exercício de realocização da cultura alimentar, de solidariedade com os trabalhadores do campo, de solidariedade com os povos tradicionais, de preocupação com os direitos dos animais e com o ambiente como um todo.

Sobre os tristes efeitos das políticas públicas e incentivos governamentais, frutos dos processos políticos brasileiros, as mesmas autoras prosseguem:

O Estado brasileiro se mostra, assim, forte para financiar o agronegócio e isentar os agrotóxicos de impostos, e, ao mesmo tempo, mínimo quando se trata de proteger a saúde da população e do ambiente dos impactos do atual modelo de produção dominante na agricultura brasileira. Trata-se de um modelo baseado na Revolução Verde, que de verde só tem o nome (uma de suas principais características foi a quimificação da agricultura). (Vanzella e Brambilla, 2019, p. 8)

Outro aspecto também importante para o entendimento das feiras é a natureza do sistema produtivo e econômico em que estão inseridas, que pode ser entendido como um “circuito curto de comercialização”, que, conforme citamos anteriormente, é ambientalmente orientado e social e economicamente mais coerente.

Tais circuitos possuem poucos passos intermediários entre a produção e o consumo; e apresentam menor consumo de combustível e o menor gasto com a manutenção de veículos, com oferta de produtos mais frescos, saudáveis e com preços mais acessíveis ao consumidor final. Os produtos também, muitas vezes, estão ligados à cultura alimentar local, não possuindo o mesmo “valor” quando levados para outros territórios e outras culturas. Também apresenta uma relação diferenciada entre consumidores e produtores, embora muitas vezes abandonadas pelo poder público. É o que nos revela uma vez mais Araújo et al. (2018, p. 578):

Apesar dos estudos feitos mostrarem a riqueza econômica e cultural das feiras livres de todo o país, apesar de elas alimentarem a população, fortalecerem a identidade cultural, vitalizarem circuitos próximos de troca e manterem forte repercussão na pegada ecológica dos alimentos, o que se percebe é que programas públicos criados para apoiar as feiras se mostram muito tímidos. Em geral são ações municipais, iniciativas pontuais, que estão longe de se equiparar à escala abrangente do alcance das feiras livres. Esta é uma lacuna séria na ação pública que precisa ser corrigida para assegurar soberania e segurança alimentar, para dar mais dignidade os feirantes e para garantir o fortalecimento das muitas “províncias” alimentares que existem e se multiplicam pelo Brasil.

Os circuitos curtos de comercialização podem, portanto, por meio da agricultura familiar, funcionar como uma alternativa importante ao modelo agroalimentar que domina o mercado, pois permitem a aproximação dos consumidores com os produtores e favorecem o desenvolvimento socioeconômico das áreas rurais. Segundo Oliveira (2018, p. 69):

[...] redes de transporte, energia, combustível, embalagens, intensificação de tráfegos entre outros que são estrategicamente elaborados para potencializar o domínio do setor por determinados agentes e atravessadores econômicos. [...] Além de diminuir distâncias, a valorização do local e das empresas locais, juntamente com o uso eficiente de recursos capitais, tecnológicos e ambientais,

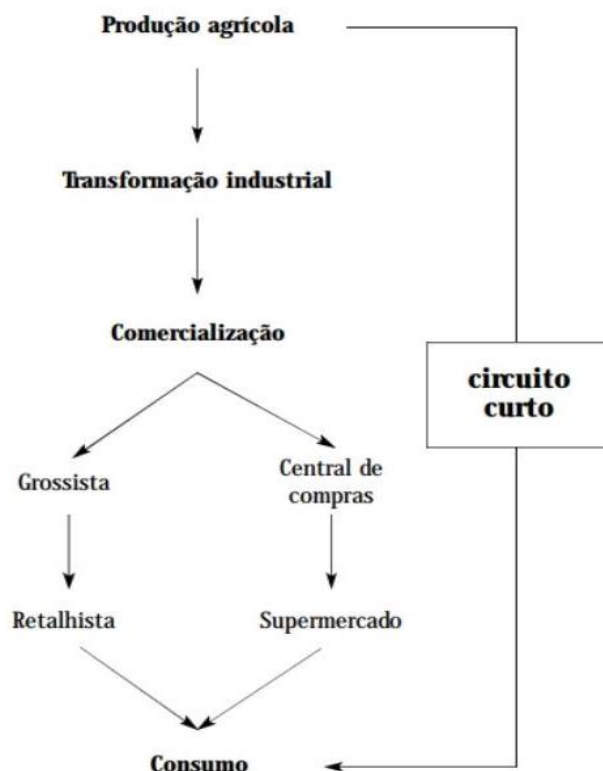
são importantes para a redução dos custos de produção e, conseqüentemente, do preço final do produto para o consumidor.[...] o capital e os recursos nutricionais de qualidade (além dos benefícios imateriais como informações produtivas, tecnologias e os laços sociais) circulando e permanecendo no local, tenderão a fortalecer os habitantes e as instituições daquele território, possibilitando a implementação de comércios, empresas, viabilizando a educação, a saúde, a longevidade e outros tantos fatores pertinentes e caros ao desenvolvimento humano.

Vale lembrar também que a desigualdade social é um dos grandes estigmas da realidade brasileira. Sabe-se que o Brasil é um dos países mais desiguais do mundo. O economista francês Thomas Piketty (2013), em seu livro “O Capital no Século XXI”, apresenta um estudo abrangente sobre a desigualdade de renda em diferentes países e épocas. De acordo com Piketty, o Brasil possui um alto índice de concentração de renda nas mãos de uma pequena parcela da população. O autor destaca que essa desigualdade tem raízes históricas e estruturais, e que políticas públicas voltadas para a redistribuição de renda são essenciais para reduzir esta disparidade.

A grande concentração do capital e do poder político em nosso país condena as pequenas comunidades ao enfrentamento de problemas persistentes, como doenças e mortalidade decorrentes muitas vezes da subnutrição e da insalubridade dos assentamentos humanos (devido à falta de saneamento), além de violência, drogas, e baixa escolaridade, levando à degradação social e humana. Como demonstrado por Barbosa (2007), o êxodo rural também é uma realidade que muitas vezes ajuda a intensificar e potencializar a nossa desigualdade e os problemas urbanos. Diante deste cenário, as feiras livres e as feiras de produtores têm o potencial de inclusão socioproductiva, contribuindo para viabilizar os pequenos empreendimentos rurais e mantê-los como fonte de geração de trabalho, renda e vida digna (THOMÉ, 2016).

Ainda sobre os circuitos curtos, segundo Oliveira (2018, p. 69) é possível representar um “esboço que define os circuitos curtos de comercialização” (Figura 1).

Figura 1. Representação gráfica de várias expressões do mercado agroalimentar, como grupos de agronegócio, redes varejistas, leis e controles estatais, dentre outros.



Fonte: Oliveira (2018, p. 69).

Por meio deste esquema entendemos que o menor número de elos é a grande vantagem do circuito curto, sendo este número mais importante e relevante do que as distâncias geográficas envolvidas no circuito. Podemos compreender também que a complexidade de um circuito longo não está acessível ao agricultor familiar da realidade agropecuária brasileira.

O fator humano, social e cultural envolvido na feira, também é muito relevante diante da impessoalidade dos circuitos longos. Este fator é também estudado e citado por Oliveira (2018, p. 69):

O vínculo entre os sujeitos integrados nesta dimensão social supera a superficialidade economicista, sendo possível destacar principalmente as relações de reciprocidade [...] que consiste em relações interpessoais e sociais que predominou nas antigas civilizações, mas que também está em vigor em diversas comunidades em algumas regiões do globo atualmente, caracterizando-se pela produção de bens tangíveis, como a produção de valores e produtos, e intangíveis como sentimento e valores humanos.

E ainda, nas palavras do mesmo autor, Oliveira (2018, p. 70) sobre dar, receber e retribuir:

O estudo de Mauss (2013), acerca da noção de “dádiva”, e o de Sabourin (2011), com a “reciprocidade”, fundamentam-se em uma tríplice obrigação “Dar, receber e retribuir”. Essa estruturação social se caracteriza-se como uma virtude que vai além da troca, a qual impossibilita seu debate como sinônimo, apesar de dentro das suas realizações estar[em] presentes as trocas mercantis. Assim, essas discussões atem-se basicamente em reposicionar o sentido que os atributos economicistas apresentam atualmente, desmistificando sua centralidade e superioridade em relação às demais estruturas sociais, pois a sociedade só conseguirá sua perfeita funcionalidade por intermédio de um adequado equilíbrio entre todos os seus compostos constitutivos.

As feiras agrícolas (assim como as cooperativas, os programas de governos ou mesmo um pequeno supermercado local) são importantes para a saúde mental e o bem-estar social dos envolvidos, ao trabalhar com conceitos como transparência, horizontalidade, além dos já citados conceitos de dádiva e reciprocidade, e possuem significância na soberania diante de catástrofes e guerras, garantindo segurança alimentar e nutricional à população. Ainda de acordo com Oliveira (2018, p. 70):

Os circuitos curtos alimentares são compreendidos como “um modo de comercialização dos produtos alimentares que se efetua pela venda direta do produtor ao consumidor ou pela venda indireta através de um único intermediário e que se referenciam pela redução da distância geográfica e/ou simplificação relacional entre produtores e consumidores”. Assim, através deste modelo é nítida a abertura de inúmeras possibilidades de dinamismo socioeconômico aos territórios rurais do país, dada a histórica vinculação com produção diversificada e com intensa vinculação as lógicas locais.

Assim sendo, o momento na Feira pode ser lido como um ritual social, talvez tão importante quanto comparecer à igreja ou às festas comunitárias. Devemos nos deparar com demonstrações de confiança, generosidade e solidariedade (tanto dos produtores quanto dos consumidores) bem como talvez com reclamações e desconfiança em relação a outros. Laços afetivos (amizades e amores) talvez surjam em todo este processo, bem como sinais talvez de concorrência e rivalidade, tão típicos do humano. Tais acontecimentos interiores, tão necessários e benfazejos à saúde mental, seriam talvez impossíveis em uma cadeia longa e abstrata de produção e comércio.

Um importante artigo recente sobre feiras, de autoria de Verano (2021), apresentou uma visão quantitativa sobre a participação de agricultores familiares em feiras municipais, explorando seu potencial como “alternativa ao sistema agroalimentar industrial e fortalecimento de canais curtos de comercialização”. Os dados, coletados em 59 feiras amostradas de um universo de 369 feiras no estado de Goiás, mostraram que:

[...] 42,37% das feiras oferecem oportunidades de inclusão socioproductiva aos agricultores familiares, 32,20% fortalecem canais curtos de comercialização, circuitos regionais de produção e consumo e redes agroalimentares alternativas e 35,59% funcionam como possível alternativa ao sistema agroalimentar

industrial. Do total, 10,17% das feiras atendem aos três objetivos supracitados concomitantemente. (VERANO, 2021, p. 15)

Estes dados ilustram a importância e relevância das feiras goianas, o que nos leva a refletir sobre a importância delas nos demais estados e regiões do país. Além destes dados quantitativos esclarecedores, o estudo concluiu estatisticamente que:

(1) quanto menor a porcentagem de atravessadores nas feiras e maior a de agricultores familiares ligados às organizações representativas, maior é a possibilidade de a feira ter mais bancas da agricultura familiar; (2) quanto maior a relevância da feira como espaço de articulação entre agentes e para a catalisação de novos negócios entre agricultores, maior a possibilidade de esse canal influenciar a criação ou o fortalecimento de políticas públicas. (VERANO, 2021, p. 15)

Os autores afirmam também que “o estudo contribui com trabalhos anteriores no sentido de propor variáveis e indicadores que podem caracterizar as feiras no contexto de um novo paradigma de desenvolvimento rural”.

Metodologicamente o estudo também é interessante porque, no dizer dos autores:

A partir da utilização de tais variáveis, a pesquisa científica sobre as feiras ganha uma ferramenta de investigação de caráter quantitativo”. Por ter se proposto a avançar na formulação de critérios que situem e quantifiquem as feiras no âmbito das cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas, o presente estudo suscita discussões que podem resultar em aprimoramentos metodológicos futuros. Aspectos importantes a serem considerados são: (a) em que medida as variáveis designadas a cada critério explicam as variáveis dependentes em diferentes regiões do país? (b) em que medida os pontos de corte adotados para algumas variáveis podem ser aprimorados considerando outras realidades?; e (c) em que medida outras variáveis da complexidade sociológica dos mercados alternativos podem ser incorporadas em avaliações quantitativas? Trabalhos futuros podem adotar o modelo da presente pesquisa e verificar a validade para diferentes realidades, bem como sugerir alterações nas variáveis adotadas. (VERANO, 2021, p.15)³

Outro estudo realizado em quatro regiões específicas do Rio Grande do Sul, Anjos, Caldas e Trentin (2022), demonstraram, em resumo, que a “[...] emergência de uma nova ruralidade” e a “existência de um grande número de agroindústrias familiares”, sendo a maioria delas “clandestinas e com preços desfavoráveis às famílias rurais”. O citado autor aponta ainda “a dificuldade de organização” e a “falta de identidade dos produtores, que agem de forma imediatista e individualista”. Para lidar com essas questões, propõe-se uma “certificação social e solidária para as agroindústrias familiares”, com a participação dos atores sociais em todas as etapas do processo”.

³ A análise numérica da importância das feiras e singular.

De acordo com Souza (2015), na perspectiva educacional, para citar um campo interdisciplinar, as feiras possuem um potencial educativo, transmitindo valores e saberes, e permitindo o ensino e a aprendizagem constantes:

Pode-se constatar que trabalhadores e trabalhadoras urbanos, no universo das feiras livres constroem e reconstróem, cotidianamente, saberes ao longo de suas trajetórias de trabalho e histórias de vida, que devem ser valorizadas e legitimadas no universo deste campo de estudos. O trabalho desempenhado nas feiras livres, para além da simples compra, comercialização e venda de mercadorias, em como enquanto espaços educativos e pedagógicos não formais de aprendizagem, de formação humana e de educação popular, cujos trabalhadores e trabalhadoras criam e recriam saberes, a partir de suas estratégias de sobrevivência material e simbólica. (SOUZA, 2015, p. 129)

Outro fato que chama atenção na pesquisa relatada, é a conclusão sobre o indicador motivacional dos participantes:

Destaca-se, que o indicador motivacional varia de acordo com a percepção de cada expositor, porém, notabiliza-se que existe uma mescla interessante para ser refletida, que é o misto entre as motivações comerciais (materiais), associadas diretamente a realização de negócios e divulgação de produtos; com as motivações afetivas (imateriais), ligadas a divulgação do patrimônio alimentar e da tradição. [...] Portanto, esse dado é importante para o norteamento da permanência do conceito idealizado para o evento. É evidente que, grande parte dos expositores se sentem valorizados e gloriosos de seus trabalhos ao expor nesse festival. (MENEGUEL; TRICÁRIO, 2019, p. 169-170)

A citada pesquisa também concluiu que “100% das/dos feirantes do Festival Feira Viva”, que são pequenos produtores artesanais, “se reconhecem em todos esses processos de valorização e sensibilização do patrimônio cultural alimentar por meio da participação na Feira Viva.”

Estes estudos dialogam com os resultados da pesquisa de Lopes (2022, p. 38) sobre a Feira de Paula Cândido:

Destarte, a Feira de Agricultura Familiar e Economia Solidária de Paula Cândido-MG, tem se mostrado como uma possibilidade de ganho de visibilidade e protagonismo dos produtores rurais e artesãs de Paula Cândido. Foi identificado que a mudança social que a organização coletiva proporciona ao cidadão é de suma importância, agregando valores e destaque a um movimento que vai além do econômico, onde possibilita o acesso às atividades de assessoramento e a oportunidade de adquirir novos conhecimentos, inclusive na área administrativa, empresarial e mercadológica.

Ainda, em suas palavras (p. 38-39):

Por serem dinâmicas as ações coletivas, é evidente que existem pontos de melhorias na Feira. No entanto, ela se mostra em processo de maturação. Assim, a Feira se apresenta como uma alternativa para facilitar a venda dos produtos dos agricultores familiares e artesãs, pois o próprio produtor vende seus produtos diretamente ao consumidor, o que aumenta os rendimentos deste por não haver interferência de intermediários.

Para conhecer, interpretar, entender a feira livre Sato (2007) avalia as possíveis leituras oferecidas a partir das “concepções tradicionais”. A feira, assim, poderia ser entendida como uma “organização”, ou uma “máquina (taylorismo-fordismo)”. Poderia também ser comparada a um “cérebro (cibernética)”, ou a “prisões psíquicas (psicanálise)” ou talvez lida como um “sistema de governo (política)”. Porém, nas palavras da autora:

A concepção aqui adotada é devedora de leitura que toma as pessoas em interação simbólica como as construtoras dos processos organizativos. Não são, entretanto, construtoras que têm diante de si a liberdade incondicional para fazer o quê e como quiserem. São pessoas situadas em lugares, defrontando-se com regras, valores, projetos e metas definidos de modo autônomo ou heterônomo; são pessoas posicionadas em degraus hierárquicos diferentes ou não; com maior ou menor amplitude de poder para definir os rumos do que se pretende organizar, os objetivos da empreitada bem como os caminhos adotados. Vale lembrar, ainda, que são interações simbólicas desenroladas tendo-se em vista a dimensão técnica à disposição (equipamentos, máquinas, procedimentos etc.) e o ambiente sócio-econômico e cultural no qual se insere. [...] Parte-se do pressuposto que tais processos encontram a sua racionalidade interna e singular nos métodos práticos, criados, apropriados e partilhados pelas pessoas envolvidas, fazendo das feiras livres, no caso, realidades “organizadas”[...] A leitura focaliza os fazeres cotidianos, as interações simbólicas nos pequenos agrupamentos e o burburinho que desdobra frutos e os avoluma para além da relação dual; privilegia as interações simbólicas que se sustentam na cultura, nos costumes e nos acordos possíveis e não a estrutura técnico-funcional. (SATO, 2007, p. 96)

Para a autora, “descrever tais processos” requer a construção dos significados que sustentam as atividades observadas, não se restringindo à descrição dos fenômenos que se encontram na superfície de suas manifestações. Trata-se de construir uma descrição densa. Alinhado a essa concepção, o método adotado deve ser capaz de apreender os fazeres que se dão no dia a dia, na relação dual, nos pequenos encontros, nos comentários pontuais e restritos, e nas conversas alongadas e públicas (SATO; SOUZA, 2001).

Sobre o “papel representado” pelas(os) feirantes para abordar e captar a atenção de seus clientes, Sato (2007, p. 97) nos revela estas surpreendentes habilidades artísticas, frutos de um fazer historicamente aprendido e transmitido com a experiência:

Após algumas horas um espaço protegido, circunscrito pelas bancas, dá o substrato para os fazeres e interações sociais que ali têm lugar. Esse palco funciona como uma marcação para que os desvios de sentido dos fazeres, das interações e das práticas sejam evitados. Assim, chamar as freguesas de “linda”, “menina” e “minha querida” não significa que os feirantes as estejam galanteando. Do mesmo modo, “meter a colher em conversa alheia” faz parte dos comportamentos “normais” na feira livre. Cores, formas e texturas das mercadorias são exploradas pelos feirantes garantindo resultado estético que conta com a apreciação de freguesas e feirantes. Fotografias tiradas no decorrer do trabalho de campo permitiram e conhecer os comentários sobre o que é significativo para os feirantes: destaca-se, dentre os vários enquadramentos obtidos, a beleza construída com as mercadorias que fazem das bancas, vitrines. A arte cotidiana

– elaborada com recursos pouco sofisticados, mas adequados para apresentar as mercadorias – é fruto de um apurado senso estético que confere identidade à estética da feira livre, a qual, note-se, vê sua imitação nas grandes redes de supermercados.

Como se comporta o feirante, em uma feira de produtores, no interior de Minas Gerais? Serão eles mais tímidos e recatados do que os seus equivalentes paulistanos? Ou talvez nos surpreendam.

No trecho adiante, Sato (2007, p. 98), discursando sobre a organização da feira, utilizando suas observações e o diálogo com as/os feirantes (Marcos e Dinorah são feirantes entrevistadas pela pesquisadora):

Marcos define a feira livre como uma “bagunça organizada”, expressão que compatibiliza duas formas organizativas aparentemente antagônicas em que a anarquia (capacidade organizativa autônoma) convive com uma suposta padronização centralmente definida. [...] As regras bastante genéricas emanadas pela SEMAB deixam um campo aberto para que os feirantes organizem a convivência e construam seus fazeres. Ademais, o nomadismo estrutural faz com que o feirante tenha que “montar uma loja todo dia” (Dinorah). E isso quer dizer muito mais que estar submetido ao trabalho fisicamente pesado de transporte, carregamento, montagem, arrumação e desmontagem da “loja”. O nomadismo requer que os feirantes se situem e convivam em ambientes sociais, econômicos e culturais diferentes, garantidos pelos perfis da freguesia e pela convivência com feirantes diferentes em cada lugar [...].

Ainda sobre a organização da feira analisada na metrópole paulistana, segundo Sato (2007, p. 98):

A rede abriga e é construída pela presença de várias lógicas que se encontram em um lugar, em um dia da semana e se espalham em várias outras feiras livres nos outros dias e em outros lugares. Em pequenos espaços e num determinado tempo há maior densidade de encontros que dão substância a essa organização, construindo, questionando e repondo continuamente as regras, os valores e a cultura. Baseia-se na troca de idéias, de pontos de vista, de argumentos e de experiências. A feira livre deve ser compreendida, então, como um contínuo organizar, baseado em acordos e negociações, em cooperação e competição e na execução de regras tácitas. Isso garante a agilidade, a extrema adaptabilidade e a criatividade de formas de se fazer a feira livre.

Analisando a aparência da feira e suas diferentes feições ao longo do tempo, com mudança eventual do local ocupado por alguma barraca, Sato (2007, p. 101) afirma que:

Essas mudanças encontram justificativa que repousa no fato de posicionarem-se em locais de maior movimento, mas, além dessa, muitos alegam que é muito ruim deixar “buraco” na feira pois a “feira fica feia”. E um “buraco” interfere no movimento daquele segmento da feira, pois “a freguesia só vai até ali e volta, não vem até o fim da feira”.

As feiras podem surgir e evoluir como ação coletiva, tomando uma postura e promovendo mudanças de atitude sociais, econômicas e ambientais. A administração municipal é um elo fundamental para o surgimento e a manutenção das feiras livres. Descrever

a interação do poder público e dos demais atores, principalmente das/os feirantes, pode evidenciar falhas e potencial de melhorias no processo. Isto foi verificado em outras situações, na feira livre do município de Cruz das Almas, Bahia, Segundo Silva (2017, p. 1): “no aspecto político, percebe-se a necessidade de uma maior articulação das/os feirantes para evidenciar a necessidade de políticas públicas de suporte ao desenvolvimento da feira livre no município”.

3. METODOLOGIA DA PESQUISA

Para definir a metodologia da pesquisa foi necessário ter em mente os objetivos e as questões principais da presente investigação, pois é delas que decorreu a estratégia do presente trabalho. Assim, acreditamos *a priori* que a Feira só se viabilizou porque houve uma interação planejada para uma ação extensionista de suporte aos feirantes. As ações extensionistas e administrativas, conforme organizadas, mostraram-se determinantes, na visão das/os feirantes para que o empreendimento conseguisse se manter desde sua criação. Registrar-se-á na sequência a livre expressão dos participantes da pesquisa por meio dos instrumentos de coleta de dados e informações.

Esta pesquisa foi desenvolvida por meio de uma abordagem qualitativa, realizando um estudo exploratório (uma vez que o objetivo foi explorar um contexto desconhecido), mas também descritivo (pois buscou narrar e caracterizar o contexto, dimensionando e relatando o que foi descoberto na exploração).

Existe uma pergunta metodológica para o caso da Feira que deve sempre balizar o presente trabalho: é sobre a replicabilidade e verificabilidade da pesquisa, ou seja, faz-se necessário que a metodologia utilizada, permita que a pesquisa seja replicada e verificada por outros pesquisadores, o que é fundamental para garantir a confiabilidade dos resultados obtidos.

A metodologia utilizada para o desenvolvimento deste trabalho consistiu na aplicação de diferentes estratégias. Primeiramente procuramos refletir sobre o tema apoiando-nos na pesquisa bibliográfica. Para além da revisão de literatura, uma segunda estratégia adotada consistiu no trabalho de campo, efetivado com diferentes estratégias e instrumentos. A primeira estratégia que adotamos foi frequentar a Feira e utilizar a técnica da observação para elaborar registros acerca da dinâmica de funcionamento, dos relacionamentos entre as/os feirantes e entre estes e os consumidores.

A observação do fenômeno estudado no momento de seu acontecimento permite que o pesquisador participe ativamente da realidade estudada, compreendendo de maneira mais aprofundada o tecido cultural e social do contexto (Laville e Dione, 1999). Neste sentido, há diversas formas de pensar os fenômenos decorrentes das interações humanas. No entanto, o método observacional nos pareceu o mais adequado e poderoso. Sobre o este método Gil (2008, p.16) argumenta que:

[...] é um dos mais utilizados nas ciências sociais e apresenta alguns aspectos curiosos. Por outro lado, pode ser considerado como o mais primitivo, e consequentemente o mais impreciso. Mas, por outro lado, pode ser tido com um dos mais modernos, visto ser o que possibilita o mais elevado grau de precisão em ciências sociais. Tanto é que em psicologia, os procedimentos de observação são frequentemente estudados como próximos aos procedimentos experimentais. (...) Há investigações em ciências sociais que se valem exclusivamente do método observacional. Outras, utilizam-no em conjunto com outros métodos. E pode-se afirmar com muita segurança que qualquer investigação em ciências sociais deve valer-se, em mais de um momento, de procedimentos observacionais.

Para a coleta de dados do presente trabalho, portanto, além do trabalho no local utilizando o método observacional descrito acima, pretendemos analisar os registros e dados disponíveis sobre o mesmo evento, bem como os documentos (oficiais, informais e acadêmicos) elaborados para a Feira, como por exemplo o regimento da Feira, aprovado pelo coletivo. Há também a Lei Municipal nº 1271/2021 que institui a Feira e o Vale Feira.

3.1 Coleta de dados e informações

A coleta de dados teve como objetivo principal, segundo as diretrizes metodológicas traçadas anteriormente para este trabalho, dar voz às/aos feirantes, buscando responder questões propostas pela pesquisa, com profundidade e método.

Foi então de fundamental importância frequentar a feira, experimentar o espaço, conversar, interagir, consumir e até trocar experiências, métodos e ideias. Venho de uma família de comerciantes, produtores rurais e industriais, o que talvez tenha me possibilitado entender de maneira empática não só a linguagem e atitudes, como também os desafios e problemas enfrentados no dia a dia pelas/os feirantes, conforme me eram relatados.

No Quadro 1 é apresentado um perfil da/os 19 entrevistadas/os (em atividade em junho de 2023). Para garantir o sigilo de sua identidade optamos por apresentar apenas a data que ingressaram na Feira, a experiência prévia ou não com este tipo de atividade e os produtos atualmente comercializados, nomeados de acordo com a declaração da/o feirante.

Quadro 1. Caracterização das/os entrevistadas/os.

ENTREVISTADA/O	DATA DE ENTRADA NA FEIRA	EXPERIÊNCIA PRÉVIA COM FEIRA	PRODUTOS COMERCIALIZADOS
1	Novembro/2021	Primeira experiência em feira	Chopp artesanal, hortifruti
2	Novembro/2021	Primeira experiência em feira	Pastel e caldo de cana
3	Novembro/2021	Experiência em feira que ocorreu por breve período em Paula Cândido	Espetinhos de carne e frango
4	Novembro/2021	Participou de feira livre em Viçosa	Cafés especiais
5	Junho/2022	Participou por seis anos de uma feira livre em Viçosa	Mel, própolis, legumes e verduras
6	Novembro/2021	Participou de feira livre em Teresópolis-RJ	Pano de prato, pão de mel e plantas suculentas
7	Novembro/2021	Participou de uma feira de artesanatos em São Paulo-SP	Bolsas, acessórios, chaveiros e outros produtos artesanais de tecido ou couro
8	Novembro/2021	Primeira experiência em feira	Artesanato, bolsa, tapete, mochila, jogo americano
9	Novembro/2021	Participou por 20 anos de feiras livres, inclusive as que ocorreram em Paula Cândido e que tiveram curta duração	Rosquinhas, bolo, legumes e verduras
10	Novembro/2021	Primeira experiência em feira	Doces caseiros, quitandas, mandioca
11	Novembro/2021	Primeira experiência em feira	Café especial
12	Março/2022	Primeira experiência em feira	Rosquinha de nata, rosquinha com açúcar mascavo e bolos
13	Novembro/2021	Primeira experiência em feira	Feijão, torresmo, frutas, hortaliças
14	Novembro/2021	Primeira experiência em feira	Hortifruti
15	Novembro/2021	Experiência em feira que ocorreu por breve período em Paula Cândido	Suculentas, sabão caseiro, doce caseiro, hortaliça
16	Setembro/2022	Acumulou experiência por mais de 20 anos em feiras de outras cidades	Artesanato
17	Setembro/2022	Primeira experiência em feira	Doces caseiros
18	Junho/2022	Primeira experiência em feira	Pastel
	Novembro/2021	Primeira experiência em feira	Pão integral

Fonte: Elaborado pela autora.

Após ter sido formalmente apresentada às/aos feirantes por um membro da equipe de coordenação, eles se mostraram bastante colaborativos com a pesquisa e passei a aplicar os questionários e conversar com quem tive acesso durante a realização da Feira, sem, no entanto, interferir nas atividades. A interação ocorreu nas manhãs de sábado do mês de junho de 2023. Nestas ocasiões também foram feitas fotos do solo e filmagem com uso de drone. As entrevistas foram gravadas para fins de análise de seu conteúdo.

A coleta de dados aconteceu em quatro visitas ao local de realização da Feira (com permanência aproximada de quatro horas, em média) e visita em residência da/o feirante. As entrevistas foram o método principal de coleta de dados, complementadas por conversas informais e espontâneas que ocorreram ao longo da permanência na Feira. Percebemos que nenhum método abstrato de produção de conhecimento pode substituir a vivência do humano, da cultura e do espaço local neste tipo de pesquisa.

Esta aproximação olho-no-olho com as/os feirantes possibilitou a observação da linguagem corporal deles; os aspectos emocionais das expressões e da voz de cada um/a. Este método de observação permitiu sentir e vivenciar o local, observando a organização, os produtos, as vendas realizadas ou frustradas e a interação das/os feirantes com os clientes da comunidade. Observamos também a relação entre eles (concorrência, solidariedade, amizade, simpatia, antipatia etc.) e destes com a equipe de coordenação. Foi possível entender o objeto da pesquisa em sua complexidade, à maneira de Sato (2007), muito além do que a aplicação de questionários ou a análise de documentos pode nos revelar posteriormente.

Acabamos, inclusive, sendo capturadas pela feira, nos rendendo ao consumo no local, convencidos talvez pela palavra envolvente das/os feirantes e pela vibração do lugar. Assim, quase sem perceber, nos tornamos consumidores.

Além deste trabalho de campo *in loco*, aplicamos remotamente alguns questionários e efetuamos conversas telefônicas e troca de mensagens pelo aplicativo *WhatsApp* (principalmente com as/os feirantes desistentes que, por quase não frequentarem mais a Feira, só foi possível contactar e interagir virtualmente, exceto um dos feirantes desistentes, a quem reuni na UFV).

Embora a orientação inicial tenha sido a de não aplicar os questionários no local de realização da Feira, não interferindo nem atrapalhando o funcionamento desta, quase todos as/os feirantes nos enviaram mensagens pedindo para responderem ao questionário

e conversas durante a Feira. Exceto uma feirante, visitada no domicílio desta, na comunidade de Airões. A aplicar os questionários no horário de trabalho das/os feirantes, tomamos todo o cuidado para não interferir na atividade comercial, pausando a pesquisa quando da aproximação de clientes. Embora tenhamos percebido que nossa presença nas bancas de certa forma atiçava a curiosidade e favorecia as vendas (ou seja, as pessoas têm o costume de se aproximar da barraca onde veem outras pessoas, atraídas pelo movimento).

No total acumularam-se 24 questionários respondidos, sendo 19 deles para feirantes atuantes (explicamos: existem 18 barracas, porém uma é dividida para duas com isso a totalidade dos 19 questionários possíveis) e obtivemos a resposta de cinco questionários para feirantes desistentes (de um universo de dez questionários possíveis, ou seja, a metade). Vide modelos dos dois questionários aplicados em anexo.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1. A dimensão humana da feira

No diário de campo (um dos instrumentos utilizados para registrar os dados desta pesquisa) há o registro da primeira visita à feira, no sábado 03 de junho de 2023. Não havia movimento significativo de clientes e nem todos as/os feirantes estavam presentes. Neste dia frio de outono, muitas/os feirantes haviam faltado e outros não tinham preparado as bancas com o costumeiro zelo para a empreitada, pois, no mesmo dia estava ocorrendo o velório de um conhecido de todos.

Neste primeiro contato, a principal atividade de pesquisa, além do reconhecimento geral da Feira – sua aparência, estética, linguagem, estrutura e ocupação do espaço – foi uma longa e reveladora conversa com um/a das/os feirantes, acompanhando de perto sua rotina de vendas, ouvindo sobre suas experiências anteriores, problemas, soluções encontradas e desafios. Houve também o relato sobre como enfrenta e resolve questões pessoais, como produz alegremente o que vende; a carteira de clientes que formou, manteve e expandiu (devido principalmente à oportunidade da Feira). A conversa informal possibilitou compreender aspectos dos relacionamentos criados, como também as atitudes e o posicionamento das/os colegas feirantes em relação às/aos clientes, entre si e na interação com a equipe de coordenação. Falou-se, também, de maneira pessoal, da importância desta Feira neste momento de sua vida, cuja renda a auxilia significativamente, embora variável, imprevisível, mas não raro generosa e surpreendente, como na ocasião das vendas de dezembro último, nas proximidades do Natal.

Ainda de acordo com este depoimento, a Feira também tem importância para manutenção de sua saúde física e mental, pois a sociabilidade, o entretenimento, o movimento humano, ajudam-na a se ocupar e se manter motivada e produtiva. O contato social proporcionado pela Feira (sua personalidade é comunicativa, gregária e extrovertida), faz com que enfrente melhor os problemas de saúde graves diagnosticados recentemente e que nos confidenciou. Por meio de seu relato, percebe-se a importância humana da Feira, para muito além da sua dimensão econômica. Este fazer é responsável por ofertar às pessoas ocupação, sentido, identidade social, vivências, experiências emoções e afetos.

4.2. A feira das 15 mulheres

Ao refletir sobre a Feira observou-se um fato sociológico que desperta a atenção: o predomínio das mulheres feirantes. Das dezoito unidades de comercialização, apenas duas barracas são comandadas por homens; e outras duas são cuidadas por mulheres e seus respectivos maridos. As demais pertencem exclusivamente ao gênero feminino. Em outras palavras, entre os 19 feirantes, temos 15 mulheres, o que corresponde a 79% do total.

Por que mulheres e não homens estão presentes na feira? As causas prováveis deste fenômeno podem ser analisadas de maneira individual e contextualizada a partir dos questionários, mas também podem ser entendidos por diferentes teorias sociológicas, como o “patriarcado”, a ‘divisão sexual do trabalho’ e as “mudanças históricas nas relações de gênero”.

A Feira representa um importante espaço de empoderamento feminino, permitindo que as mulheres ocupem um papel relevante na esfera pública ao comercializar seus produtos e, assim, melhorar sua renda, autonomia e autoestima. Giddens (2008) destaca que o conceito socialmente construído de gênero influencia diretamente na estruturação das sociedades, atribuindo diferentes papéis e identidades aos homens e mulheres, criando uma significativa estratificação social. Historicamente, os papéis atribuídos aos homens têm sido mais valorizados e recompensados, enquanto as mulheres frequentemente foram relegadas a tarefas domésticas e à responsabilidade primária pela educação dos filhos.

Essa divisão de trabalho baseada no gênero contribuiu para desigualdades históricas entre homens e mulheres. A Feira, nesse contexto, evoca lembranças das cozinhas rurais, salas de costura e hortas domésticas, espaços historicamente atribuídos às mulheres. Por outro lado, as atividades agrícolas foram tradicionalmente associadas aos homens. No entanto, a presença predominante das mulheres evidencia uma mudança na dinâmica, proporcionando um ambiente em que elas podem demonstrar suas habilidades, conhecimentos e empreendedorismo, desafiando antigas normas de gênero.

Raewyn Connell destaca a importância de entender as masculinidades e feminilidades como construções sociais, variando de acordo com diferentes contextos culturais. Segundo este autor, “[...] em sociedades patriarcais, como a brasileira, as mulheres muitas vezes assumem papéis subalternos em relação aos homens”. E acrescenta:

Apesar disso, ao longo do último século, houve uma revolução significativa nos papéis sociais de gênero, buscando maior igualdade de oportunidades e direitos entre homens e mulheres. Contudo, ainda persistem desafios e diferenças culturais que afetam a concepção de gênero e sexualidade (Connell, 2015, p. 09).

Para Anacleto (2016), referindo-se às mulheres feirantes em estudo realizado no litoral do Paraná:

As mulheres tiveram sua contribuição ampliada, porque além dos cuidados com o lar e da prole, as mulheres se colocaram à frente de uma nova atividade empreendedora com objetivo de renda. A participação feminina nas atividades empreendedoras exigiu o ajustamento entre o negócio e a família, dado que motivadas por sobrevivência ou melhoria das condições de renda, nas últimas décadas dedicaram maior tempo e trabalho na atividade geradora de renda para contribuir no orçamento familiar evidenciando a transformação no papel e na posição das mulheres brasileiras no meio rural. [...] A mão de obra feminina tem papel preponderante na fixação do homem no campo, [...] o êxodo rural ocorria por ausência de alternativas de renda destinada à mulher, o que incentivava a migração destas famílias para as áreas urbanas, onde as mulheres eram então mais facilmente inseridas no mercado, ainda que esta inserção na maioria das vezes ocorria em subempregos associados aos serviços domésticos. (Anacleto, 2016, p. 139)

Nos diálogos e questionários que realizamos com as mulheres da Feira de Paula Cândido, este fato também se verificou, pois elas revelaram que empreendem principalmente por motivações financeiras. A Feira é uma importante fonte de renda para elas e suas famílias, ainda que por vezes complementar e variável.

Ainda segundo Anacleto (2016):

A renda obtida com a venda da produção foi classificada como o principal fator positivo na atuação nas feiras. [...] Quanto mais avançada a idade da mulher feirante maior é o nível de satisfação com a renda obtida. A maioria das mulheres feirantes do litoral do Paraná relatou que possuem satisfação, se sentem realizadas pessoalmente e profissionalmente com a atuação nas feiras. (ANACLETO, 2016, p. 139)

As mulheres feirantes de Paula Cândido também se sentem realizadas e satisfeitas na atividade, como as do Paraná, mas também enfrentam desafios, problemas, dificuldades e necessidades, que serão descritas e analisadas adiante.

Em estudo sobre a feira livre de Barbacena-MG, Silva (2021), focando nas representações sociais das mulheres feirantes e suas experiências, destaca que elas atribuem à atividade uma “função econômica e de autonomia financeira”, bem como uma “função socializadora e de valorização dos produtos comercializados”. A feira é vista como “um espaço de hibridação”, onde se encontram “feirantes que seguem uma tradição familiar e outros que buscam na feira uma alternativa para escapar da precarização do trabalho”.

Ainda segundo a autora, “as mulheres relatam melhor autonomia financeira, que resulta em maior poder decisório no âmbito familiar. No entanto, “a inclusão econômica nem sempre corresponde à inclusão social completa”, visto que as feirantes enfrentam desafios pessoais e institucionais, como a sobrecarga de trabalho”. Esta pesquisa evidencia a satisfação das mulheres feirantes em relação à autorrealização, mas alerta para a necessidade de enfrentar as vulnerabilidades presentes, buscando uma inclusão mais ampla.

Em congruência com essas pesquisas, podemos compreender a Feira de Paula Cândido como uma oportunidade social de empoderamento feminino, um importante instrumento por meio do qual as/os feirantes buscam e lutam por independência econômica e participação na força de trabalho.

4.3. Análise espacial da Feira

De acordo com o planejamento inicial da Feira são ao todo 18 barracas, como mencionado anteriormente, mas nem sempre o conjunto se completa, pois na realidade do dia a dia sempre há feirantes faltantes, devido a acontecimentos pessoais e imprevisibilidades.

Os lugares ocupados por cada feirante são constantes, ou seja, as/s companheiras/os laterais são quase sempre as/os mesmas/os, o que acabou gerando certa camaradagem e trabalho solidário entre a vizinhança, o que se revela nas necessidades de saídas, em que um/a feirante cuida da barraca da/o que se ausentou e atende as/os clientes que porventura apareçam.

Sobre o espaço em que se organiza a Feira, percebe-se no local o que parece ser uma divisão informal entre o “pessoal de baixo” e “o pessoal de cima”. Este fato foi citado durante os diálogos informais. Durante estas conversas percebemos que as/os feirantes e clientes se referiam “ao pessoal de cima” ou “de baixo”, como por exemplo: “Estou bem com os meus vizinhos aqui de cima”, ou “[...] lá embaixo você encontra.” A classificação é relevante por apresentar certas “vantagens” ou “desvantagens” em relação à localização determinada pela equipe de coordenação.

Para entender esta questão, nota-se que aproximadamente no meio da formação da Feira (Figuras 2, 3 e 4) existem árvores grandes, ficando a maior parte de um grupo

até uma das árvores; e a outra parte das barracas depois destes marcos. Assim sendo, a parte baixa é composta pelas barracas de chope, pastel, churrasco, café, hortaliça, entre outras. Esta fração da Feira fica também próxima ao prédio da prefeitura, onde são realizados eventos ocasionais, como bingos e de onde parte o som da música ao vivo, mais audível nesta primeira metade da formação. Há também um barzinho em frente à feira, na parte baixa, bastante frequentado pelos locais, o que tende a atrair o movimento (e conseqüentemente as vendas e o sucesso financeiro) para esta parte baixa, que é entendida, portanto, como a metade favorecida e preferível da Feira.

Figura 2. Visão de uma das entradas da feira.



Fonte: Acervo pessoal.

Figura 3. Visão geral da feira.



Fonte: Acervo pessoal.

Figura 4. Representação gráfica da divisão espacial da Feira.



Fonte: Acervo pessoal.

Notamos que a outra metade da feira é também bastante frequentada, muitas vezes por pessoas com interesses e hábitos diferentes do outro polo. Mas a parte central da Feira é menos movimentada do que as duas extremidades.

Cada barraca é uma realidade complexa e distinta da outra, porém identificamos estes polos, o que nos leva a refletir sobre as (im)possibilidades de uma formação mais democrática e espacialmente igualitária, sendo talvez o ideal, no plano das ideias, uma formação circular e equidistante da música ao vivo e das atividades promovidas ocasionalmente, como o bingo. Se isto não for possível espacialmente, pode-se apelar por certa flexibilidade temporal ou rotatividade nas posições das barracas.

4.4. Os questionários como instrumento de coleta de dados

A aplicação de questionários resultou em respostas curtas, resumidas, fazendo-se necessário entender o motivo deste fenômeno e refletir sobre o instrumento. Há múltiplas razões pelas quais as/os feirantes se manifestaram de forma concisa nos questionários. Ainda que tenham se mostrado colaborativos, a própria pesquisa pode ter suscitado certa desconfiança, por não compreenderem integralmente sua finalidade. Outro aspecto é que estavam focados em atender seus clientes e gerenciar seus estandes (embora a nossa postura de não interferir no fluxo da feira), além das preocupações com o tempo e a produtividade. Talvez as perguntas possam ter gerado algum tipo de incompreensão. De fato, muitos solicitaram explicações adicionais sobre alguns tópicos, principalmente quanto ao apoio recebido para participarem da Feira. Também é possível que tenham percebido a resposta ao questionário como uma tarefa desnecessária.

Feitas essas ponderações, segue a análise dos raciocínios, julgamentos, emoções, fluxo de consciência ou narrativas destes atores, dando voz as/os feirantes, valendo-se tanto dos questionários formais como dos diálogos espontâneos aplicados, gravados e alguns dos quais transcritos para esta pesquisa, iniciando pela perspectiva das/os feirantes desistentes.

4.5. Feirantes desistentes

O objetivo deste tópico é analisar a experiência das/os feirantes desistentes. Foram entrevistados cinco ex-feirantes, quase todas/os de maneira remota, por meio do

aplicativo *WhatsApp* ou por telefone. Estes questionários, como dissemos anteriormente, correspondem à metade das pessoas que desistiram de participar da Feira.

Uma primeira dificuldade com as/os feirantes desistentes foi a dificuldade ou impossibilidade de encontrá-los para realização de uma entrevista pessoalmente, uma vez que alegaram estar envolvidos em outras atividades e quase não frequentam mais a Feira. Muitos não responderam ao nosso contato.

De acordo com os resultados obtidos, quanto à duração de sua participação na Feira, alguns trabalharam por um curto período, como dois meses, enquanto outros permaneceram por quase ano. A maioria relatou experiências positivas, como lucratividade e oportunidades de interação social. Extraímos também de suas respostas que, em sua visão, a presença de clientes sofreu uma certa diminuição ao longo do tempo, o que, por vezes, resultou em prejuízos.

Quando perguntados sobre o(s) motivo(s) da desistência de participar na Feira, obtivemos respostas variadas, sintetizadas nos depoimentos a seguir

- a) Ex-feirante 1: Bem, não sei por desistência, fui comunicada que eu não faria mais parte da feira, por causa de faltas, pois eu estava trabalhando e expliquei que não poderia comparecer todos os sábados, mas por critério da feira, eu fui afastada.⁴
- b) Ex-feirante 2: Engravidei, e minha bebê só se alimentava no peito o que dificultava produzir e estar presente na feira; e também por causa das faltas que eu estava tendo.
- c) Ex-feirante 3: Arrumei um serviço fixo e não estava conseguindo conciliar os dois, tentei continuar levando a minha mãe para participar (indo fazer a feira), porém tinha que levá-la até à feira e depois ir trabalhar, e não estava conseguindo chegar a tempo no serviço.
- d) Ex-feirante 4: Eu desisti por conta que arrumei trabalho fixo, era eu e minha cunhada, deixei só para ela mesma, pois já tinha arrumado.
- e) Ex-feirante 5: A pessoa da qual me acompanhava faleceu. Aí desanimei de ir, motivos pessoais.

No que diz respeito ao retorno financeiro, a maioria das/os feirantes relatou ter conseguido rendimentos satisfatórios. Também disseram que a participação na Feira aumentou a visibilidade de seus produtos e trabalhos. Alguns destacaram que a experiência

⁴ Importante ressaltar que o desligamento por faltas não justificadas está presente no Regimento da Feira, que foi elaborado de forma participativa com facilitação da ITCP/UFV. Antes de haver desligamento, a/o feirante é comunicado que a não apresentação de justificativa às faltas pode acarretar desligamento, sendo concedido prazo para a regularização da situação. Permanecendo a pendência, o caso é levado à reunião do coletivo de feirantes, que toma a decisão sobre a exclusão ou não da/o feirante por descumprimento do regimento.

ajudou a superar a timidez e a potencializar as habilidades de vendas. No entanto, houve relatos de dificuldades quando os produtos não eram totalmente vendidos, resultando em prejuízos (principalmente os produtos perecíveis).

Foram relatadas dificuldades com transporte, baixa produção de produtos (pois os estoques acabavam rapidamente). Além disso, alguns feirantes mencionaram a dificuldade de equilibrar o cansaço físico e a obrigação de comparecer às feiras semanalmente.

Quanto ao apoio externo recebido, foi positivo segundo as respostas, inclusive com menção direta quanto à importância do suporte proporcionado pela EMATER-MG e pela municipalidade. Os auxílios relatados incluíam apoio com transporte, organização e atrações culturais. No entanto, houve sugestões pontuais para que esse apoio pudesse ser “mais abrangente e democrático”. A maioria das/os feirantes relatou também ter recebido auxílio e suporte da equipe de coordenação da feira: organização, orientações, cursos, palestras, reuniões e acesso a informações relevantes.

Descobriu-se com a aplicação dos questionários que são raras as visitas das/os feirantes desistentes à Feira. Dificuldades com o tempo, e outras responsabilidades profissionais e domésticas são os impeditivos comuns. Quando perguntados sobre o que poderia ser aprimorado na Feira, as sugestões incluíam: aumentar o número de barracas, ter um palco para apresentações musicais e culturais, flexibilizar as restrições à venda de produtos similares e “ajustar o horário de funcionamento”.

Quando questionados sobre como atrair mais clientes para a Feira, as sugestões também variaram, desde “preços mais baixos em comparação ao mercado”, até “trazer músicas ao vivo regularmente, realizar bingos e rifas com mais frequência”. Ao serem questionados se recomendariam a participação na feira para outras/os feirantes, a maioria respondeu afirmativamente. E destacaram a oportunidade oferecida pela Feira de promover produtos, expandir negócios e contribuir para o desenvolvimento da agricultura local e do artesanato.

Em resumo, as/os feirantes desistentes relataram experiências positivas com a feira, com duração média de participação de cerca de seis meses. Os motivos de desistência variaram, e são compreensíveis e corriqueiros, incluindo motivos pessoais, afazeres domésticos e conciliação com outros trabalhos, oportunidades e responsabilidades, além da impossibilidade de seguir todas as regras da organização, como a constância na participação. A Feira impactou positivamente os negócios das/os feirantes desistentes,

aumentando a visibilidade de seus produtos e trabalhos e proporcionando lucros. No entanto, também houve casos em que as/os feirantes enfrentaram prejuízos devido a vendas insuficientes. As principais dificuldades enfrentadas foram relacionadas ao transporte, baixa produção e equilíbrio com os compromissos e responsabilidades. O apoio recebido pelas/os feirantes desistentes foi relatado como positivo. Embora a frequência de visitas à feira após a desistência tenha sido reduzida, a maioria das/os feirantes recomendou a participação na feira. Sugestões para melhorias incluem diversificação da oferta de produtos, ajustes no horário, e maior apoio as/os feirantes, visando melhorar a experiência geral da feira e atrair mais clientes.

4.6. Feirantes atuantes

4.6.1 Sobre a experiência das/os feirantes e sobre a consistência da Feira

Quando perguntados sobre a data do início de suas atividades na feira, os dezenove feirantes entrevistados responderam de quatro maneiras distintas. Como estamos em finais de junho de 2023, contamos o tempo decorrido desde o início das atividades destes feirantes atuantes (que pode ser convertido em semanas passadas ou edições de feira, não descontadas as faltas individuais), obtendo os seguintes resultados:

- (1 ano e 7 meses) – desde novembro/2021 – 14 participantes
- (1 ano e 3 meses) – desde março/2022 – 1 participante
- (1 ano) – desde junho/2022 – 2 participantes
- (9 meses) – setembro/2022 – 2 participantes

Notamos também que 74% das/os feirantes participam da Feira desde o seu início, o que demonstra a consistência do evento e a relativamente baixa rotatividade entre participantes. Este percentual, *per si*, também pode ser um indicador de que a permanência na Feira, apesar das dificuldades já citadas, tem sido possível e/ou vantajosa para a maioria das/os feirantes.

4.6.2. Motivação para participar da Feira

Através de uma análise cuidadosa, resumimos em um quadro conceitual as 19 respostas obtidas sobre a motivação inicial das/os feirantes para participar do evento.

Segue abaixo a apresentação sumária das principais respostas, que agrupamos em “quatro categorias de motivação”.

Quadro 2. Motivos alegados para participar da Feira.

CATEGORIA DA MOTIVAÇÃO	RESUMO DO CONTEÚDO DAS RESPOSTAS	NÚMERO DE FEIRANTES
Financeira	Busca por Renda Extra	8
Social	Convite da EMATER-MG / Convite Pessoal / Curiosidade	4
Trabalho	Produção / Ocupação do Tempo	2
Preocupação Ambiental	Evitar desperdício de alimentos	1

Fonte: Elaborado pela autora.

Este quadro nos permite entender que a maioria das/os feirantes foi atraída à Feira principalmente pelos incentivos financeiros oportunizados, que, de fato, quando comparada a outras atividades de empreendedorismo, necessita de pequeno investimento e possui certa flexibilidade enquanto ocupação, possível de ser concatenada com outras atividades. A feira também, como circuito de comércio curto e sem atravessadores, conforme analisamos ao longo desta pesquisa, permite aos produtores escoar de maneira rápida, sem atravessadores, os produtos cultivados ou o excedente de suas produções.

Este fato também evidencia a necessidade de manter os esforços e incentivos para garantir a renda das/os feirantes e a importância deste retorno financeiro para garantir a continuidade e sobrevivência futura da Feira.

O Quadro 2 nos revela, também, a importância das relações sociais como incentivadoras, motivadoras e mobilizadoras fundamentais da Feira, o que valida o trabalho da equipe de coordenação e implementação da feira, conforme relatado pelo estudo de Lopes (2022). As respostas também evidenciaram que as/os feirantes possuem alguns valores e princípios éticos básicos, como evitar o desperdício de alimentos e aproveitar o tempo pessoal com ocupações úteis e produtivas, de maneira responsável e ética.

Talvez estes mesmos princípios nobres, presentes entre as/os feirantes do interior, estejam ausentes nas grandes corporações de produção, comércio e distribuição de alimentos, conforme relatado por Wilkinson (2003), que analisamos detidamente no referencial teórico apresentado anteriormente.

4.6.3. Experiências anteriores em feiras livres

Descobrimos que a maioria das/os feirantes de Paula Cândido é iniciante na atividade, sendo que para 65% destes atores é a primeira experiência em uma feira, sendo uma importante oportunidade para comercializar seus produtos.

Já para 15 dos 19 participantes, ou 75% do total, (incluindo os outros dois atores que participaram de feiras anteriores em Paula Cândido, listados na última linha do Quadro), o município atual é a única cidade em que exerceram o papel de feirantes, presente ou passada, o que demonstra uma vez mais a importância das feiras locais nos pequenos municípios, para dar vazão à produção destes atores, comprovando que as feiras de produtores têm o potencial de inclusão socioproductiva.

Quadro 3. Respostas das/os feirantes sobre experiências em feiras livres.

RESPOSTAS DAS/OS FEIRANTES SOBRE EXPERIÊNCIAS ANTERIORES EM FEIRAS LIVRES	NÚMERO
Não	11
Sim. Participa da feira em Viçosa aos sábados.	1
Sim, 6 anos na feira de Viçosa. Parou na Pandemia.	1
Sim / Teresópolis durante 10 anos / São Paulo / Outras cidades: 20 anos	4
Sim, das Feiras Anteriores de Paula Cândido	2

Fonte: Elaborado pela autora.

Os outros 25%, conforme ilustrado no Quadro 3, possuem experiências variadas em Viçosa, Teresópolis, São Paulo e outras cidades, o que é muito positivo para a Feira, pois tais experiências podem ser compartilhadas (ou aprendidas por meio da observação e imitação) com as/os feirantes locais.

Segundo Sato (2007, p. 100), falando sobre as regras implícitas, raramente conversadas, mas aprendidas com a prática da feira:

Para ser feirante é necessário adquirir qualificações de natureza técnica, digamos assim, que dizem respeito à capacidade de conduzir economicamente o “negócio”; mas é também, ou acima de tudo, compreender o texto social que o tempo todo está impresso nos pequenos fazeres, mas que não se oferece com um guia de interpretação. Para os que estão imersos no *métier*, nem sempre é possível explicitá-lo verbalmente pois está tão próximo deles mesmos como a pele do corpo que não se destaca e nem sequer percebem que os constitui. Para os que estão imersos na rede de significados, “ser” é ser assim, condição que não se presta facilmente ao distanciamento, ao estranhamento e ao questionamento.

Como há feirantes experientes na Feira, este *metiér* de outras feiras pode ter sido transmitido para a Feira estudada.

4.6.4. Sobre os produtos comercializados e variações ao longo do tempo

As/os feirantes dão especial importância e atenção à qualidade, variedade e quantidade de produtos que ofertam na feira, como será apresentado neste e em outros itens da presente pesquisa.

Em resposta à pergunta “O que você comercializa na Feira?” obtivemos as informações que organizamos no Quadro 4, apresentado a seguir, em que também apresentamos o número de barracas em que tais itens aparecem e a origem do produto em quatro categorias focadas na “natureza do trabalho humano” necessário para que tais produtos chegassem à feira.

- Alimento fresco e não beneficiado ou processado (perecível, sujeito à perda, originário das atividades de plantio, cultivo e colheita, podendo passar também por classificação, limpeza e embalagem).
- Produtos naturais (como mel, própolis e flores, relativamente similares aos da categoria anterior).
- Produtos artesanais: que envolvem certas habilidades artísticas e algum trabalho como corte, costura, pintura etc., e que não são perecíveis.
- Processado ou quitanda: produtos de origem caseira e artesanal, que envolveram algum processo de preparo e cozimento anterior.

O Quadro 4 também apresenta a frequência em que tais itens aparecem, do maior número para o menor. Estes números não podem ser considerados exatos, porque algumas respostas são de difícil classificação, como o exemplo do feirante que respondeu vender: “Tudo o que planta e dá certo, agora está sendo hortaliças. O que planta, pega e fica bonito.”

Quadro 4. Produtos comercializados e sua origem.

PRODUTO	BARRACAS QUE COMERCIALIZAM O PRODUTO	ORIGEM
Doces caseiros	3	Processado
Café especial	3	Processado
Pastel	2	Processado
Suculenta	2	Alimento Fresco
Legumes	2	Alimento Fresco
Frutas	2	Alimento Fresco
Artesanato	2	Artesanal
Tapete	2	Artesanal
Rosquinha	2	Processado
Bolo	2	Processado
Hortaliças	2	Alimento Fresco
Tomate cereja	1	Alimento Fresco
Vagem	1	Alimento Fresco
Pimentão colorido	1	Alimento Fresco
Flores	1	Natural
Caldo de cana	1	Alimento Fresco
Espetinho de porco	1	Processado
Linguiça	1	Processado
Mel	1	Naturais
Própolis	1	Naturais
Pano de prato	1	Artesanal
Pão Integral	1	Processado
Pão de mel	1	Processado
Bolsas	1	Artesanal
Acessórios	1	Artesanal
Chaveiros de bonequinhos	1	Artesanal
Mochila	1	Artesanal
Jogo americano	1	Artesanal
Quitandas	1	Processado
Mandioca	1	Alimento Fresco
Feijão	1	Alimento Fresco
Torresmo	1	Processado
Chope	1	Processado
Sabão caseiro	1	Processado

Fonte: Elaborado pela autora.

A análise a seguir fornece uma visão geral da distribuição dos produtos em relação à sua origem, considerando as categorias em apresentadas no Quadro 4. É importante observar que a porcentagem total excede 100% porque alguns produtos se enquadram em mais de uma categoria (por exemplo, um produto pode ser classificado como “Processado / Doméstico” e “Artesanal” ao mesmo tempo).

- Processado: 14 produtos (42,4%)
- Alimento Fresco: 11 produtos (33,3%)
- Artesanal: 7 produtos (21,2%)
- Natural: 3 produtos (9,21%)

A maioria destes produtos, como é possível compreender a partir das categorias que criamos, chegam à feira a partir do trabalho das mulheres e são por elas comercializados na mesma.

Outra pergunta pertinente ao tema da presente discussão questiona sobre a variação dos produtos e reflete a habilidade das/os feirantes em se adaptar às demandas da feira, demonstrando sua mobilidade e criatividade. Ao longo do tempo, eles aprendem a diversificar e aumentar a produção, ou aprimorar a qualidade e o cuidado no preparo dos produtos. Além disso, é importante ressaltar a necessidade de se adaptar às mudanças sazonais e às diferentes safras que ocorrem ao longo do ano. O Quadro 5 ilustra essa capacidade e necessidade de adaptação.

Quadro 5. Variação de produtos ao longo do tempo.

RESPOSTA	FREQUÊNCIA
Varia pouco, depende da safra (estação das hortaliças) / Já trouxe bolos / Já tentou vender pão de cebola, porém não teve a saída necessária / já aumentou / Evoluiu o artesanato	9
Sempre os mesmos produtos / sempre tecidos / sempre doces	10

Fonte: Elaborado pela autora.

4.6.5. Sobre a importância da renda obtida na Feira

A maioria dos participantes (13 de 19), não considera a Feira como sua principal fonte de renda, embora alguns destes atores tenham afirmado que ela tem sido sua principal fonte de renda recentemente (o que não se confirmaria se considerassem todo o tempo em que participaram da Feira, incluindo o período grave da pandemia da COVID-19).

Com base nas respostas, podemos fazer outras inferências. Entre os participantes que afirmaram que a Feira é sua principal fonte de renda, há aqueles que também têm outras atividades complementares, lembrando que a Feira, embora exija um longo tempo para produção e pré-preparo dos produtos comercializados, permite certa flexibilidade a esta dedicação, por vezes não ocupando todo o tempo das pessoas e permitindo que alguns se dediquem a outras tarefas e até mesmo a trabalhos formais.

Diferentes fontes de renda mencionadas pelos participantes incluem trabalhar em lavouras de café, ser aposentada/o, trabalhar em um colégio, ter uma pastelaria, ser costureira, trabalhar na prefeitura, fazer “bicos”, dentre outros. Algumas/uns participantes também mencionaram receber auxílio governamental e realizar vendas além da Feira. Ela não é, portanto, a principal fonte de renda da maioria das/os participantes; e muitos deles desempenham outras atividades para complementar seu sustento. Além disso, parece haver uma diversidade de ocupações e atividades entre as/os participantes, o que demonstra a variedade de perfis. De todo modo é surpreendente e notável o fato de a Feira ser a principal fonte de sustento para seis dos 19 entrevistados. Isto demonstra a importância da atividade para a vida econômica e o bem-estar dos envolvidos.

No tópico sobre as motivações iniciais para participar da Feira, vimos a importância dos ganhos possíveis para atrair as primeiras feirantes e para o sucesso e continuidade da Feira. Tais anseios se realizaram parcialmente na prática, mostrando o sucesso do planejamento inicial. A pergunta 9 do questionário também elucida sobre a renda na Feira e sua importância, podendo ser comparada com as respostas obtidas anteriormente.

Quadro 6. Percepção das/os feirantes sobre a melhoria de renda com a participação na Feira.

RESPOSTA	CATEGORIA
Melhorou muito. (Entrevistada/o 2)	Muito
Sim, aumentou muito. (Entrevistada/o 6)	
Sim, acaba sendo a principal. (Entrevistada/o 8)	
Sim, afetou ajudando a comprar o remédio do marido. (Entrevistada/o 9)	
Sim, afetou positivamente, já que está sendo a principal fonte de renda. (Entrevistada/o 10)	
Sim, renda com garantia e a principal hoje em dia. (Entrevistada/o 13)	
Sim, afetou. É a principal renda atualmente. (Entrevistada/o 17)	
Melhorou um pouco, é só mais visibilidade. (Entrevistada/o 1)	
Sim, melhorou. (Entrevistada/o 5)	
Sim, começou a mostrar seus artesanatos para as pessoas de Paula Cândido e assim receber encomendas. (Entrevistada/o 7)	
Sim, porém a maioria são clientes do Instagram/WhatsApp que convertem para comprarem na feira. (Entrevistada/o 11)	Médio
Sim, ajudou bastante. É uma renda extra. (Entrevistada/o 12)	
Sim, aumentou a renda e pelas pessoas conhecerem os produtos começaram a fazer encomendas. (Entrevistada/o 16)	
Melhorou. (Entrevistada/o 18)	
Sim, aumentou a renda. (Entrevistada/o 19)	
Sim, a princípio aumentou, e agora está em baixa (Entrevistada/o 4).	Baixo
Acaba que não se utiliza tanto o dinheiro da feira, às vezes dá prejuízo. (Entrevistada/o 14)	
Pouco, no início era melhor quando tinha música ao vivo. (Entrevistada/o 15)	
No começo sim, agora nem tanto. Se for colocar na ponta do lápis, não está pensando participar. (Entrevistada/o 3)	

Fonte: Elaborado pela autora.

Com base na classificação das respostas a partir das categorias apresentadas no Quadro 6 observamos que 42% afirmaram ter percebido que aumento relativo (“médio”) na renda em comparação ao período anterior à participação na Feira; 36,8% perceberam que a renda “melhorou muito”; 21% afirmaram que houve aumento não significativo de renda (“baixo”) com a Feira.

A maior parte das respostas indicou, portanto, a percepção de um “impacto considerável” na renda. Isso também sugere que a Feira teve um efeito positivo para fração significativa dos participantes. Importante fazer ressalvas sobre a efetividade do

instrumento (questionário com coleta de percepção), do limitado espaço amostral e das limitações e variações da linguagem e da interpretação.

Dada a importância dos rendimentos para a continuidade da Feira e para a qualidade de vida e o bem-estar das pessoas, sugere-se aos coordenadores e assessores da Feira, ou ao coletivo das/os feirantes, investigar mais a fundo esta questão e auxiliar estes atores a superar as dificuldades que enfrentam, seja quanto à natureza dos produtos, posição ocupada na Feira, abordagem da clientela, marketing, estética e outros aspectos.

Quanto às formas ou canais utilizados para comercializar os seus produtos (além da Feira) as respostas obtidas, resumidas e classificadas no Quadro abaixo, revelaram que para apenas dois feirantes, a Feira oferece o único circuito de comércio para dar vazão a seus produtos.

Quadro 7. Resposta ao questionamento “vende em outros lugares ou para alguém?”.

IDENTIFICAÇÃO INDIVIDUAL DE OUTROS LOCAIS DE COMERCIALIZAÇÃO
Pega serviço, eventos por fora. (Entrevistada/o 18)
Vende por encomendas, participação de eventos. (Entrevistada/o 10)
Vende pela Internet, pronta entrega em casa. (Entrevistada/o 7)
Pronta entrega em casa, encomendas (Entrevistada/o 8)
Entrega na escola, supermercados (Entrevistada/o 5)
Feira Livre em Viçosa, encomendas de café, supermercados, escola. (Entrevistada/o 4)
Vende pelo Instagram, WhatsApp. (Entrevistada/o 10)
Vende para vizinhos, trocas com vizinhos, grupo de dança, encomendas. (Entrevistada/o 14)
Encomendas, lojinha de cosméticos da Avon/Natura. (Entrevistada/o 15)
Vende por encomendas. (Entrevistada/o 17)
Entrega chopp, hortaliça ao Terra Saraiva, sacolões (Entrevistada/o 1)
Tem pastelaria (Entrevistada/o 2)
Vende espetinho no Salão de Baile em Paula Cândido (Entrevistada/o 3)
Sim, em casa. (Entrevistada/o 6)
Para escolas, em cidades vizinhas. (Entrevistada/o 12)
Procuras em casa. (Entrevistada/o 13)
Sim, vende a maioria por encomendas. (Entrevistada/o 16)
Por enquanto não. (Entrevistada/o 19)
Só na feira (Entrevistada/o 9)

Fonte: Elaborado pela autora.

4.6.6. Dificuldades enfrentadas e apoio recebido

As dificuldades enfrentadas pelas/os feirantes revelaram-se diversas e singulares, havendo relatos de problemas com a produção, passando pelo transporte, qualidade das estradas, chuvas, logística das barracas, apoio da prefeitura, margem de lucro, até dificuldades sociais no trato com outras/os feirantes e clientes. Há também os que alegaram não ter dificuldades (25%). Reunimos as respostas das/os feirantes no Quadro 8.

Quadro 8. Dificuldades relatadas percebidas em relação à participação na Feira.

TIPO DA DIFICULDADE	NÚMERO DE RESPOSTAS	RELATO DA/ENTREVISTADA/O
Transporte	2	Trazer todos os equipamentos no carro uno, transporte de carona
Condições climáticas	3	Chuva atrapalha, dificuldades devido à estrada de terra e barro na chuva, estragar produtos expostos devido à chuva
Organização e Apoio da Prefeitura	2	Montar e desmontar as barracas, falta de local adequado para guardar as barracas Diminuição do apoio da prefeitura, falta de atendimento às necessidades da Feira
Preço e margem de lucro	1	Margem baixa de lucro devido ao preço considerado caro pela população
Produção e produtos	1	Perda de produção devido a pragas e falta de uso de agrotóxicos, falta de insumos para produção
Conflitos	1	Conflito de interesse com outros participantes
Não vê dificuldades	4	Não acha que tem dificuldades, não vê dificuldade, não vê que tem, acha que tudo é aprendido

Fonte: Elaborado pela autora.

As falas quanto ao transporte refletem as dificuldades de deslocamento enfrentadas pelas/os feirantes são desiguais, a depender das distâncias, dos veículos disponíveis e da qualidade das estradas rurais, geralmente agravadas na época de chuvas. As chuvas abundantes na região são um fator que pode trazer dificuldades para o dia a dia do funcionamento da Feira, afetando o ambiente das barracas e dos produtos expostos, diminuindo também o movimento.

As dificuldades relatadas quanto à organização e ao apoio da prefeitura, que um profissional para a montagem e desmontagem das barracas (atividade trabalhosa e que

demanda tempo e energia dos participantes), bem como de um local adequado para seu armazenamento. Existe a intenção inicial da organização da Feira de que os atores se tornem independentes e autogeridos, como relatado por Lopes (2022), mas a percepção da diminuição do apoio da prefeitura e a falta de atendimento às necessidades dos participantes têm criado um ambiente não favorável à realização da Feira.

Quanto à margem de lucro baixa citada, um/a feirante relacionou tal fato de os produtos serem percebidos como “caros” pelos potenciais compradores. Outra/o feirante relatou a dificuldade com a produção, falando da falta de controle de pragas e do uso limitado de agrotóxicos, que podem levar à perda de produção. O uso de agrotóxicos é sempre questionável, sendo tema de pesquisas interdisciplinares e infindáveis debates. No entanto, a proteção eficiente das culturas contra pragas e doenças, além do acesso à informação e insumos necessários para a produção, podem afetar tanto a quantidade quanto o preço e a qualidade dos produtos oferecidos na feira. É importante ressaltar que o apoio da ITCP-UFV se fundamenta na agroecologia, possibilitando ações educativas para a produção e comercialização de produtos livres de agrotóxicos.

Há, por fim, como em quase todos os grupos, os problemas de natureza social, pouco relatados, mas que podem ser aprendidos, resolvidos e trabalhados por meio de reflexões, conversas e aprendizados constantes; e que revelam a necessidade de alguma assistência social ou psicológica as/os feirantes em determinadas ocasiões.

Analisando as respostas das/os feirantes quanto ao apoio recebido para superar as inúmeras dificuldades que enfrentam no dia a dia da feira desde o início, dificuldades como as relatadas nos parágrafos anteriores, podemos tirar conclusões sobre os sentimentos pessoais de gratidão e reconhecimento ou não do trabalho das instituições ou sobre suas percepções de apoio ou desamparo (Quadro 9).

Quadro 9. Percepção das/os feirantes quanto ao apoio recebido.

INSTITUIÇÕES	NÚMERO DE MENCÕES	TIPO DE APOIO RECEBIDO
EMATER-MG	9	Cursos / Semana do Fazendeiro
Prefeitura	7	Vale Feira (mais citado) / Espaço/ Energia elétrica sem cobrar / Barracas / Pessoa para montar barracas / Vereadores no início / Van para transporte de 12 pessoas para Airões (Hoje apenas duas)
Sindicato Rural	1	Não descrito
ITCP/UFV	2	Presença
-	2	Não identificam qualquer tipo de apoio à feira

Fonte: Elaborado pela autora.

É importante destacar que algumas pessoas mencionaram o apoio de mais de uma organização. Por exemplo, a EMATER-MG e a prefeitura foram mencionadas juntas diversas vezes. O apoio da prefeitura foi percebido pelas/os feirantes como maior e mais relevante principalmente no início do empreendimento. Porém, no questionário, há um relato de que os “400 funcionários da prefeitura” (Entrevistada/o 14) não tem o hábito de utilizar o Vale Feira, por ser de “apenas 10 reais” (Entrevistada/o 14), o que seria individualmente pouco significativo.

Segundo as/os feirantes, a prefeitura contribuiu com a cedência de espaço, fornecimento de luz e a criação do “vale feira” para os funcionários. O apoio da EMATER-MG variou de cursos e orientações até apoio para participar da Semana do Fazendeiro⁵ (evento anual que acontece na vizinha cidade de Viçosa, possibilitando aumentar os clientes e as vendas). Apenas dois feirantes expressaram a percepção de não receber apoio algum para participar da feira.

4.6.7. A Feira como forma eficaz de promover produtos

Todas/os as/os feirantes responderam de maneira positiva a percepção da Feira como forma eficaz de promover e comercializar seus produtos. Um/a entrevistada citou o fato de as/os feirantes passarem a ser convidadas/os a participar de eventos organizados no município, o que contribui para a promoção de seus produtos, como também ajudam

⁵ Na realidade, a participação de feirantes na Semana do Fazendeiro ocorreu na “Feira do Bem Viver”, evento que é parte da Troca de Saberes. A mobilização e apoio para a participação foi iniciativa da ITCP/UFV. A prefeitura apoiou com fornecimento de transporte para o deslocamento entre Paula Cândido e Viçosa. A EMATER-MG não se envolveu diretamente nesta iniciativa.

nas vendas, pois “pega mais público”, “as pessoas ficam sabendo”. Outras/os destacam que a participação em eventos faz com que a Feira tenha maior visibilidade, “tem gente que ainda não conhece a feira e procura”.

A Feira também é citada como uma “vitrine” para a produção local, tanto artesanato quanto os alimentos, pois “muitas pessoas acham que a gente não produz, e na feira vê que tem produção e qualidade”.

4.6.8. Sobre a organização da Feira e outros aspectos relatados

Em resposta à pergunta “De forma geral, como você acha que a Feira está atualmente em relação ao momento em que você começou a participar?”, obtivemos uma resposta um pouco mais expressiva e complexa, que de certa forma resume as demais respostas:

É uma coisa que a gente vem observando. Tem coisas que melhorou, tem coisas que tem que melhorar, tem coisa que vem assim “muito gogó”, fala demais, na teoria é uma coisa e na prática é diferente. Precisa melhorar, a gente que é feirante, a Emater, o pessoal que ajuda a gente a organizar.

Às vezes a pessoa fala “– ah vamos fazer isso, vai ser assim”. Quando chega no “assim”, pula pra “lá” e não fica nem assim, nem lá, fica aquele negócio de jogo de empurra. Tem que ser bem mais elaborado. (Entrevistada/o 14)

Em resumo, esta feirante acredita que a Feira teve melhorias pontuais, mas ainda precisa de aprimoramentos, especialmente no que diz respeito à organização, comunicação e execução prática das ideias e propostas discutidas teoricamente entre os atores envolvidos.

Outras/os seis feirantes acreditam que a Feira piorou. Para quatro dela/es a Feira teria perdido clientes (“movimento diminuiu” Entrevistada/o 5) e em consequência as vendas teriam caído. Para dois outras/os a piora se deveu à suposta diminuição de apoio, tanto da Prefeitura quanto da EMATER-MG.

Cinco feirantes não perceberam modificações na Feira desde a sua origem, “funcionando tranquilamente”, ou com os mesmos “produtos repetidos” ou “rivalidades”. Para seis outras/os feirantes entrevistados (30% do total) a Feira melhorou. A organização melhorou como um coletivo, com conscientização das/os feirantes, estabilidade, cursos, engajamentos, vivências, elos. Embora um destes também tenha respondido que a diminuição do apoio da prefeitura afetou negativamente “as coisas”.

Percebe-se, portanto, que as/os feirantes estão bastante divididas em relação às transformações da Feira com o tempo, e que suas reclamações principais são quanto a uma queda percebida na frequência dos clientes à feira e na diminuição do apoio institucional.

Quando perguntadas/os sobre a causa destas melhorias, estabilidade ou deterioramento da Feira, quatro feirantes responderam em suas palavras que a população perdeu emprego, renda e diminuiu o consumo; outra/o percebeu exatamente o contrário, afirmando que as pessoas estão consumindo mais. Um/a feirante afirmou que as pessoas estão utilizando mais o Vale Feira. Dois outras/os responderam assim: “A gente não conseguia produzir por causa da chuva e com isso foi disponibilizados cursos para ensinar meios de produção para época de chuva” (Entrevistada/o 13); e “Quando iniciou tinha mais apoio da prefeitura, ajudavam com músicas ao vivo e atualmente é por conta das/os feirantes, e isso impactou negativamente no movimento da feira” (Entrevistada/o 17); e também dois feirantes deram ênfase às “barracas novas que ganhamos.”

De cinco outras respostas entende-se que as/os feirantes estão mais engajado/a, se reunindo com maior frequência, com melhor intercâmbio de ideias. Uma feirante reclamou quanto à necessidade de observância às regras do regimento e à diversificação dos produtos e três outros atores não expressaram opinião sobre as causas das mudanças e transformações da Feira com o tempo.

Uma outra questão, neste mesmo tema, é a pergunta sobre as limitações da Feira na atualidade. As respostas mais incisivas relatam uma certa inflexibilidade regimentar quanto aos produtos permitidos, “como restrição de não poder pegar produtos de outros produtores da agricultura familiar para revender resulta em baixa variedade, prejudicando o movimento da Feira”; ou “Algumas pessoas que não possuem o cadastro de produtor rural acabam pegando o *ticket*”. Além disso, “feirantes trazem produtos que não são de produção própria” e existe a “limitação de não trazer produtos industrializados, o que resulta em “falta de opções, como roupas e carne”, fazendo com que os clientes “procurem produtos que não estão disponíveis na feira”. Estas respostas indicam as limitações para compreender o significado de uma feira de produtores, cuja existência é baseada na comercialização daquilo que se produz localmente.

Outras respostas se concentraram novamente na queda nas vendas, afirmando que a Feira em Paula Cândido não é bem frequentada devido à falta de cultura e prestígio entre os moradores. Afirmam que muitos nunca a visitaram, pois não têm conhecimento

sobre ela. Além disso, a população possui recursos financeiros limitados, o que também afeta a participação no evento.

Foram também registradas reclamações quanto à concorrência desleal, inobservância ao regimento, ausência de um líder, falta de apoio como música ao vivo, necessidade de maior divulgação (duas respostas), ausência de lixeiras e limpeza adequada, e reclamações ouvidas dos comerciantes que também contribuem para a sujeira no local e reclamam das/os feirantes embora também se beneficiem do movimento da Feira.

Quando perguntados: “Como você se mantém atualizado sobre as notícias relacionadas à feira semanal?”, dezessete feirantes fizeram menção ao aplicativo *WhatsApp* e aos grupos de *WhatsApp* ou à troca privada de mensagens com os demais colegas pelo mesmo aplicativo. Apenas uma feirante se informa exclusivamente por meio dos diálogos diretos com os demais colegas e acha, inclusive, que poderiam divulgar mais. As reuniões e o “boca-a-boca”, são também a maneira como se informam outros dois feirantes, além do *WhatsApp*. Foram também mencionados o *Instagram*, o *Facebook* e as “propagandas”.

Notável, neste contexto a importância do *WhatsApp* para que as/os feirantes se mantenham informados, aplicativo para celular que tomou o lugar das mensagens de texto SMS que eram mais caras e limitadas em termos de recursos, tendo um impacto considerável nas áreas rurais e em comunidades com acesso limitado à internet, à medida que a conectividade móvel se expandiu. Atualmente é o recurso mais utilizado pelas/os feirantes (permitindo que enviem mensagens de texto, façam chamadas de voz e vídeo, compartilhem fotos, vídeos, documentos e localizações em tempo real, além dos recursos de grupo, entre outras funcionalidades, como também e infelizmente facilita a disseminação de desinformação e *fake news*).

4.6.9. O futuro da Feira na perspectiva das/os feirantes

As/os feirantes sabem o que querem, traduzindo as utopias expressas quando perguntados sobre as melhorias da Feira para o futuro, descobrimos que a Feira idealizada teria a sua associação criada, com mais lixeiras à disposição, além de mesas e cadeiras para os clientes, com barracas mais bonitas e coloridas; e mais resistentes e adequadas para os dias de chuva. Também desejam o retorno do apoio institucional e músicas ao vivo (todo fim de semana, com maior diversidade de ritmos), além de bingo. Citam também a variedade de produtos, almejando com menores restrições da EMATER-MG, rua

fechada para os carros, melhor organização e distribuição das barracas. Citações foram feitas à obediência às regras (regimento) por todos e não apenas por alguns, envolvimento e valorização da Feira pela comunidade, menos compras no mercados e mais na Feira; “bastante gente”, produto, diversidade, beleza, atração e cores, com melhor divulgação inclusive pelo rádio e *Instagram*.

Ainda sobre o futuro da feira, perguntamos: “Quais são seus planos de longo prazo para participar da feira?” A esta pergunta que procura estimular a imaginação, e projetar os atores no futuro da Feira idealizada pelos mesmos, responderam o seguinte. Para 12 feirantes (das 19 respostas totais obtidas, ou para aproximadamente 2/3 das/os feirantes atuantes), o foco está em aumentar a oferta de produtos que trazem para a Feira, tendo a grande maioria falado em variedade e quantidade; e algumas também se referindo à qualidade.

É em seus produtos, portanto, que as/os feirantes mais concentram a imaginação sonhadora e exercitam a criatividade. E talvez por este motivo sempre verificamos surgir nos questionários alguma expressão de descontentamento quanto à limitação regulamentar de produtos que, atualmente, podem ser comercializados por eles.

Duas feirantes expressaram não ter qualquer expectativa ou ideias claras sobre o amanhã, respondendo quanto aos planos de longo prazo para a feira de maneira sumária: “não sei” e “não tenho”. Obtiveram-se, porém, outras cinco respostas diferentes para esta pergunta: Uma feirante pretende simplesmente aumentar as vendas (“Meus produtos ter mais saída”). Outra quer “ver criada a associação da feira” para que consigam pegar a festa da cidade, pois só podem pegar para participar com CNPJ. Há quem deseje simplesmente “comprar um *trailer* para facilitar a locomoção com os equipamentos”. E existe um plano particular de criar-se “uma lojinha com itens da feira para os dias da semana”.

Perguntados se “recomendaria a participação na Feira para outras(os) feirantes? Por quê?” as/os feirantes foram unânimes na recomendação. Os motivos (contamos 24 motivos diferentes no total) variam segundo a distribuição apresentada no Quadro 10.

Quadro 10. Motivos de recomendação de participação na Feira.

MOTIVO	NÚMERO DE RESPOSTAS
Socialização	5
Oportunidade de Renda	4
Mais vendas / oportunidades de Negócios	4
Divulgação / Visibilidade	3
Promoção da cidade e da agricultura familiar	2
Aumento do mix de produtos	2
Aprender e trocar ideias	1
Reconhecimento do Trabalho	1
Qualidade dos Produtos	1
Experiência de Exposição	1

Fonte: Elaborado pela autora.

Quando questionados sobre o movimento da Feira (“Como você avalia o movimento semanal, acha que poderia haver mais clientes?”), não ocorreu nenhuma resposta que descrevesse como ótimo ou excelente nem tampouco como ruim ou péssimo. A quase totalidade das respostas descreve a frequência dos clientes como sendo “média”, havendo certo consenso sobre isto, mas não só, pois tal frequência é também definida como “instável”, ou “altamente variável”.

Há entre as respostas reclamações ou sugestões parecidas com as que já nos deparamos anteriormente nesta pesquisa: sobre a ausência da cultura da feira entre a população da cidade, sobre a falta de música ao vivo e bingos, além de menções quanto à necessidade de eventos culturais, carimbó, dança da terceira idade, bem como reclamações sobre a organização e a estrutura da feira.

Um dos entrevistados afirmou que “na roça as pessoas escutam muito rádio ainda, poderia divulgar”. Outro disse que “o movimento varia de acordo com as semanas do mês”, e que “nos fins de semana após pagamento tem mais movimento”. Houve ainda uma observação sobre o primeiro final de semana do mês ser fraco. E apenas um feirante respondeu que para ele (individualmente) o movimento está bom, mas reconhece que para os colegas não.

4.6.10. Percepção sobre união do grupo e objetivos comuns

A compreensão das percepções das/os feirantes sobre si mesmos/as como um grupo social com objetivos e necessidades compartilhadas, que carece de intercâmbio de informações, organização, liderança, distribuição de tarefas e responsabilidades, empatia, sinergia e solidariedade, é uma tarefa complexa. No entanto, o instrumento utilizado para essa compreensão, o questionário, apresenta limitações nesse propósito. Talvez seja necessário explorar outras abordagens metodológicas para aferir e compreender a percepção sobre a “união do grupo”, o que pode ser um tema para pesquisas futuras.

O que o questionário revela é que as/os feirantes se dividem em suas opiniões pessoais ou em suas percepções individuais quanto à união do grupo e sobre o esforço coletivo para alcançar ou concretizar de objetivos comuns e valiosos para todas/os.

A maioria das/os feirantes (cerca de 50% das respostas, podendo chegar a 55% ou 60% dependendo da interpretação subjetiva da linguagem e das expressões) descreve a percepção de “desunião no grupo”, com comportamentos egoístas, ausência de respeito às regras e baixo alinhamento. Aproximadamente 10% das respostas indicam uma visão média ou equilibrada da questão. Por outro lado, cerca de 40% das/os feirantes percebem simultaneamente a presença de coesão e a busca por objetivos comuns.

- Desunião e comportamentos egoístas: 50-60%
- Visão média ou equilibrada: 10%
- Coesão e busca por objetivos comuns: 40%

Observa-se, portanto, que a maior parte das respostas aponta para uma percepção negativa em relação à união do grupo, destacando comportamentos egoístas e falta de alinhamento. No entanto, um número significativo de feirantes reconhece a presença de “coesão e a busca por objetivos comuns”. Essas informações fornecem uma base para a análise da dinâmica do grupo e podem orientar a implementação de estratégias para fortalecer a união e a colaboração entre as/os feirantes.

A pergunta do questionário foi apresentada nos seguintes termos: “Como você descreve o grupo de feirantes em relação à união e busca de objetivos comuns?”. As respostas completas encontram-se classificadas e transcritas no Quadro 11.

Quadro 11. Percepção individuais das/os feirantes quanto à união do grupo e objetivos comuns.

SOMOS UNIDOS E BUSCAMOS POR OBJETIVOS EM COMUM	Unidos, e buscam sim por objetivo em comum.
	Relação à união: bom. Acha que tem a busca de objetivo em comum.
	Muito unidos. Busca de objetivo em comum: Quero pensar que sim, mas tem pessoas que pensam em si.
	Ela é boa, convive bem com todos os participantes, estão sempre lhe ajudando. Acho que buscam o mesmo objetivo.
	Troca de experiência, unidos. O pessoal já se achou, não há muita concordância.
MÉDIO	O pessoal é unido, tem que ser, sempre está junto, tem umas coisinhas e outras. Tem opiniões diferentes, mas assim, todo mundo família ali. A minoria pensa mais em cima, e a maioria pensa mais no conjunto, trocam produtos, focam.
	Concretizando enquanto coletivo, e entendendo o modelo ideal para uma sociedade organizada, a busca por viver bem coletivamente.
	Tem mais feirantes que puxam para frente do que os que puxam para trás, pessoal está mais dinâmico
DESUNIDOS E SEM OBJETIVOS EM COMUM	Relação à união: mais ou menos, me dou bem com todos, não sou de ficar conversando, se conversar comigo, eu converso. Busca de objetivos em comum: bom
	A união é mais ou menos, não existe busca por objetivos em comum.
	Não há muita união entre as/os feirantes, uma minoria é desunida.
	Não tem muita união entre as feirantes, e nem a busca de objetivos em comum.
	Pouca união, sem busca de objetivos comuns, com rivalidades.
DESUNIDOS E SEM OBJETIVOS EM COMUM	O grupo é muito difícil, não há união e nem a busca por objetivos em comum.
	Não tem união, é dividido. O bingo é feito para o coletivo, mas as músicas ao vivo, mesas com cadeiras deveriam ser no meio da feira para que seja próximo a todos.
	Existe uma divisão do grupo, falta união e um alinhamento para buscar os mesmos objetivos.
	Muito desorganizado, podia ser mais unido, não seguem as regras. Pensam mais em si, em dinheiro
DESUNIDOS E SEM OBJETIVOS EM COMUM	Péssima união, há disputa entre as/os feirantes, um quer tomar conta da baraca do outro. Não existe busca por objetivos em comum, o grupo não tem alinhamento, não se encontraram, não existe pensamento de solidariedade.
	Há muita divisão e puxa os objetivos para o lado pessoal.

Fonte: Elaborado pela autora.

4.6.11. Percepção das/os feirantes quanto à coordenação da Feira

Como afirmamos na primeira parte deste trabalho, um grupo denominado “Equipe de Coordenação” é responsável por coordenar os esforços organizativos. O grupo é formado por integrantes da EMATER-MG (papel executivo, cadastrar, confere documentos comprobatórios de agricultor(a) familiar e negocia com o poder público); da ITCP/UFV, (foco formativo e promove educação associativista voltada à Economia Solidária e

Agroecologia); a Secretaria Municipal de Agricultura e Meio Ambiente (apoio logístico e administrativo) o Sindicato de Trabalhadores Rurais (responsável pela mobilização das/os feirantes); e os próprias(os) feirantes, representantes dos segmentos de hortifruti, artesanato e alimentos processados (participação quanto à execução da Feira e planejamento de atividades).

Esta Equipe de Coordenação é responsável por empreender ações extensionistas, definindo objetivos e métodos de intervenção para o trabalho com as/os feirantes. Quando perguntados sobre quem compõe a Coordenação da Feira, obtivemos as seguintes respostas, apresentadas no Quadro 12.

Quadro 12. Percepção das/os feirantes quanto à coordenação da feira.

Órgão Mencionado	Quantidade de Menções
ITCP/UFV	11
EMATER-MG	11
ITCP/UFV	9
Feirante	8
Feirante	7
Feirante	3
Feirante	3
ITCP/UFV (bolsista)	3
Prefeitura	2
ITCP/UFV (bolsista)	2
Organização Eventos	2
Prefeitura	1
Feirante	1

Fonte: Elaborado pela autora.

Estas instituições revelam quem são as “autoridades” percebidas da Feira, na perspectiva das/os feirantes. Expressam gratidão e esperança de poder contar com essas pessoas e instituições em momentos de dificuldades com a Feira ou até diante de problemas pessoais. No entanto, percebe-se que as/os feirantes têm pouco interesse ou acesso limitado a informações sobre a composição e coordenação oficial da feira. Desconhecem ou não citaram a afiliação das pessoas a órgãos específicos, bem como suas

responsabilidades, dedicações e realizações individuais. Apesar disso, a maioria das/os feirantes mencionaram nomes de pessoas vinculadas às instituições que compõem o Quadro 12.

Quando submetidos à pergunta “Como a equipe de coordenação da feira semanal te auxiliou?” obtivemos respostas distintas, sendo que 15 feirantes reconheceram a ajuda da equipe, uma feirante se reconhece como autoridade entre eles, e quatro feirantes não reconhecem qualquer tipo de ajuda.

Sobre a natureza da ajuda percebida, citaram auxílios para participar de eventos, conversas, ajuda com as barracas, solução de problemas e imprevistos, dúvidas, encomendas, e repasse de informações.

Quadro 13. Percepções sobre o trabalho da Equipe de Coordenação.

COMO A EQUIPE DE COORDENAÇÃO DA FEIRA SEMANAL TE AUXILIOU?
Em tudo, barraca, luz, conversas com a prefeitura. (Entrevistada/o 1)
Sim, apoiando. Os vizinhos dos lados sempre auxiliam em algo. (Entrevistada/o 3)
Sim, ajuda montar e desmontar - tem uma pessoa da prefeitura que todos os sábados está presente para ajudar as/os feirantes. (Entrevistada/o 4)
Puxa as/os feirantes para participar dos eventos. (Entrevistada/o 6)
Auxilia o grupo, orienta, quando precisa chama no privado (Entrevistada/o 7).
Apoiando e auxiliando, grande apoio. (Entrevistada/o 8)
Se tem algum problema, manda mensagem para eles e ajudam a resolver. (Entrevistada/o 9)
(participava do grupo de eventos) Grupo de eventos tenta propor atividades, mas existe resistência. (Entrevistada/o 10)
Auxilia quando estamos com dúvidas. (Entrevistada/o 11)
Quando preciso estão sempre dispostos a auxiliar, Mariana Paiva faz um monte de encomendas para levar para UFV, fez a movimentação do Instagram. (Entrevistada/o 12)
A. estimulou; B. leva as demandas da feira para a prefeitura; C. estimula, ajuda na divulgação, no <i>Instagram</i> . (Entrevistada/o 13)
Sim, a gente que mexe com hortalça não tem tanta cobrança, indiretamente. (Entrevistada/o 14)
A B. ajuda muito com mediação, C. (ITPC) dá todas as assistências necessárias. (Entrevistada/o 17)
Conversando apenas. (Entrevistada/o 5)
Eu que mais auxílio às pessoas, estou mais à frente. (Entrevistada/o 19)
Não auxilia em nada. Maxuel ajuda tirando dúvidas. (Entrevistada/o 18)
Não auxiliou. (Entrevistada/o 2)
Não auxiliou. (Entrevistada/o 15)
Não me ajudam em nada. (Entrevistada/o 16)

Fonte: Elaborado pela autora.

Quando perguntados se participaram das atividades promovidas pela equipe de coordenação, as respostas revelaram que 12 da(o)s 19 feirantes participam frequentemente dessas atividades, seja pessoalmente ou enviando representantes. Conforme expresso nas respostas apresentadas no Quadro 14. Portanto, a maioria das/os feirantes demonstraram engajamento. Por outro lado, seis feirantes responderam que participam apenas das reuniões, enquanto um/a único feirante revelou não participar de nenhuma atividade, incluindo as reuniões.

Quadro 14. Participação das/os feirantes em reuniões.

Resposta	Categoria
Apenas das reuniões, quando não pode comparecer manda um representante. (Entrevistada/o 4)	Sim
Eventos participou uma vez, reunião é presente. (Entrevistada/o 14)	Sim
Sempre que posso, reuniões sempre presentes. (Entrevistada/o 13)	Sim
Sim, de todas. (Entrevistada/o 9)	Sim
Sim, dos eventos e das reuniões. (Entrevistada/o 1)	Sim
Sim, mas cada vez é uma das 3 para representar. (Entrevistada/o 6)	Sim
Sim, quando dá sim. Os horários marcados são ruins. (Entrevistada/o 18)	Sim
Sim, sempre participo quando dá. (Entrevistada/o 16)	Sim
Sim, sempre que tem eventos fora. (Entrevistada/o 7)	Sim
Sempre participa das atividades, quando possível. E também, é quem ajuda a organizar. (Entrevistada/o 19)	Sim
Sim. (Entrevistada/o 3)	Sim
Sim. (Entrevistada/o 10)	Sim
Não participo de atividades promovidas, participo apenas de reuniões. (Entrevistada/o 17)	Não
Não. Participa só das reuniões. (Entrevistada/o 5)	Não
Não, só das reuniões. (Entrevistada/o 8)	Não
Não. Participo só das reuniões. (Entrevistada/o 11)	Não
Não, só das reuniões. (Entrevistada/o 1)	Não
Não, vou só às reuniões. (Entrevistada/o 15)	Não
Não. (Entrevistada/o 2)	Não

Fonte: Elaborado pela autora.

No geral, a frequência de participação das/os feirantes nas atividades promovidas pela coordenação pode ser considerada bastante razoável e dentro da normalidade. Eles

demonstraram boa presença e envolvimento nas reuniões, assim como participação ativa em eventos externos.

Por fim, as/os feirantes foram também questionadas quanto à qualidade da condução das atividades promovidas pela equipe de coordenação, por meio da seguinte pergunta: “Como você avalia estas atividades? Foram bem conduzidas ou não?”.

Quadro 15. Percepção sobre a condução de atividades pela Equipe de Coordenação.

CONDUÇÃO	QUALIDADE DA CONDUÇÃO DAS ATIVIDADES
Bem conduzidas	São bem conduzidas. (Entrevistada/o 1)
	São bem conduzidas. (Entrevistada/o 2)
	Sim, são bem conduzidas. (Entrevistada/o 18)
	São boas, bem conduzidas. (Entrevistada/o 16)
	Reunião: bem conduzidas. (Entrevistada/o 5)
	Boas, ok. (Entrevistada/o 15)
	Bem conduzida, mas precisa de um para coordenar. "É como uma família, todos têm que estar andando pro mesmo lado. O pai, a mãe e os filhos não podem ir para lados opostos, todos devem caminhar juntos para o mesmo objetivo". (Entrevistada/o 4)
	Sobre os eventos: é sempre bom para aumentar a renda, às vezes tem falhas na logística, por exemplo, foram fazer a feira numa sexta à noite e a maior parte do tempo ficaram sem luz. (Entrevistada/o 13)
	Bom, acaba conhecendo outras pessoas, novas formas de trabalhar, ideias novas. (Entrevistada/o 7)
	Para mim, é boa. Mas para outras não, não tem interesse. São bem conduzidas. (Entrevistada/o 9)
As reuniões são boas, dá pra sair entendendo bem o que foi discutido, são bem conduzidas. (Entrevistada/o 12)	
Estamos nos organizando melhor, coordenação de eventos está fazendo planejamento trimestral de eventos. (Entrevistada/o 19)	
Mais ou menos	Às vezes não são bem conduzidas, a feira deve ser democrática, falta um líder na feira para ajudar a orientar, para quem as/os feirantes devem recorrer com problemas e dúvidas, que tenha acesso à prefeitura. (Entrevistada/o 11)
Mal conduzidas	Reuniões - A Maria José expõe o que irão discutir, porém os participantes são muito complicados, não são práticos e mudam o assunto. (Entrevistada/o 6)
	Não, foge dos assuntos na reunião, não resolve os objetivos, reuniões demoradas (Entrevistada/o 8).
	É sempre bom para aumentar a renda, às vezes tem falhas na logística, por exemplo, foram fazer a feira numa sexta à noite e a maior parte do tempo ficaram sem luz.
	O evento não compensou, foi prejuízo. Reunião são bem conduzidas, às vezes tem coisa que não vai pra frente. [a forma como foi falada e a feição da pessoa, nota-se que as reuniões acontecem de forma mais ou menos, não são tão bem conduzidas] (Entrevistada/o 14)
Sem resposta	Não participa por achar que não são bem conduzidas. (Entrevistada/o 17)
	Sem resposta (Entrevistada/o 2)

Fonte: Elaborado pela autora.

Com base nas respostas obtidas das/os feirantes em relação à qualidade da condução das atividades pela equipe de coordenação, podemos observar que a maioria das/os feirantes (12 em um total de 19) respondeu positivamente. Isso indica que a equipe está desempenhando um bom trabalho na coordenação das atividades da Feira.

No entanto, é importante destacar que cerca de 25% das/os feirantes (5 em um total de 19) não aprovam a qualidade das reuniões e ou atividades de que participam. As reclamações são quanto à mudança de assuntos, falta de praticidade, falhas no planejamento (falta de luz em um evento), e prejuízos.

Esses resultados sugerem que há margem para melhoria no processo de comunicação e interação entre a equipe de coordenação e essas feirantes em particular. É fundamental analisar as razões por trás dessa insatisfação e buscar soluções para atender às necessidades e expectativas desses feirantes, promovendo um ambiente mais colaborativo, produtivo e satisfatório para todos durante as reuniões e atividades externas.

5. CONCLUSÕES

Ao longo desta pesquisa procuramos descrever, analisar e compreender o funcionamento da Feira da Agricultura Familiar e Economia Solidária de Paula Cândido, como também suas demandas de aprimoramento como empreendimento coletivo e solidário. Este esforço de análise foi empreendido considerando o olhar das/os feirantes e suas percepções. Concluindo nossa pesquisa, pudemos obter valiosas informações.

Descobrimos, a princípio, que estes atores são experientes e que 75% deles participam da Feira desde o seu início. Também constatamos que a voz da Feira é predominantemente feminina, pois entre os 19 atores que foram observados e entrevistados, identificamos a presença de 15 mulheres. Essa predominância feminina ressalta a importância e a influência das mulheres no tecido social que compõem o empreendimento.

Sobre as espacialidades e estética da Feira, descobrimos uma formação rígida e no posicionamento das barracas, mantido ao longo da existência da Feira, exceto pelas ausências eventuais. Descobrimos também uma divisão espacial entre o “grupo de cima” e o “grupo de baixo”, este último “privilegiado” quanto ao movimento de clientes e à proximidade aos eventos culturais.

Nos questionários aplicados às/os feirantes desistentes, descobrimos experiências positivas com a Feira, com duração média de participação de cerca de seis meses. Os motivos que levaram à desistência dos cinco feirantes estudados, abrangem razões pessoais, conflitos com outros trabalhos e a exclusão por faltas. É importante ressaltar que a participação na Feira teve um impacto positivo no negócio das/os feirantes que desistiram, aumentando a visibilidade de seus produtos e proporcionando lucros adicionais.

Embora tenha havido uma redução na frequência de visitas à Feira após a desistência, a maioria das/os feirantes desistentes recomendou a participação nesse tipo de evento. Com base em suas experiências, algumas melhorias foram sugeridas, como a diversificação da oferta de produtos, ajustes nos horários de funcionamento e um apoio maior às/os feirantes, visando aprimorar a experiência geral da Feira e atrair mais clientes, o que confirma e corrobora a narrativa das/os feirantes atualmente ativas.

Descobrimos também que a maioria das/os feirantes atuantes foi atraída para a Feira devido aos incentivos financeiros que ela oferece. Essa oportunidade permite que

esses atores vendam seus produtos cultivados ou excedentes agrários de forma rápida, sem a necessidade de intermediários.

Essa última constatação ressalta a importância de manter os esforços e incentivos que garantam a renda das/os feirantes. É essencial reconhecer o papel fundamental desse retorno financeiro para assegurar a continuidade e o futuro da Feira. É necessário sustentar essa fonte de renda para as/os feirantes, a fim de garantir a viabilidade e o sucesso contínuo do empreendimento. As/os feirantes também foram atraídas pelas possibilidades de interação social, por valores e princípios éticos, como evitar o desperdício de alimentos e aproveitar o tempo pessoal com ocupações úteis e produtivas.

Revelou-se que a maioria das/os feirantes de Paula Cândido é iniciante na atividade, sendo que para 65% destes atores é a primeira experiência em uma feira; e uma importante oportunidade para comercializar seus produtos. Embora 25% tenham experiência em outras cidades, como São Paulo, Teresópolis e Viçosa.

Sobre os produtos comercializados, descobriu-se que são alimentos frescos e ou naturais, colhidos ou coletados no campo, muitos deles fruto do trabalho artesanal, e alguns processados em domicílio. A maioria destes produtos, chegam à feira a partir do trabalho das mulheres, e são por elas comercializados na mesma. Constatamos sobre os produtos ofertados, que as/os feirantes têm grande interesse em diversificar os produtos, bem como de aumentar a quantidade e a qualidade da produção no futuro.

Sobre a renda conseguida na feira, 60% das/os feirantes, não considera a Feira como sua principal fonte de renda. Há uma diversidade de ocupações e atividades entre as participantes. A feira, no entanto, é a principal fonte de sustento para seis das 19 entrevistadas (cerca de 40% do total). Isto demonstra a importância da atividade para a vida e o bem-estar destes atores.

As dificuldades enfrentadas pelas/os feirantes incluem veículos para o transporte, estradas de má qualidade, chuvas prejudiciais aos eventos. Falta de apoio e organização da prefeitura, lucro baixo, problemas de produção e conflitos sociais. Embora 20% das participantes não tenham apontado dificuldades.

Quanto ao apoio recebido, as/os feirantes perceberam que a prefeitura desempenhou um papel maior e mais relevante, especialmente no início da implementação da Feira. contribuindo com a oferta de espaço, eletricidade gratuita e contribuição para a aprovação da Lei Municipal nº 1271/2021 que instituiu a Feira e o “Vale Feira” para os

servidores públicos municipais. Já o suporte da EMATER-MG se materializou por meio cursos e orientações até auxílio na participação da semana do fazendeiro (evento anual em Viçosa). Somente dois feirantes expressaram a percepção de não receber qualquer apoio para participar da feira. Todos as/os feirantes responderam de maneira positiva à prática da Feira como forma eficaz de promover seus produtos.

As/os feirantes se mostraram divididos em relação às transformações da Feira com o passar do tempo, e suas reclamações principais são quanto a uma queda percebida na frequência dos clientes à feira e na diminuição do apoio da prefeitura. Aspectos positivos incluem percepções quanto ao aumento de clientes e do aumento do uso do Vale Feira, informações técnicas para produção em épocas de chuva, engajamento das/os feirantes com reuniões frequentes e intercâmbio de ideias, além de barracas novas que ganharam. Aspectos negativos percebidos: desemprego alto na sociedade, baixa renda e diminuição do consumo dos brasileiros, redução do apoio da prefeitura, impacto negativo no movimento da feira, falta de observância ao regimento, falta de diversidade de produtos.

Quanto às limitações da Feira na atualidade, conforme percebidas pelas/os feirantes, as opiniões se repetem e se somam, e incluem restrições regimentais aos produtos permitidos, falta de variedade, falta de conhecimento e prestígio entre os moradores da cidade, recursos financeiros limitados da população, concorrência desleal, falta de liderança, ausência de apoio e divulgação, falta de lixeiras e limpeza adequada, e reclamações dos comerciantes.

No exercício de imaginação sobre o futuro da Feira, as/os feirantes revelaram planos de longo prazo que refletem suas ambições e objetivos individuais. A maioria deles, uma vez mais relataram, está focada em aumentar a oferta de produtos que trazem para a feira, buscando variedade, quantidade e qualidade. Além disso, algumas feirantes têm planos específicos, como a criação de uma associação, que pode abrir portas, compra de veículos e criação de uma loja com itens da feira.

Notamos que as/os feirantes valorizam a Feira como um espaço de interação social, oportunidade econômica e promoção de seus produtos, local de aprendizado e reconhecimento. No geral, eles têm uma visão positiva e otimista sobre o futuro da Feira e incentivam outras/os feirantes a participarem dela. A maioria das/os feirantes avalia o movimento semanal da feira como médio, mas também instável e variável.

Quanto à união do grupo e busca por objetivos comuns, observamos que a maior parte das respostas aponta para uma percepção negativa, destacando comportamentos egoístas e falta de alinhamento. No entanto, um número significativo de feirantes reconhece a presença de coesão e presença de esforços para atingir objetivos comuns. Essas informações fornecem uma base para a análise da dinâmica do grupo e podem orientar a implementação de estratégias para fortalecer a união e a colaboração entre as/os feirantes.

Sobre o apoio proporcionado pela Equipe de Coordenação, 75% reconheceram sua importância, destacando suporte para participar de eventos, conversas em grupo, ajuda com as barracas, solução de problemas e imprevistos, dúvidas, encomendas e repasse de informações.

A maioria das/os feirantes demonstrou engajamento, sendo que 12 dos 19 participam frequentemente das atividades promovidas pela coordenação. Por outro lado, seis feirantes responderam participar apenas das reuniões.

A maioria das/os feirantes (12 em 19) aprova a maneira como as atividades promovidas pela Coordenação têm sido conduzidas, mas cerca de 25% (5 em 19) têm reclamações sobre as reuniões e atividades. É crucial manter os esforços e incentivos que garantam a renda das/os feirantes, reconhecendo o papel fundamental desse retorno financeiro para a continuidade e sobrevivência futura da feira. É necessário sustentar essa fonte de renda para as/os feirantes, a fim de garantir a viabilidade e o sucesso contínuo do evento.

Além disso, é importante fortalecer a união e a colaboração entre as/os feirantes, implementando estratégias que promovam a coesão do grupo e a busca por objetivos comuns. A transparência e a comunicação eficaz da equipe de coordenação também são aspectos que podem contribuir para o aprimoramento da feira.

Com base nas aspirações das/os feirantes e em suas sugestões de melhorias, é recomendável diversificar a oferta de produtos, discutir os horários de funcionamento e fornecer um maior apoio aos feirantes, visando aprimorar a experiência geral da feira e atrair mais clientes. Em resumo, a pesquisa revelou a importância da feira para as/os feirantes, tanto em termos de oportunidade econômica quanto de interação social. Apesar dos desafios enfrentados, eles demonstraram otimismo em relação ao futuro da feira e estão dispostos a trabalhar para seu crescimento, amadurecimento e sucesso contínuo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANACLETO, Adilson; COELHO, Andersandra Pereira; CURVELO, Eder Bruno Couto. As mulheres empreendedoras e as feiras livres no litoral do paraná. **Revista Faz Ciência**, v. 18, n. 27, p. 118-118, 2016.

ANJOS, Flávio Sacco dos; CALDAS, N dia Velleda; TRENTIN, Iran Lovis. Certifica o social e solidária na região das Missões: a experiência do projeto Doce Sabor. **Revista Brasileira Agrociência**, Pelotas, v. 12, n. 4, p. 483-489, out-dez 2006.

ARAÚJO, Alexandre Moura; RIBEIRO, Eduardo Magalhães. Feiras, feirantes e abastecimento: uma revisão da bibliografia brasileira sobre comercializa o nas feiras livres. **Estudos Sociedade e Agricultura**, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, v. 26, n. 3, p. 561-583, 2018.

ASSOCIA O BRASILEIRA DE SUPERMERCADOS (ABRAS). (2019). **Ranking ABRAS 2019- Ranking Nacional de Supermercados**. Disponível em: http://www.abras.com.br/arquivos/estatisticas/2019/ranking_2019.pdf. Acesso em: 27 abr. 2023.

BARBOSA, Jorge Luiz. **Urbaniza o, violência e pobreza: os desafios dos programas sociais no Brasil**. Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais. v.9, n.2, p.5-22, 2007.

CÂMARA DOS DEPUTADOS. Lei n  11.326, de 24 de julho de 2006. **Estabelece as diretrizes para formula o da Política Nacional de Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais**. Brasília-DF-Brasil. Disponível em: <https://www2.camara.le.br/legin/fed/lei/2006/lei-11326-24-julho-2006-544830-publicacaooriginal-56358-pl.html>. Acesso em: 15 de julho de 2023.

CONNELL, Raewyn. Por uma teoria social de gênero do - e para - o sul global: uma entrevista com Raewyn Connell. In: **Revista Feminismos**, Vol. 3, N. 1, Jan. - Abr. 2015. Disponível em: www.feminismos.neim.ufba.br. Acesso em: 15 de julho de 2023.

CONTERATO, Marcelo Antonio *et al.* (Orgs.). **Mercados e agricultura familiar: interfaces, conexões e conflitos**. (Série Difusão IEPE/UFRGS). Porto Alegre: Via Sapiens, p. 358, 2013.

COSTA, Danielle Martins Duarte; DE ANDRADE, Diego César Terra; LUIS, Samara Aparecida. Análise do comportamento dos consumidores de feiras livres na microrregião de Formiga (MG). **Revista Agrogeoambiental**, v. 8, n. 4, 2016. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.18406/2316-1817v8n42016870>. Acesso em: 21 nov. 2022.

DANNA, Marilda Fernandes; MATOS, Maria Am lia. **Aprendendo a observar**. Edicon, 2006.

FAO. **Sobre o Conceito de Agricultura Familiar**. Disponível em: <http://www.fao.org/family:farming/background/what-is-family-farming/pt/>. Acesso em: 10 abr. 2023.

FARIA, Ricardo. **Movimentos Sociais e A o Coletiva**. São Paulo: Atlas, 2019.

GIDDENS, Anthony. **Sociologia**. 6ª ed. Tradução de Alexandra Figueiredo et al. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2008.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2008

HARARI, Yuval Noah. **Sapiens: Uma breve história da humanidade**. Porto Alegre: L&PM, 2015.

IBGE. **Dados sobre a cidade de Paula Cândido**. Dados disponíveis em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/mg/paula-candido.html>. Acesso em: 23 abr. 2023

LAVILLE, Christian; DIONNE, Jean. **A Construção do Saber: Manual de Metodologia de Pesquisa em Ciências Humanas**. Porto Alegre: Artmed; Belo Horizonte; Editora UFMG, 1999.

LOPES, Jeferson Henrique dos Reis. **A Feira de Agricultura Familiar e Economia Solidária de Paula Cândido/MG: Criação e Estratégias de Ação Coletiva**. Trabalho de Conclusão de Curso de Bacharelado em Cooperativismo. Universidade Federal de Viçosa, 2022. Disponível em: <https://gco.ufv.br/acervo-trabalhos-de-conclusao-de-curso/>. Acesso em: 25 de abril. 2023.

MASCARENHAS, Gilmar; DOLZANI, Miriam CS. Feira livre: territorialidade popular e cultura na metrópole contemporânea. **Ateliê Geográfico**, v. 2, n. 2, p. 72-87, 2008.

MENEGUEL, Cinthia Rolim de Albuquerque. TRICÁRIO, Luciano Torres. Feira Viva ou Viva a Feira? **Revista Alimentação e sustentabilidade**. João Pessoa: Editora do CCTA, 2019. P. 158-170. (Série Alimentação & Cultura).

OLIVEIRA, Émerson Dias de. O lugar da produção e consumo em circuitos curtos. **Revista de Gestão e Organizações Cooperativas**, v. 5, n. 10, p. 65-78, 2018.

PRA, Marlene *et al.* Lógicas e estratégias de comercialização na agricultura familiar do Agreste da Paraíba: Marketing logic and strategies of family farming in the Agreste of Paraíba. **Estudos Sociedade e Agricultura**, v. 24, n. 1, p. 5-27, 2016.

SATO, Leny. Processos cotidianos de organização do trabalho na feira livre. **Psicologia & sociedade**, v. 19, p. 95-102, 2007.

SILVA, Fernanda Pereira da *et al.* A extensão universitária e ação extensionista como política pública: reflexões a partir da experiência de extensão do campus Nova Iguaçu do IFRJ. **Revista de extensão do IFRJ**, v. 2, n.1 p.1-9, 2017. Disponível em <https://revistas.ifrj.edu.br/rex/index.php/rex/article/view/69>. Acesso em: 20 abr. 2023.

SILVA, José Sérgio Santos da. **Políticas públicas de apoio ao desenvolvimento da feira livre: o caso da feira livre de Cruz das Almas, Ba**. Faculdade Maria Milza. RI FAMAM. Bacharelado em Administração FAMAM – Trabalho de conclusão de Curso, 2017. Disponível em: <http://1310,244,66,8082/jjspui/handle/123456789/407>. Acesso em: 20 dez. 2022.

SILVA, Parley Lopes Bernini da. **Identidade, trabalho e inclusão social: estudo sobre as representações de mulheres feirantes de Barbacena-MG. 2021.** 153 f. Dissertação (Mestrado em Extensão Rural) - Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, MG, 2021.

SOUZA, Carolina Rezende. As feiras livres como lugares de produção cotidiana de saberes do trabalho e educação popular nas cidades: alguns horizontes teóricos e analíticos no campo trabalho-educação. **Trabalho Necessário.** Ano 13, n. 22, 2015.

THOMÉ, Débora. Feiras livres: uma alternativa para a inclusão produtiva de agricultores familiares. **Revista Agriculturas: experiência em agroecologia.** Ano 13, n.3, p.1-18, 2016.

VERANO, Thiago de Carvalho; FIGUEIREDO, Reginaldo SANTANA; MEDINA, Gabriel da Silva. (2021). Agricultores familiares em canais curtos de comercialização: uma análise quantitativa das feiras municipais. **Revista de Economia e Sociologia Rural,** 59(3), e228830. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1806-9479.2021.228830>. Acesso em: 25 de abril. 2023.

VILANI, Rodrigo Machado; VANZELLA, Elídio; BRAMBILLA, Adriana. (orgs.). **Alimentação e sustentabilidade.** João Pessoa: Editora do CCTA, 2019. 307 p. (Série Alimentação & Cultura).

WILKINSON, John. A agricultura familiar ante o novo padrão de competitividade do sistema agroalimentar na América Latina. **Estudos sociedade e agricultura,** 2003.

ANEXO

Questionário para as feirantes

Data: ___/___/___ Local: _____

Número do questionário: _____

Data de início da participação na feira:

Caracterização individual

- 1) Quando você começou a participar da Feira?
- 2) O que te motivou a participar?
- 3) Você já tinha alguma experiência em participação em Feira?
- 4) O que você comercializa na Feira?
- 5) Foram sempre os mesmos produtos ou variou ao longo do tempo?
- 6) A Feira é a sua principal fonte de renda?
- 7) Se não é, você pode me falar qual é?
- 8) Você vende seus produtos em outros lugares ou para alguém?
- 9) A Feira afetou a sua renda? Se sim, de que forma?
- 10) Quais são as maiores dificuldades que você enfrenta ao participar da feira?
- 11) Você recebeu algum apoio do governo local (prefeitura) ou de outras organizações? Se sim, isso afetou sua participação na feira? De que forma?
- 12) Você percebe que a feira é uma forma eficaz de promover seus produtos? Por quê?

Percepção sobre a organização da Feira

- 1) De uma geral, como você acha que a Feira está atualmente em relação ao momento em que você começou a participar?
- 2) O que você acha que contribuiu para a situação atual?
- 3) Como você descreve o grupo de feirantes em relação à união e busca de objetivos comuns?
- 4) Quem compõe a coordenação da Feira?
- 5) Como a equipe de coordenação da feira semanal te auxiliou?
- 6) Você participou de atividades promovidas pela equipe de coordenação?
- 7) Como você avalia estas atividades? Foram bem conduzidas ou não?
- 8) O que você acha que é a principal limitação da Feira atualmente?

- 9) Quais melhorias você gostaria de ver na feira no futuro?
- 10) Quais são seus planos de longo prazo para participar da feira?
- 11) Como você avalia o movimento semanal, acha que poderia haver mais clientes?
- 12) Você recomendaria a participação na feira para outras feirantes? Por quê?
- 13) Como você se mantém atualizado sobre as notícias relacionadas à feira semanal?

Questões para as feirantes Desistentes

Data: ___/___/___ Local: _____

Número do questionário: _____

Pseudônimo: _____

Data de início na Feira

Data de Saída da Feira:

1. Como foi a experiência e por quanto tempo participou da Feira?
2. Por qual motivo você desistiu de participar da Feira? São motivos pessoais ou relativos ao trabalho de assessoramento?
3. Como a feira semanal afetou seus negócios?
4. Quais são as maiores dificuldades que você enfrentou ao participar da feira semanal?
5. Você recebeu algum apoio do governo local ou de outras organizações? Se sim, como isso afetou sua participação na feira?
6. Você ainda visita a feira?
7. Quais melhorias você gostaria de ver na feira no futuro?
8. Como a equipe de coordenação da feira semanal te auxiliou enquanto participou da feira?
9. Como você acha que a feira poderia atrair mais clientes?
10. Você recomendaria a participação na feira para outras feirantes? Por quê?