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

ÁTILA ANTÔNIO GODINHO FERREIRA DOS SANTOS

Estudo de caso da feira livre da Estação Hervè Clodovil de Viçosa-MG: Uma análise de circuitos curtos de comercialização como inovação social

VIÇOSA – MINAS GERAIS
2025

ÁTILA ANTÔNIO GODINHO FERREIRA DOS SANTOS

Estudo de caso da feira livre da Estação Hervè Clodovil de Viçosa-MG: Uma análise de circuitos curtos de comercialização como inovação social

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

Orientadora: Bianca A. Lima Costa

VIÇOSA – MINAS GERAIS
2025

RESUMO

SANTOS, Átila. **Estudo de caso da feira livre da Estação Hervè Clodovil de Viçosa-MG:** Uma análise de circuitos curtos de comercialização como inovação social, Universidade Federal de Viçosa - Centro de Ciências Agrárias - Departamento de Economia Rural, Minas Gerais, jan. 2025.

No presente trabalho será apresentado um estudo de caso em que o objeto de estudo é a feira livre da Estação Hervè Clodovil, localizada na cidade de Viçosa, região da Zona da Mata Mineira. Buscou-se analisar a abrangência que circunda a experiência enquanto circuito curto de comercialização, bem como as inovações sociais que podem emergir nesses arranjos. Por critérios do processo metodológico utilizado na pesquisa, os relatos e percepções dos/as próprios/as feirantes foram considerados como fundamentais para auxiliar na compreensão da organização, funcionamento e demais características que dimensionam a feira e seus envolvidos.

Palavras-chave: economia solidária; agricultura familiar; agroecologia.

RESUMEN

SANTOS, Átila. ***Estudio de caso de la feria libre de la Estación Hervè Clodovil de Viçosa-MG:*** *Un análisis de los circuitos cortos de comercialización como innovación social*. Universidade Federal de Viçosa - Centro de Ciências Agrárias - Departamento de Economia Rural, Minas Gerais, enero de 2025.

En este trabajo se presentará un estudio de caso donde el objeto de estudio es el mercado abierto de la Estación Hervè Clodovil, ubicada en la ciudad de Viçosa, región de la Zona da Mata Mineira. En este proyecto se analizará el alcance que rodea la experiencia como circuito corto de comercialización, así como las innovaciones sociales que pueden surgir en estos arreglos. Según los criterios del proceso metodológico utilizado en la investigación, los relatos y percepciones de los propios periodistas fueron considerados fundamentales para ayudar a comprender la organización, funcionamiento y demás características que configuran la feria y sus involucrados.

Palabras clave: economía solidaria; agricultura familiar; agroecología.

ABSTRACT

SANTOS, Átila. ***Case study of the Hervè Clodovil Station farmers' market in Viçosa-MG:*** *An analysis of short marketing circuits as social innovation*. Universidade Federal de Viçosa - Centro de Ciências Agrárias - Departamento de Economia Rural, Minas Gerais, January 2025.

In this work, a case study will be presented where the object of study is the open market at Estação Hervè Clodovil, located in the city of Viçosa, Zona da Mata Mineira region. In this project, the scope that surrounds the experience as a short commercialization circuit will be analyzed, as well as the social innovations that can emerge in these arrangements. According to the criteria of the methodological process used in the research, the reports and perceptions of the stallholders themselves were considered fundamental in helping to understand the organization, functioning and other characteristics that shape the fair and those involved.

Keywords: solidarity economy; family farming; agroecology.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO **6**
2. REFERENCIAL TEÓRICO **10**
3. METODOLOGIA **18**
3.1. CONTEXTUALIZAÇÃO DA PESQUISA **18**
3.2. PROCESSOS METODOLÓGICOS **20**
4. RESULTADOS E DISCUSSÃO **23**
4.1. FUNCIONAMENTO DA FEIRA **23**
4.2. DIMENSÃO SOCIOCULTURAL **25**
4.2.1. TIPOS DE PRODUTOS OFERTADOS **25**
4.2.2. RELACIONAMENTO E PARTICIPAÇÃO DOS/AS FEIRANTES **27**
4.2.3. AVALIAÇÃO DA FEIRA **31**
4.2.4. RELAÇÃO DOS/AS FEIRANTES COM ORGANIZAÇÕES EXTERNAS **33**
4.3. DIMENSÃO SOCIOECONÔMICA **35**
4.3.1. ACESSO À POLÍTICAS PÚBLICAS **35**
4.3.2. ASPECTOS DA ATIVIDADE ECONÔMICA **37**
4.3.2. PRODUTOS ORGÂNICOS E AGROECOLÓGICOS **39**
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS **42**
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS **45**
APÊNDICE **48**
APÊNDICE A: ROTEIRO DE ENTREVISTAS **48**
APÊNDICE B: TCLE **56**

LISTA DE FIGURAS E QUADROS

1. Figura 1. Representação gráfica de alternativas simplificadas do mercado agroalimentar, expressando o mercado convencional e o circuito curto**……11**

2. Figura 2. Esquema representando a tipologia de circuitos curtos**……..……..……14**

3. Quadro 1. Caracterização dos entrevistados/as da feira**…….……...21**

4. Figura 3. Fotografias da feira no primeiro dia de coleta de dados (16/10/2024)**……..…….24**

5. Quadro 2. Tabela com os tipos de produtos comercializados na feira**……...25**

6. Figura 4. Gráfico representando em porcentagem o tipo de produto comercializado na feira**…….……25**

7. Figura 5. Gráfico representando em porcentagem os alimentos comercializados por tipo de processamento**……26**

8. Figura 6. Gráfico representando os alimentos comercializados por tipo de processamento**……..…27**

9. Figura 7. Gráfico representando o tempo de participação dos feirantes (em meses)**.....27**

10. Figura 8. Gráfico representando em porcentagem a quantidade de feirantes que participaram da criação da feira**……28**

11. Figura 9. Gráfico representando em porcentagem a quantidade de feirantes que participam da organização da feira**……..……..29**

12. Quadro 3. Tabela com a opinião dos feirantes sobre quem toma as decisões na feira**.....29**

13. Figura 10. Gráfico representando em porcentagem a opinião dos feirantes sobre quem toma as decisões na feira**……..……29**

14. Quadro 4. Tabela com a opinião dos feirantes sobre quem exatamente toma as decisões na feira.**……30**

15. Quadro 5. Tabela com a opinião dos feirantes sobre a percepção das relações entre os membros da feira**....……..30**

16. Quadro 6. Tabela representando quantos/as feirantes têm o hábito de doar ou trocar produtos na feira**…….…31**

17. Quadro 7. Tabela representando a avaliação dos/as feirantes sobre as vantagens de participar da feira**……..32**

18. Quadro 8. Tabela representando a avaliação dos/as feirantes sobre as dificuldades enfrentadas pela feira**…….…32**

19. Figura 11. Gráfico representando em porcentagem a quantidade de feirantes que participam de algum outro empreendimento ou organização**……33**

20. Quadro 9. Tabela representando quantos/as feirantes recebem algum tipo de apoio para além da feira, se sim, de que forma**…….….34**
21. Figura 12. Gráfico representando em porcentagem quantos/as feirantes recebem algum tipo de apoio para além da feira**……...…34**
22. Quadro 10. Tabela representando quantos/as feirantes são influenciados/as pelos/as consumidores/as na sua forma de produzir**…….…35**
23. Quadro 11. Tabela representando quantos/as feirantes acessaram e acessam alguma política pública**…….36**
24. Figura 13. Gráfico representando quantos/as feirantes possuem algum certificado.**……...36**
25. Quadro 12. Tabela com informações sobre as características da atividade econômica que desenvolvem**……...37**
26. Figura 14. Gráfico representando a renda mensal da atividade exercida na feira**……...38**
27. Quadro 13. Tabela representando quais tipos de produção são adotados pelos/as feirantes**……...39**
28. Quadro 14. Tabela representando os motivos que levaram a produzir dessa forma**……40**
29. Quadro 15. Tabela representando as vantagens percebidas pelos/as feirantes em produzir dessa forma**……...40**
30. Quadro 16. Tabela representando os desafios percebidos pelos/as feirantes em produzir dessa forma**……...40**
31. Figura 15. Registro de feirante comercializando seus produtos em uma das visitas (30/10/2024)**.....……..41**

1. INTRODUÇÃO

Os circuitos curtos de comercialização (CCC)[1] se expressam a partir das relações de proximidade que necessariamente visam minimizar, ou até mesmo eliminar a presença de intermediários na cadeia que percorre o produto alimentar, priorizando o contato direto entre ofertantes e demandantes desses produtos (Schneider, 2017). No entanto, não há como falar dos CCC sem antes falar dos mercados alimentares convencionais (Rover e Darolt, 2021), isto é, compreender as características do tipo de cadeia que predomina na distribuição do sistema agroalimentar global[2] atualmente.

Nas últimas décadas a globalização intensificou a modernização e a industrialização da agricultura, impactando profundamente os produtos e mercados do sistema agroalimentar de todo o mundo, inclusive no Brasil, também impulsionados pelo avanço nos sistemas de transporte e distribuição, o que permitiu ampliar as escalas de produção e a distância percorrida pelo produto (Rover e Darolt, 2021).

Os mercados com características que apresentam cadeias longas de distribuição dos produtos tendem a romper os elos diretos entre produção e consumo, distanciando o produtor do consumidor final. Com esse distanciamento, o produto final consumido passa a ser uma mercadoria "comum", sendo escolhido em geral por critérios de preço ou valor nutricional, conforme as preferências e condições financeiras (Schneider e Gazolla, 2017).

Em contrapartida, os CCC têm o potencial de reconstruir a identidade entre o alimento produzido, a sociedade que consome e o território de origem, pois permite que os consumidores saibam quem produz, onde e de que maneira os produtos comercializados são feitos. (Rover e Darolt, 2021). Nesse sentido, para fomentar sistemas que aproximem o produtor do consumidor, é necessário a criação de mercados e espaços que viabilizem a atividade, como por exemplo: as feiras.

As feiras livres têm sido um dos principais canais que viabilizam os CCC no Brasil, com grande importância para os agricultores e para a comunidade. Isso porque além de cumprir os papéis de escoar a produção e garantir melhores preços, também estabelecem uma conexão mais próxima entre agricultores e consumidores (e vice-versa), integrando-os em

[1] Daqui em diante, para evitar vícios de linguagem faremos referência aos Circuitos Curtos de Comercialização pela sigla CCC, abreviação amplamente utilizada por autores que discutem o tema.

[2] "Envolvem uma complexa e extensa rede de agentes intermediários, que começa antes mesmo de se jogar uma semente na terra, passa por empresas de insumos, sementes, implementos e mesmo combustíveis, e vai além da porteira dos estabelecimentos agropecuários." (Schneider e Gazolla, 2017, p.10)

circuitos comerciais, mas também valorizando a cultura local e a construção da sociabilidade (Pozzebom; Rambo; Gazolla, 2018).

No entanto, é importante ressaltar que cada feira livre carrega uma experiência singular, principalmente quando consideramos a presença da agricultura familiar nesses espaços, levando em conta a extensão da área geográfica do nosso país. Existe uma diversidade de condições climáticas e ambientais que influenciam na produção e comercialização dos agricultores, além das especificidades por fatores diversos como aspectos políticos, culturais, sociais e econômicos.

De acordo com Schneider e Gazolla (2021), no universo que estamos discutindo a agricultura familiar tem papel central, entendendo que é o setor do sistema agroalimentar que mais necessita de alternativas para inserção nos mercados. Além de ser destaque na produção orgânica e agroecológica nacional e ter forte vínculo com a economia solidária.

A economia solidária pode se caracterizar por dois pilares fundamentais: igualdade e autogestão.[3] Sobre esse último, Singer (2007) complementa que a economia solidária é o contrário da relação que prevalece em empreendimentos regidos de forma heterogestionária, onde os que ocupam cargos e funções de responsabilidade exercem autoridade sobre os outros (Singer, 2007).

Nesse sentido, considerando a hipótese de que feiras com forte presença da agricultura familiar tem potencial para ser uma experiência com características que representam um empreendimento econômico solidário, mesmo sem ter essa definição clara, a primeira problemática que este trabalho levanta é: sendo os feirantes os agentes principais do empreendimento e principais interessados no seu sucesso, qual o envolvimento dos mesmos nos processos de tomada de decisão, bem como sua participação ativa na organização da feira?

De acordo com Viana (2007), a autogestão é uma relação que não se limita à produção e/ou empreendimento, mas também se generaliza e se expande para as demais esferas da vida social. O autor reforça que a autogestão significa que os agentes autogestionários têm autonomia sobre suas atividades e sobre os resultados gerados a partir delas.

Portanto, esse envolvimento dos feirantes nos processos do empreendimento que participam é importante para permitir a transformação social no comportamento dos sujeitos,

[3] Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ea/a/WYVnc8gJVQYFDnrCgbZxjCG/?format=pdf> Acesso em: 30 set, 2024.

no sentido de que suas ações passem a ser cada vez mais pautadas por valores ideológicos, e não pela forte influência do capitalismo nas suas relações sociais e econômicas (Azambuja, 2009 apud Singer, 2000).

Dessa forma, o presente estudo vê como fundamental a participação ativa dos feirantes em reuniões e assembleias para tomadas de decisão que influenciam diretamente na atividade econômica que exercem coletivamente, uma vez que a participação assídua ou sua ausência pode explicar aspectos positivos e negativos do empreendimento.

No entanto, essa questão imediatamente nos leva a outra: a participação dos feirantes é importante, porém é necessário considerar que apenas a vontade dos produtores ou da população nem sempre é suficiente para viabilizar uma feira. Portanto, qual o apoio oferecido aos feirantes para que possam ser autônomos e independentes nos processos que envolvem a atividade econômica que exercem na feira?

Sendo assim, entende-se que o apoio de órgãos competentes de forma estratégica e o acesso às políticas públicas são fundamentais para empoderar os feirantes a alcançarem o desenvolvimento sustentável da atividade individual e coletiva da feira. Analisar a perspectiva dos feirantes sobre aspectos que contribuam a responder essas questões pode ajudar a visualizar se eles têm encontrado dificuldades em exercer a atividade que viabiliza um dos mercados mais acessados baseados em CCC.

Também é importante compreender até que ponto uma feira é engajada com os princípios da economia solidária e com a prática da agroecologia, pois é nos sistemas de produção agroecológica e orgânica que estão as inovações sociais na construção de CCC. Além da presença de valores como solidariedade e reciprocidade nas interações sociais, os efeitos também podem impactar além da esfera socioeconômica e contribuir significativamente para o desenvolvimento local[4], reconectando aspectos da agricultura, alimentação, saúde, meio ambiente, economias locais e territórios (Rover e Darolt, 2021).

Estes questionamentos são relevantes para a compreensão da abrangência epistemológica das feiras e mercados dessa natureza, auxiliando formas de pensar mais e melhor em alternativas que viabilizem os CCC e suas possibilidades de inovação social.

A partir dessas questões é possível identificar elementos que possam contribuir para desenvolver e fomentar iniciativas cada vez mais organizadas e eficientes no que se propõem,

[4] “Corresponde sobretudo a uma multiplicidade assinalável de iniciativas de base local, a partir das quais, atores locais, de muitos tipos e numa grande variedade de situações, tentam encontrar respostas para os problemas colocados pelas crises econômicas, tecnológicas, ambientais e políticas” (Amaro, 2019, p.109)

ou mesmo produzir dados que ajudem na formulação e melhoria das políticas públicas direcionadas ao setor, tendo em vista que geralmente são experiências que surgem e se sustentam em uma realidade de escassez de recursos disponíveis, dependendo desses mecanismos e outros subsídios para viabilizar a atividade-fim.

Dessa forma, o objetivo geral da pesquisa é compreender a feira livre da Estação Hervè Clodovil em Viçosa - Minas Gerais, a abrangência da experiência e suas características enquanto circuito curto de comercialização, analisando o seu potencial para promover inovações sociais que contribuam com benefícios socioeconômicos e ambientais.

Para atingir esse objetivo será necessário: 1) investigar a dimensão sociocultural da feira, descrevendo suas principais características organizacionais e os principais desafios enfrentados para sua manutenção; 2) descrever e analisar a participação dos(as) feirantes(as), do poder público e o acesso às políticas públicas; 3) investigar e caracterizar a presença de produção agroecológica e orgânica na feira como indicador característico de inovação social.

No tópico adiante, será exposto o referencial com as abordagens teóricas dispostas na bibliografia disponível que irá embasar a análise da feira livre da Estação Hervè Clodovil, seguido pela metodologia utilizada na pesquisa. O tópico subsequente dispõe da análise dos resultados diante dos dados coletados e pesquisas realizadas pelo autor, seguidas das considerações finais do trabalho.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Uma boa parte dos(as) expositores(as) de CCC, como feiras, pertence à agricultura familiar, sendo esta uma categoria política definida na Lei nº 11.326 de 24 de julho de 2006 – conhecida como "Lei da Agricultura Familiar". A legislação dispõe sobre a definição, dos beneficiários, a organização e a estruturação do Pronaf (Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar) (PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA, 2006).

Apesar do reconhecimento legal do setor pelo Estado brasileiro, uma das formas de melhor caracterizar agricultores familiares é se atentar à própria nomenclatura do termo ao identificar um produtor rural, onde a presença predominante de mão de obra familiar e renda advinda de propriedade deve ser um fator determinante para diferenciar dos demais produtores rurais.

Com o crescimento do setor e a evidente necessidade de fomentar a modernização em arranjos direcionados aos mercados que atuam, houve alteração com o sancionamento da Lei Nº 14.828 de 20 de março de 2024, visando incluir "a modernização e o desenvolvimento sustentáveis e a inovação e o desenvolvimento tecnológicos entre os aspectos a serem considerados no planejamento e na execução da Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais." (PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA, 2024).

Nesse contexto, precisamos voltar ao conceito de CCC para orientar os tópicos discutidos na sequência que abrangem tanto a temática quanto o caso escolhido para ser estudado. Como citado anteriormente, o sistema é uma inovação social que viabiliza uma forma de comercialização alternativa que reduz as distâncias entre o produtor e o consumidor de alimentos, no entanto, para Darolt e Rover (2021), não apenas envolve novas dinâmicas na relação produção/consumo, mas também cria novas maneiras de operar as trocas e fazer com que os negócios se orientem por relações de reciprocidade e valores.

Os autores Sergio Schneider e Marcio Gazolla ainda descrevem que:

> "Os circuitos curtos resgatam uma dimensão moral e ética entre os agentes participantes, pois para além da promoção de trocas de produtos e mercadorias que mudam de propriedade, as transações econômicas efetuadas se pautam em valores humanos e ambientais como justiça e sustentabilidade" (Rover e Darolt apud Schneider e Gazolla, 2021, p.15)

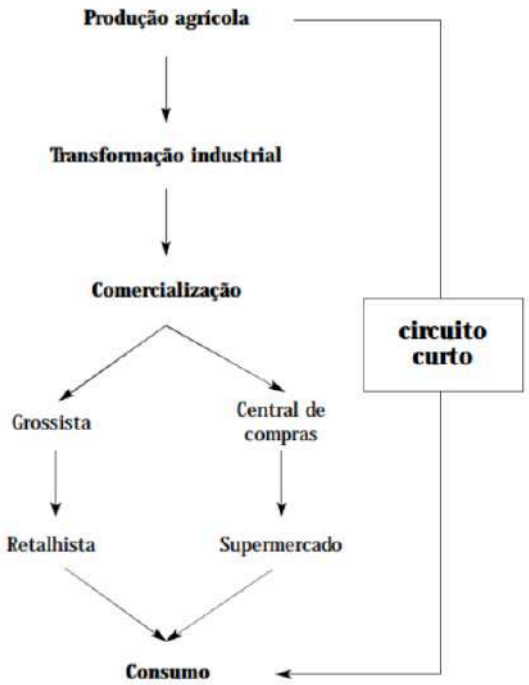
Esse tipo de mercado alternativo tem sido importante em diferentes aspectos, uma vez que os mercados convencionais têm sido altamente competitivos e arriscados quando se trata

da inserção de pequenos produtores e agricultores familiares. De acordo com Rover e Darolt (2021), esse cenário se constituiu a partir dos processos de globalização do sistema alimentar:

> "O avanço dos mercados globalizados fragilizou inúmeras produções alimentares locais; distanciou produtores de consumidores, ampliando as cadeias de distribuição; gerou inseguranças alimentares; desvalorizou toda uma diversidade de alimentos presente em dietas de culturas milenares, devido à dificuldade de produção e distribuição especializada e em larga escala destes alimentos." (Rover e Darolt, 2021, p.20)

Nesse contexto, segundo Sérgio Schneider e Marcio Gazolla (2021), os agricultores familiares de diferentes regiões do Brasil estão construindo saídas ao problema da escala e da logística, onde é amplamente reconhecido que estes são gargalos em decorrência da limitação de condições financeiras e de recursos, portanto são os que mais necessitam de alternativas para inserção aos mercados. A imagem a seguir descreve o caminho percorrido pelos CCC em comparação com os mercados convencionais, considerando apenas a venda direta (Figura 1).

Figura 1. Representação gráfica de alternativas simplificadas do mercado agroalimentar, expressando o mercado convencional e o circuito curto.



Fonte: Oliveira, 2018, p.69 apud François, 2000, p. 15

A partir desse esquema podemos visualizar que o gargalo de logística naturalmente eleva os custos de transação por envolver uma cadeia extensa de intermediários, dificultando

a competição dos agricultores familiares em detrimento dos médios e grandes, que conseguem dominar o mercado convencional com a produção em larga escala de alimentos que passam por processamento e/ou beneficiamento, utilizando conservantes, agrotóxicos e outros tipos de defensivos agrícolas nocivos à saúde humana[5] e ao meio ambiente[6], por exemplo.

Além da questão econômica, a questão sanitária e ambiental citada tem se tornado um dos problemas centrais na discussão dos processos que envolvem o sistema alimentar que se estabeleceram em cadeias longas distribuição, isso porque essa lógica não atende aos requisitos da segurança alimentar e da sustentabilidade. Schneider e Gazolla (2021) afirmam que a questão alimentar não é somente a questão de produção e oferta de alimentos, mas sim uma preocupação de saúde pública, sobre o meio ambiente e os recursos naturais. Segundo os autores:

> "Produzimos mediante o uso exagerado de insumos e agrotóxicos, que contaminam a base natural da produção assim como os próprios alimentos que consumimos; além de gastarmos uma imensa quantidade de energia no transporte e abastecimento, que resulta em balanço energético negativo do sistema." (Schneider e Gazolla, 2021, p.10)

Os autores ainda reforçam que ao contrário da incerteza nos produtos das cadeias longas, os produtos dessas redes alternativas "chegam aos consumidores com as informações necessárias para reconectar os produtos aos seus produtores e lugares de origem" (Schneider e Gazolla, 2017, p.15).

A aproximação que decorre desses sistemas também permite ao consumidor ter um discernimento maior sobre o que está comprando, onde além de garantir sua segurança alimentar e nutricional com alimentos orgânicos buscando essas informações diretamente com o produtor, ainda pode tornar o consumo em ato político, valorizando a cultura e economia local adquirindo produtos originários da região. Segundo Rover e Darolt (2021), essa aproximação das relações é importante em diferentes aspectos:

> "A construção dos circuitos curtos vem se constituindo numa inovação social não apenas porque envolve novas dinâmicas e relações entre produtores e compradores/consumidores de alimentos mas, acima de tudo, porque cria novas

[5] Segundo o portal Ambscience (2021), a intoxicação direta de seres humanos pode ser dividida entre dois tipos principais: a aguda e a crônica. Ambas podem ser fatais, dependendo do tipo de exposição sofrida pelo indivíduo.

[6] Segundo o portal Ambscience (2021), além de eliminarem as pragas, prejudicam espécies importantes para o equilíbrio da biodiversidade. E ainda contaminam a água, já que alguns agrotóxicos são hidrossolúveis e podem chegar a rios, córregos e lagos, afetando a biodiversidade aquática, além de chegarem a aquíferos, podendo inviabilizar o consumo dessa água.

> maneiras de operar as trocas e fazer com que os negócios sejam ordenados por relações de reciprocidade e valores.” (Rover e Darolt, 2021, p.13)

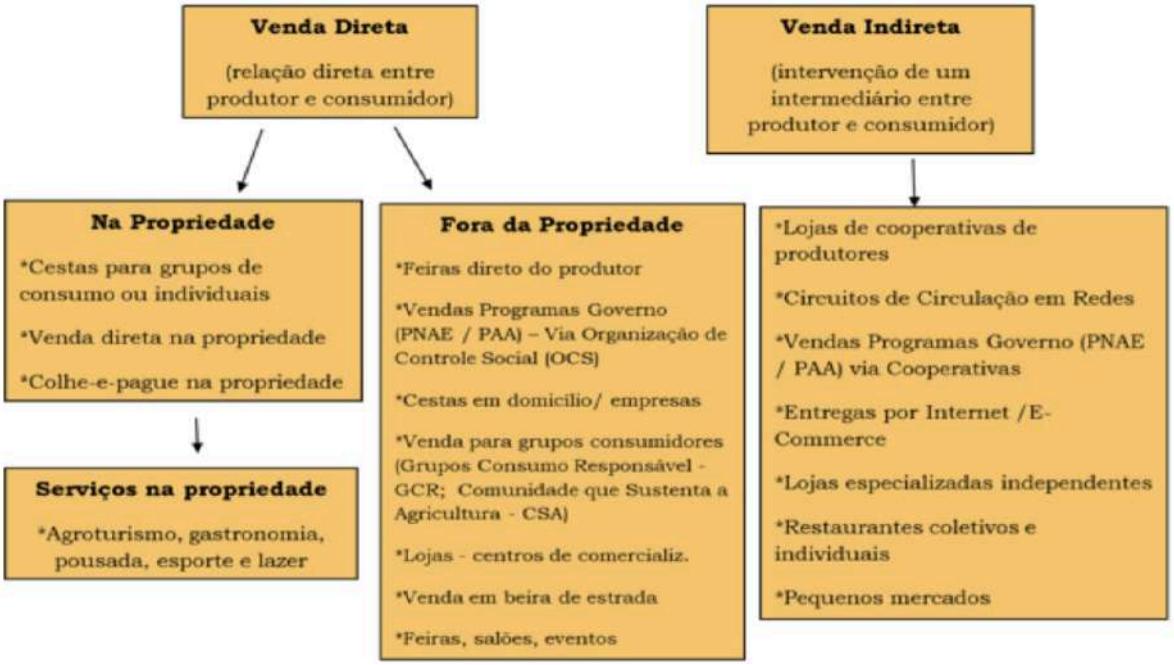
Nesse mesmo contexto, existe um fenômeno percebido atualmente, onde “as novas economias se caracterizam por uma virada pela valorização da qualidade dos produtos em um contexto em que os consumidores são cada vez mais reflexivos e relegam os aspectos quantitativos e mesmo o preço dos alimentos a um segundo plano.” (Schneider e Gazolla, 2017, p.15)

Segundo o portal online Brasil de Fato (2023), em pesquisa realizada por cientistas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR), foi apurado que no intervalo de 2003 a 2017, as vendas de produtos orgânicos aumentaram quatro vezes no Brasil, enquanto apenas no ano de 2020, tiveram uma expansão de 30%, movimentando R$ 5,8 bilhões somente no setor. Nesse mesmo contexto, de acordo com os dados do Censo Agropecuário do IBGE, entre 2006 a 2017, o número de estabelecimentos agropecuários com a certificação de produção orgânica cresceu mais de 1.000% no Brasil, saltando de 5.106 para 68.716.

Esses números consideram uma gama de produtores de todo porte e que escoam sua produção em diferentes canais de distribuição, considerando muitos produtores ainda em transição agroecológica. No entanto, além de apresentar uma forte tendência de crescimento na demanda por consumo desses produtos, as feiras livres com a presença da agricultura familiar devem ser consideradas uma das principais alternativas de mercado que ofertam alimentos orgânicos e/ou produtos agroecológicos a partir de CCC.

Isso porque na tipologia dos circuitos curtos, o modelo de feira provavelmente é a iniciativa de circuito curto de venda direta para o público geral com maior recorrência, sendo acessível de viabilizar em qualquer sociedade que produza. Na imagem a seguir podemos visualizar os outros tipos de circuito curto (Figura 2):

Figura 2. Esquema representando a tipologia de circuitos curtos.



Fonte: Darolt et al. (2016).

Essa hipótese se fortalece com os dados do mapeamento realizado pela Câmara Interministerial de Segurança Alimentar e Nutricional (CAISAN), onde identifica a existência de 5.119 feiras livres em 1.176 municípios por todo o Brasil, a maioria delas (83%) com periodicidade semanal, além de 1.331 feiras agroecológicas ou com produção orgânica em 624 municípios (Centro de Inteligência Orgânicos, 2015).

Nesse sentido, com a evidência do crescimento da agricultura familiar e da produção de orgânicos e agroecológicos, e consequentemente, de arranjos que viabilizem a comercialização desses produtos como as feiras, o desafio agora se concentra em como desenvolver experiências que sejam organizadas e bem-sucedidas, uma vez que já foi mencionado anteriormente a limitação de recursos disponíveis no setor da agricultura familiar em geral.

Existem inúmeras estratégias que podem ser utilizadas pela prefeitura local para otimizar a organização e comercialização de uma feira, a Prefeitura de Cabreúva por exemplo, por meio do trabalho conjunto das secretarias de Agricultura, Cultura e Esportes, prepararam uma edição especial, comemorando 2 anos da feira com diversas atrações musicais, sorteios para o público, entre outros atrativos que incentivam o público a frequentar e consumir na feira.

Sendo assim, apesar do apoio do poder público e outros subsídios serem fundamentais para viabilizar a constituição e organização das feiras, e ainda discorreremos sobre isso, para o desenvolvimento local ser contínuo, impactante e duradouro é necessário que a maioria das ações sejam tomadas "de baixo para cima". Hespanha e seus colaboradores (2009, p.108 apud Amaro, 2003) afirmam que:

> "O processo de satisfação de necessidades e de melhoria das condições de vida de uma comunidade local, a partir essencialmente das suas capacidades, assumindo a comunidade o protagonismo principal nesse processo e segundo uma perspectiva integrada dos problemas e das respostas" (Hespanha et al. 2009, p.108 apud Amaro, 2003).

Dessa forma, se faz necessário evocar alguns dos princípios da economia solidária[7] para contribuir com que consigam esse protagonismo necessário para o desenvolvimento local: a autogestão, a reciprocidade e a solidariedade. É com a participação dos feirantes nos processos de tomada de decisão desses mercados e com a valorização da boa relação entre os indivíduos que participam do empreendimento que fará diferença significativa no desenvolvimento local e sustentável da atividade que exercem, se fortalecendo coletivamente a partir da contribuição individual de cada unidade que compõe a feira.

Mas essa realidade não é simples, existem diversos fatores para explicar a dificuldade em presenciar o engajamento de forma homogênea e genuína de um coletivo de expositores de uma feira, sendo necessário uma ou algumas lideranças para essa função, porém não é o objetivo deste trabalho entender o problema, mas analisar a causa. De acordo com Hespanha e colaboradores, o desenvolvimento tanto da atividade que exercem, quanto da localidade que habitam dependem da participação ativa dos indivíduos. Os autores apresentam os três tópicos que propõem um método pragmático para promover o desenvolvimento, sendo eles:

> "O diagnóstico das necessidades das comunidades locais deve realizar-se com participação destas; a resposta a essas necessidades deve basear-se na utilização dos recursos e capacidades da própria comunidade; os problemas e as soluções devem ser abordados de forma integrada, conjugando as suas várias componentes e áreas de intervenção" (Hespanha et al. 2009, p.109 apud Amaro, 2003)

Essa interação é importante, na medida em que também auxilia para a formulação de políticas públicas e legislações direcionadas, uma vez que a participação ativa em qualquer

[7] Unicopas (2023), "É um conjunto de atividades econômicas de produção, distribuição, consumo, poupança e crédito, organizados sob a forma de autogestão. A economia solidária se apresenta como uma alternativa de geração de trabalho e renda, sobretudo às populações mais empobrecidas, a favor da inclusão social."

esfera social pode ser considerada uma forma de atuação política, e apenas com a participação dos/das feirantes nos espaços disponíveis é que vai ser possível entender suas demandas para buscar soluções para atendê-las.

De toda forma, existem algumas políticas nacionais que buscam fomentar a atividade fim voltadas para o desenvolvimento, abrangendo grande parte dos produtores que comercializam em feiras. No caso dos agricultores familiares existe o Cadastro Nacional da Agricultura Familiar (CAF), que é destinado a qualificar o público beneficiário do Pronaf, já citado anteriormente, que conta com vários subprogramas destinados a diferentes contextos para conceder financiamento e apoio aos produtores, sendo acessado exclusivamente por aqueles que possuem o CAF (Portal Gov, 2024).

Ainda existem outras políticas como o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) - Lei nº 10.696/2003, e o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE) - Lei nº 11.947/2009, que ajudam os agricultores familiares a escoar sua produção de forma recorrente em setores da rede socioassistencial e educacional, respectivamente (Portal Gov, 2024).

No caso dos artesãos, existe o Cadastro Nacional do Artesão (CNA), que qualifica o público beneficiário do Programa de Artesanato Brasileiro (PAB) - Decreto Nº 10.852/2021, com a competência de auxiliar a formulação de políticas públicas em nível nacional e garantir benefícios para fortalecer o setor economicamente (Imprensa Nacional, 2021).

No caso dos agricultores, e serve também para os demais tipos de produtores que participam de feira, os autores Henig e Santos afirmam que:

> "O desenvolvimento necessário para a agricultura familiar se firmar cada vez mais no campo econômico possível de competir com a agricultura conservadora só se dará por meio da intervenção do Estado no processo produtivo, com incentivos e políticas que venham ao encontro das necessidades dos agricultores familiares" (Henig e Santos, 2016, p.259)

Portanto, além da participação e da vontade dos próprios feirantes em autogerir com autonomia e independência a iniciativa coletiva que integram, se faz necessário o apoio constitutivo e contínuo do poder público na organização e o acesso desses produtores às políticas públicas que fortaleçam sua atividade para que possam contribuir com o desenvolvimento local, sob uma perspectiva de valores da economia solidária. Este seria o cenário perfeito para que as inovações sociais encontradas nos arranjos a partir de CCC, que vem surgindo nos últimos anos se desenvolvam de maneira sólida e eficiente através de um

processo colaborativo de toda a sociedade, trazendo benefícios socioeconômicos e ambientais que se traduzam em desenvolvimento sustentável.

3. METODOLOGIA

3.1. CONTEXTUALIZAÇÃO DA PESQUISA

Como contextualização inicial da pesquisa desenvolvida, é importante mencionar como iniciou o processo de definição do tema escolhido. Com a lei nº 13.005/14, através da Resolução CNE/CES nº 7/2018, do Ministério da Educação (MEC), que regulamentou a curricularização da extensão nas universidades, tendo como uma de suas finalidades garantir "no mínimo, 10% (dez por cento) do total de créditos curriculares exigidos para a graduação em programas e projetos de extensão universitária, orientando sua ação, prioritariamente, para áreas de grande pertinência social" (PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA, 2024).

Essa iniciativa foi importante para que, através da disciplina optativa de Economia Solidária II do curso de Bacharelado em Cooperativismo da UFV, fosse possível o desenvolvimento de uma atividade de extensão na feira livre de Economia Solidária e Agricultura Familiar de Teixeiras-MG, município vizinho à universidade. A partir dessa experiência e do meu envolvimento nela, fui me interessando no tema e identifiquei a necessidade de investigar as circunstâncias contextuais desse tipo de empreendimento, a partir disso, pude definir o ponto de partida do meu trabalho.

Dito isso, o presente estudo de caso trata-se de uma pesquisa exploratória-descritiva sobre a feira livre da Estação Hervè Clodovil, no município de Viçosa, cidade localizada na região da Zona da Mata Mineira. Atualmente o município conta com uma população próxima de 76.430 pessoas, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2022); e com um Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM)[8] de 0,775 segundo o mesmo censo, número considerado alto para os padrões nacionais de acordo com o Instituto de Pesquisa e Economia Aplicada - IPEA (2008).

No caso escolhido para ser analisado, temos um exemplo de feira livre promovida pela Prefeitura Municipal, onde é desenvolvida pela Secretaria Municipal de Agropecuária e Desenvolvimento Rural de Viçosa, que dá o suporte na organização do evento, liberando o local, fornecendo as barracas e disponibilizando funcionários da vigilância sanitária mediante solicitação dos/as feirantes quando for necessário realizar vistorias (Cunha e Singulani, 2024).

[8] De acordo com o IPEA (2024), o Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM) brasileiro segue as mesmas três dimensões do IDH global – saúde, educação e renda.

O município ainda conta com mais três feiras com características semelhantes, uma também realizada pela Prefeitura Municipal, e as outras duas constituídas como projeto de extensão da Universidade Federal de Viçosa - UFV. Em nosso estudo, optamos por analisar apenas a feira livre da Estação Hervè Clodovil para nos concentrar exclusivamente na análise dos dados que serão coletados nesta experiência.

Embora o objeto de estudo seja a feira, vamos considerar os/as feirantes como agentes principais da pesquisa e sua perspectiva como tema central da discussão, uma vez que a análise será realizada a partir da dimensão sociocultural que será explorada na feira.

Dessa forma, será possível auxiliar na compreensão da abrangência e dos benefícios socioeconômicos e ambientais presentes a partir dessa iniciativa, fazendo parte do objetivo geral do projeto "Agroecologia e sistemas alimentares localizados: inovações sociais na construção de circuitos curtos de comercialização". Esse projeto é financiado pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais – FAPEMIG. A pesquisa foi aprovada pelo do Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos (CEP) da Universidade Federal de Viçosa através do Parecer Consubstanciado nº 6.760.478.

No projeto citado acima, serão analisadas experiências do Polo Agroecológico e de Produção Orgânica na região da Zona da Mata Mineira (Lei n° 23207/2018), sendo a feira livre da Estação Hervè Clodovil uma experiência que potencialmente condiz com a proposta da pesquisa mencionada.

Para levantar informações sobre alguns aspectos organizacionais e fatos históricos sobre a feira analisada, foi necessário a contribuição de uma liderança indicada por parte dos feirantes. De acordo com as informações fornecidas por ele sobre a constituição da feira livre da Estação Hervè Clodovil, as atividades iniciaram por volta de sete anos atrás, numa tentativa de transferir a feira livre que ainda acontece aos sábados de manhã atrás do Centro Administrativo, na sede da Prefeitura, para o local onde acontece a feira analisada atualmente, toda quarta-feira.

Segundo relato, o entendimento na época é de que o espaço na histórica estação ferroviária desativada da cidade seria ideal para acomodar um número maior de feirantes. Diante disso, tendo um bom relacionamento com o então secretário de Agropecuária e Desenvolvimento Rural de Viçosa da época, foi feita a proposta de mudança de local.

Em contrapartida, a solução proposta pelo então secretário foi ceder o espaço da Estação Hervè Clodovil para a criação de outra feira na quarta ao invés da transferência da

feira de sábado, coexistindo em dias diferentes e trazendo mais possibilidades aos produtores e consumidores locais, sendo um sucesso na primeira tentativa realizada e, apesar dos desafios cotidianos que serão discutidos neste trabalho, tornou-se um empreendimento sólido que existe e persiste desde então.

3.2. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para definir a metodologia mais adequada para analisar a experiência, considerando os/as feirantes como agente focalizador da nossa investigação, a primeira medida para estruturar os processos metodológicos foi incorporar a este trabalho o roteiro[9] de entrevistas semi-estruturadas do projeto "Agroecologia e sistemas alimentares localizados: inovações sociais na construção de circuitos curtos de comercialização" executado pela Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares, financiado pela FAPEMIG.

Dessa forma, foi possível caracterizar a dimensão sociocultural que compõem a feira, produzindo dados qualitativos e quantitativos que serão sistematizados e posteriormente analisados a partir de uma reflexão crítica do caso, contribuindo para a produção de conhecimento na compreensão do seu coletivo e suas práticas como inovação social, enquanto experiência parte do Polo Agroecológico e de Produção Orgânica na região da Zona da Mata Mineira.

Como o roteiro de entrevistas é extenso e aborda uma variedade de aspectos, foram selecionadas as perguntas consideradas mais relevantes para a análise que será desenvolvida no presente trabalho. De toda forma, os dados serão coletados integralmente, ficando à disposição do projeto da FAPEMIG para estudos posteriores. É importante mencionar que o roteiro de entrevista que foi utilizado já tem um parecer consubstanciado e foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos - CEP, da Universidade Federal de Viçosa - UFV. Todos os participantes assinaram um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE).

Na estrutura do roteiro de entrevista será abordado aspectos que irá caracterizar os/as feirantes e responder questões sobre sua interação nos processos participativos e de organização da feira; questões que investigam a participação do poder público e outros tipos de apoio aos feirantes; sobre a oferta de produção agroecológica e orgânica presente na feira;

[9] O roteiro foi anexado ao trabalho e pode ser consultado integralmente no Apêndice (tópico final).

além de vários outros aspectos que podem contribuir nas reflexões expostas na análise do tópico subsequente.

No quadro 1 é apresentado o perfil dos/as 19 entrevistados/as na feira, considerando todas as barracas de produtores locais em atividade entre outubro e dezembro de 2024 (com exceção das barracas que comercializam pastéis). Para garantir o anonimato dos participantes, vamos enumerar cada entrevistado/a e caracterizá-los/as inicialmente pela idade; raça/etnia; grau de escolaridade e tipo de produto comercializado.

Quadro 1. Caracterização dos entrevistados/as da feira.

Entrevistado/a	Gênero	Idade	Raça/Etnia	Grau de Escolaridade	Produto comercializado
1	Feminino	30	Preta	Superior completo	Alimentos processados
2	Masculino	35	Preta	Sem instrução formal	Hortifruti
3	Masculino	34	Branca	Pós-graduação	Alimentos processados
4	Feminino	50	Branca	Fundamental incompleto	Hortifruti
5	Masculino	25	Parda	Médio completo	Hortifruti
6	Feminino	56	-	Fundamental incompleto	Alimentos processados
7	Feminino	37	Branca	Médio incompleto	Hortifruti
8	Masculino	-	-	Médio incompleto	Hortifruti
9	Feminino	60	Parda	Superior incompleto	Alimentos processados
10	Masculino	64	-	Fundamental completo	Outros
11	Feminino	28	-	Superior incompleto	Hortifruti, Alimentos processados
12	Masculino	56	Parda	Médio completo	Outros
13	Feminino	51	Branca	Superior incompleto	Alimentos processados
14	Masculino	76	Branca	Fundamental incompleto	Hortifruti
15	Masculino	66	Preta	Fundamental incompleto	Hortifruti
16	Masculino	68	Branca	Fundamental incompleto	Hortifruti
17	Feminino	60	Branca	Médio completo	Outros
18	Masculino	34	Parda	Fundamental incompleto	Hortifruti
19	Masculino	53	Parda	Médio completo	Hortifruti

Fonte: Elaboração própria.

As entrevistas foram realizadas durante o expediente dos feirantes, sendo bem desafiador devido ao alto fluxo de pessoas que circulam na feira por se tratar de uma região central da cidade, no entanto ainda foi a melhor estratégia para localizar cada participante.

Como no roteiro de entrevista há perguntas relacionadas ao número de familiares e/ou trabalhadores que participam da atividade produtiva e os papéis que cada um desempenha, entende-se que não há necessidade de entrevistar todos os/as feirantes integrantes de cada barraca, sendo definido por eles um (01) representante da barraca para responder às perguntas do roteiro de entrevista. Para conseguir aplicar essa metodologia, foi necessário comparecer na feira in loco nas datas 16/10/2024, 30/10/2024, 06/11/2024, 04/12/2024, 11/12/2024 e 08/01/2025.

Para além da aplicação do roteiro, visando ampliar a abrangência da pesquisa, foi muito importante dar a oportunidade dos/as feirantes relatarem o que fosse de interesse de cada um de forma anônima, contribuindo para obter diferentes percepções que permitiram analisar o contexto em torno da feira. Dessa forma, os/as feirantes sentiam liberdade para expressar seus sentimentos, ideias, reclamações, elogios, dentre outras percepções sem o receio de sofrer retaliação dos companheiros ou demais agentes envolvidos.

A observação do autor também foi considerada como processo metodológico nas análises deste trabalho, onde a experiência de vivenciar a rotina dos/as feirantes enquanto organizam suas barracas e comercializam seus produtos foi fundamental para entender o funcionamento da feira e algumas características que a distinguem. O tamanho do roteiro de entrevistas aplicado contribuiu para uma longa interação com cada participante, e consequentemente o tempo de feira, em torno de 4h a 6h por visita.

Dessa forma, com a quantidade de visitas realizadas foi possível acompanhar desde a organização inicial dos/as feirantes para começar os trabalhos, os horários de pico onde a relação direta com os consumidores se intensifica, até o horário de finalização da feira.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1. FUNCIONAMENTO DA FEIRA

A feira é realizada semanalmente toda quarta-feira, das 14:30h às 20:00h. O horário já foi ajustado algumas vezes com o aval da maioria dos/as feirantes, sendo tema de insatisfação para alguns deles. De acordo com boa parte dos/as entrevistados/as, o horário de abertura para montagem das barracas se inicia às 14:30h, com cada feirante sendo responsável pela montagem, transporte e manutenção das barracas. Isso causa um transtorno na organização inicial da feira, já que cada feirante precisa aguardar para acessar a área praticamente no mesmo horário em que o espaço se abre ao público, causando fila e exigindo dos/as feirantes velocidade para desembarcar a estrutura da barraca, montá-la, organizar os produtos e iniciar a comercialização.

Segundo relato do entrevistado 16, os/as feirantes que ofertam produtos minimamente processados têm vantagem competitiva sobre os demais, devido ao fato da organização da sua barraca ser muito mais fácil e rápida do que os que ofertam os demais produtos, fazendo com que possam comercializar antes dos demais feirantes, além de causar certa desordem por possibilitar o acesso de consumidores e comércio de alguns feirantes enquanto boa parte ainda está montando suas barracas e organizando seus produtos.

Em relação aos critérios para participar da feira, o único requerimento relatado pelos/as feirantes é ser essencialmente produtor local. Apesar disso, o entrevistado 2 relatou que mesmo sendo produtor local teve muita dificuldade em ingressar na feira, e ainda denunciou a existência de produtores que não são da localidade, sem apontar exemplos. De toda forma, a feira claramente busca a valorização dos produtores locais. No entanto, alguns feirantes expuseram a vontade de receber produtores das regiões vizinhas ao município na feira, oferecendo uma diversidade maior de produtos e atraindo mais consumidores.

A feira se organiza com posição fixa das barracas, se o/a feirante de determinada barraca não comparecer, o seu estande fica vazio. Segundo relato de um/a entrevistado/a, um feirante compareceu apenas duas (02) vezes, deixando o seu estande sem outro produtor para repor a sua ausência desde então. Esse tema também gera insatisfação em parte dos/as feirantes, que entendem não estar bem posicionados além de não terem autonomia para decidir onde fixar suas barracas para comercializar.

Por se tratar de uma avenida da região central da cidade com necessidade de fechamento de parte do trânsito, a feira se estende por um trecho definido pela Prefeitura. De acordo com os/as feirantes, houve diálogos para viabilizar tanto a ampliação da área, quanto para providenciar uma estrutura que cobrisse o perímetro da feira, no entanto ainda não houve consenso entre as partes para seguir com esse planejamento.

Segundo os/as feirantes, a Prefeitura e a Emater não contribuem na montagem e manutenção das barracas. Atualmente, a Prefeitura fornece apenas banheiros químicos para utilização de quem trabalha e visita a feira e agentes da vigilância sanitária quando necessário ou solicitado. Segundo um/a dos entrevistados/as, a Prefeitura já cobrou taxa pelo fornecimento dos banheiros químicos. Além disso, muitos/as feirantes se queixaram pelo uso de pessoas alheias à feira, degradando a estrutura dos banheiros.

Em contrapartida, a Emater, apesar de não se envolver de forma mais direta com a feira, presta assistência técnica aos produtores nas suas respectivas unidades rurais e auxilia no acesso a políticas públicas. De certa forma, percebe-se que a assistência da Prefeitura e Emater na feira deixam a desejar de acordo com o relato de alguns feirantes.

Figura 3. Fotografias da feira no primeiro dia de coleta de dados (16/10/2024).

Fonte: Acervo pessoal.

4.2. A DIMENSÃO SOCIOCULTURAL

Segundo Guzmán et al. (2012), a perspectiva da dimensão sociocultural da agroecologia está relacionada com as estruturas sociais e econômicas que circundam e se relacionam com o sistema produtivo ou o agroecossistema. Dito isso, é importante investigar o conjunto de características que define cada produtor entrevistado/a que integra a feira em análise para entender o contexto do empreendimento e sua relação com estruturas externas. Para isso, será apresentado as respostas consideradas mais relevantes do roteiro de entrevistas para guiar as percepções que serão discutidas no presente trabalho.

4.2.1. TIPOS DE PRODUTOS OFERTADOS

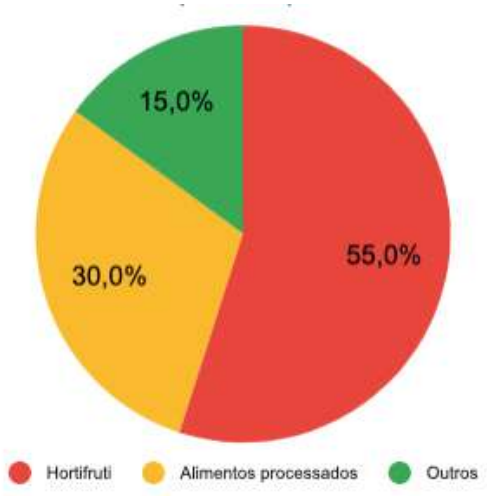
No quadro 2 e nos gráficos das figuras 4, 5 e 6 podemos verificar respostas que se relacionam com o tipo de alimento que produzem, caracterizando a feira no seu coletivo:

Quadro 2. Tabela com os tipos de produtos comercializados na feira.

Tipos de produtos ofertados	**Nº de feirantes**
Hortifruti	10
Alimentos processados	5
Outros	3

Fonte: Elaboração própria

Figura 4. Gráfico representando em porcentagem o tipo de produto comercializado na feira.

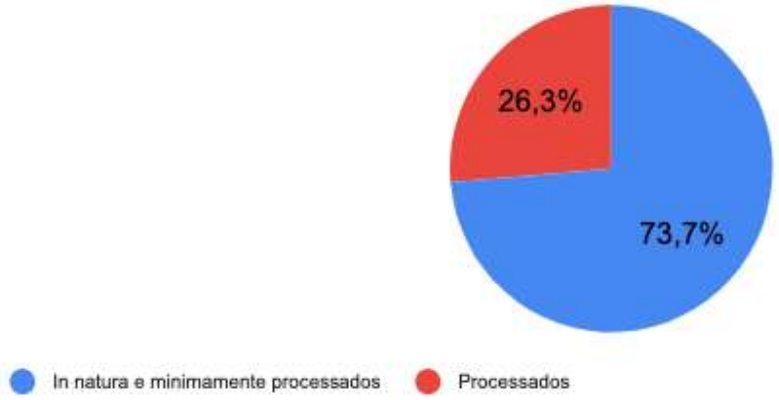


Fonte: Elaborado em contribuição por Paola Santana Castro Pimentel (UFV).

No gráfico acima é possível perceber que a feira é majoritariamente composta por produtores de hortifruti, representando mais da metade (55,0%) da produção comercializada na feira, ficando evidente a predominância da agricultura familiar mesmo sem existir a definição para tal. Nota-se que não existe comercialização de artesanatos, mesmo sendo uma feira livre, no entanto a presença de alimentos processados é significativa (30,0%).

Seguindo a tipologia, a oferta de alimentos in natura ou minimamente processados consequentemente formam maioria (73,7%), como apresentado a seguir, no gráfico da figura 5. Esse número elevado é devido a forte presença de hortifruti nos produtos comercializados na feira e sem registros de oferta de alimentos ultraprocessados:

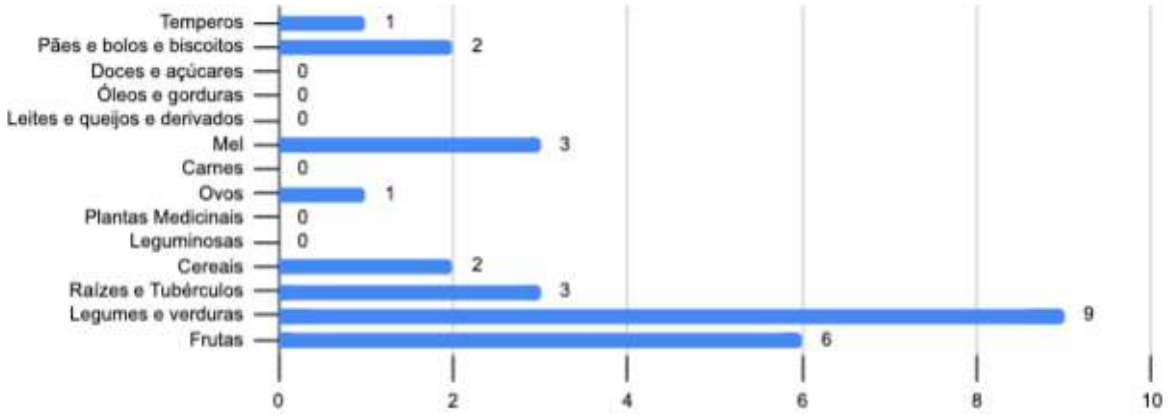
Figura 5. Gráfico representando em porcentagem os alimentos comercializados por tipo de processamento.



Fonte: Elaborado em contribuição por Paola Santana Castro Pimentel (UFV).

Ainda classificando os alimentos comercializados por tipo de processamento, como vemos abaixo no gráfico da figura 6, podemos verificar de forma específica os produtos ofertados na feira. Com destaque para a oferta de legumes e verduras (09), seguido pelas frutas (06). Um dado interessante é a considerável oferta de mel e derivados por diferentes produtores na feira (03), demonstrando forte atuação da atividade de apicultura na região local:

Figura 6. Gráfico representando os alimentos comercializados por tipo de processamento.

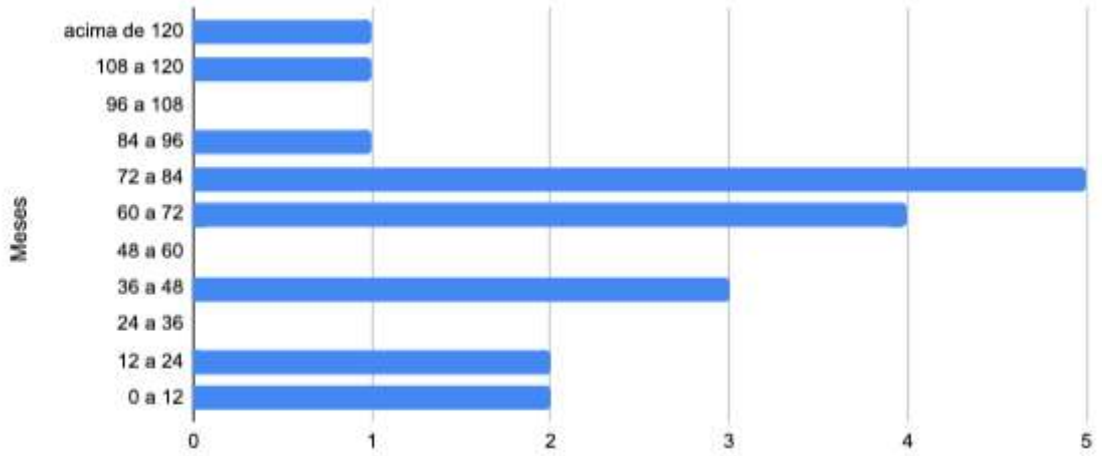


Fonte: Elaborado em contribuição por Paola Santana Castro Pimentel (UFV).

4.2.2. RELACIONAMENTO E PARTICIPAÇÃO DOS/AS FEIRANTES

Seguindo com as respostas que compõem a dimensão sociocultural do roteiro de entrevistas, os gráficos das figuras a seguir correspondem a aspectos que envolvem a participação dos produtores na feira:

Figura 7. Gráfico representando o tempo de participação dos feirantes (em meses).



Fonte: Elaborado em contribuição por Paola Santana Castro Pimentel (UFV).

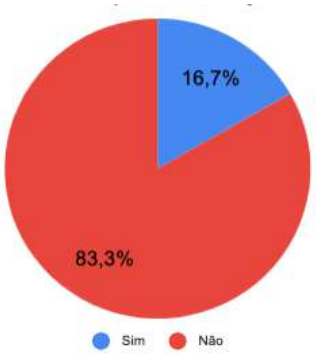
Analisando o gráfico acima, como a feira foi constituída há cerca de sete anos, vamos considerar que os/as entrevistados/as que responderam que participaram por um tempo

superior a esse período se equivocaram na compreensão da pergunta em questão provavelmente por participarem de outras feiras mais antigas da cidade. De toda forma, o gráfico representa um alto índice de veteranos na feira, onde apenas 02 entrevistados/as estão participando da feira há menos de um ano.

Sendo assim, entende-se que as relações entre eles e os demais agentes que envolvem a organização da feira já tiveram tempo suficiente para se desenvolverem, seja de forma positiva, ou até mesmo negativa, visto que não há novatos entre os feirantes.

No gráfico da figura 8, logo abaixo, podemos ver que mesmo com feirantes experientes na participação, apenas 03 dos/as entrevistados/as participaram da constituição da feira (16,7%). Enquanto isso, o restante dos feirantes além de não terem participado (83,3%), na sua totalidade não têm clareza sobre como a feira foi criada, indicando pouca troca e/ou acesso de informações entre os membros, sobretudo sobre a origem do empreendimento.

Figura 8. Gráfico representando em porcentagem a quantidade de feirantes que participaram da criação da feira.

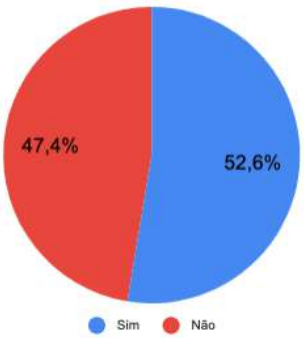


Fonte: Elaborado em contribuição por Paola Santana Castro Pimentel (UFV).

Nesse sentido, mesmo que não tenha participado do processo de constituição da feira, cada feirante é responsável pelo sucesso individual e coletivo do negócio. De maneira formal, é na participação ativa que os processos são estruturados.

Em relação à participação na organização da feira, dos/as 19 entrevistados/as, 10 (52,6%) responderam que participam de alguma forma, sendo na sua totalidade a participação em reuniões, enquanto os nove restante (47,4%) responderam que não participam de forma alguma. Com exceção do feirante identificado como liderança, que além das reuniões, também respondeu que participa da coordenação da feira:

Figura 9. Gráfico representando em porcentagem a quantidade de feirantes que participam da organização da feira.



Fonte: Elaborado em contribuição por Paola Santana Castro Pimentel (UFV).

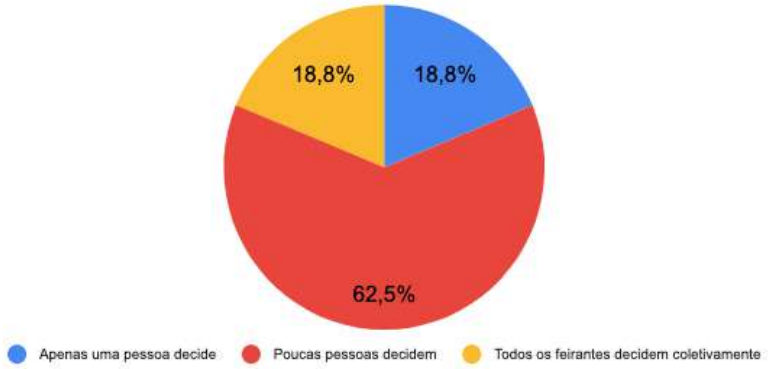
No entanto, mesmo com quase metade dos feirantes não participando da organização da feira, é possível que cada um tenha uma percepção própria sobre como funciona e quem é responsável pelas tomadas de decisão da feira. Sendo assim, os quadros 3 e 4 apresentam as respostas do roteiro, que segue com uma pergunta de opinião sobre quem toma as decisões da feira, com a figura 10 representando o percentual dessa percepção:

Quadro 3. Tabela com a opinião dos feirantes sobre quem toma as decisões na feira.

Na sua opinião, como são tomadas as decisões da feira?	**Nº de feirantes**
Apenas uma pessoa decide	3
Todos os feirantes decidem coletivamente	3
Poucas pessoas decidem	10

Fonte: Elaboração própria

Figura 10. Gráfico representando em porcentagem a opinião dos feirantes sobre quem toma as decisões na feira.



Fonte: Elaborado em contribuição por Paola Santana Castro Pimentel (UFV).

Quadro 4. Tabela com a opinião dos feirantes sobre quem exatamente toma as decisões na feira.

Caso apenas uma pessoa ou poucas pessoas decidam, quem são?	**Nº de feirantes**
Não há participação frequente de todos os feirantes.	1
Alguns Líderes que estão a mais tempo na feira.	1
Secretaria e mais alguns organizadores	1
Funcionário da Prefeitura	3

Fonte: Elaboração própria

Os dados acima expressam um contexto de pouca autonomia na experiência dos feirantes, visto que a maioria tem a percepção de que poucos indivíduos tomam decisões que determinam questões capazes de influenciar a feira como um todo. As respostas sobre quem são os tomadores de decisão também apresentaram um padrão de poucas pessoas decidindo, mesmo com respostas diferentes, com exceção do funcionário da Prefeitura, que foi citado nominalmente por 03 dos/as entrevistados/as. De acordo com esses entrevistados/as, ele é o principal tomador de decisão da feira, com alguns feirantes confirmando a afirmação quando perguntado/a.

Essa noção pode reforçar a ideia de que as informações aparentemente não são claras para todos/as os/as feirantes, que podem não ter conhecimento sobre a importância da sua participação e engajamento nesses ritos do empreendimento. Talvez, também possa ser um indicativo de uma disparidade de força política entre um/a feirante e outro/a.

Dentre os que frequentam as reuniões, alguns relataram opinar pouco para evitar problemas entre os membros, enquanto a maioria que não frequenta sente que não faz diferença significativa em participar desses espaços por não serem ouvidos.

Os dados a seguir, no quadro 5, representa o tipo de relação que os feirantes percebem na feira, sendo mais uma pergunta de opinião de forma objetiva, no entanto, todos/as os/as entrevistados/as fizeram questão de explicar a alternativa escolhida:

Quadro 5. Tabela com a opinião dos feirantes sobre a percepção das relações entre os membros da feira.

Como você percebe as relações entre os membros da feira de forma geral?	**Nº de feirantes**
Individualista	12
Cooperativas	7

Fonte: Elaboração própria

Demonstrando mais competição do que cooperação, os dados acima demonstraram que mais da metade (63,2%) dos/as feirantes carregam no seu imaginário a ideia de que as relações não se baseiam em princípios de solidariedade e reciprocidade. Foi frequente nas respostas o relato de que cada feirante se preocupa apenas com o seu negócio. A interação de cada um/a com a barraca vizinha varia entre relações de companheirismo e de competição a níveis elevados, onde a insatisfação no posicionamento de cada barraca, que são fixas, se faz presente.

Seguindo com as perguntas do roteiro que busca investigar as relações e a participação dos/as feirantes, o quadro 6 representa o número de participantes que têm o hábito de fazer doação ou troca de produtos na feira, respectivamente:

Quadro 6. Tabela representando quantos/as feirantes têm o hábito de doar ou trocar produtos na feira.

Tem o hábito de fazer doação ou troca dos produtos na feira?	**Nº de feirantes**
Sim	9
Não	10

Fonte: Elaboração própria

Nos dados acima, o tipo de produto influencia bastante nos números, visto que boa parte dos/as feirantes que relataram doar (47,4%) correspondem aos produtores de hortifruti, que realizam trocas e doações entre os membros da feira e para instituições da cidade. Em contrapartida, os feirantes que comercializam alimentos processados e outros produtos não têm a mesma emergência de destinação que os produtores de hortifruti, isso porque ofertam produtos com uma longevidade e valor agregado maior. De toda forma, nesse aspecto a feira demonstrou ter cooperação na doação e troca de alimentos altamente perecíveis não comercializados.

4.2.3. AVALIAÇÃO DA FEIRA

Neste tópico, serão apresentadas as respostas que correspondem à avaliação da feira na perspectiva dos/as feirantes. As duas perguntas utilizadas do roteiro de entrevista são de opinião e contam com diferentes alternativas, podendo o/a entrevistado/a escolher por mais de uma delas. Nos quadros 7 e 8 está disposto as percepções de ambas as perguntas:

Quadro 7. Tabela representando a avaliação dos/as feirantes sobre as vantagens de participar da feira.

Quais as vantagens de participar da feira?	**Nº de feirantes**	**Nº de feirantes (%)**
Comercialização direta	15	39,5%
Organização coletiva	1	2,6%
Acesso a mais informações e trocas de experiências/saberes	7	18,4%
Acesso a políticas públicas e recursos	2	5,3%
Autonomia na produção	4	10,5%
Contato com os consumidores(as)	7	18,4%
Outros	2	5,3%

Fonte: Elaboração própria

Dentre as vantagens percebidas pelos/as feirantes em participar da feira, destaca-se o alto índice de "Comercialização direta" (39,5%), demonstrando que o fato de eliminar o maior número possível de intermediários para aumentar a renda na comercialização tem sido interpretado como a maior vantagem em participar da feira. Em seguida, o "Acesso a mais informações e trocas de experiências/saberes" e "Contato com os consumidores(as)" ficaram em seguida com 18,4% votos cada, apresentando uma percepção positiva dos/as feirantes na proximidade das relações de comercialização e consumo da feira.

Quadro 8. Tabela representando a avaliação dos/as feirantes sobre as dificuldades enfrentadas pela feira.

Quais as principais dificuldades enfrentadas pela feira?	**Nº de feirantes**	**Nº de feirantes (%)**
Comercialização baixa	3	12,0%
Deslocamento	5	20,0%
Organização da feira	4	16,0%
Pouco envolvimento dos/as feirantes na organização	7	28,0%
Outros	6	24,0%

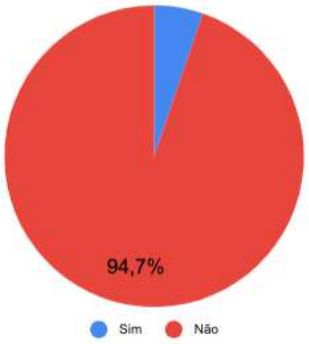
Fonte: Elaboração própria

Dentre as principais dificuldades percebidas pelos/as feirantes, fica evidente a insatisfação de boa parte (24,0%) no “Pouco envolvimento dos/as feirantes na organização”. Esse resultado reflete os dados anteriores, pois expressa uma carência de maior participação dos próprios feirantes. De certa forma, o dado interessante é que apenas 03 responderam que sofrem com “Comercialização baixa” (12,0%).

4.2.4. RELAÇÃO DOS/AS FEIRANTES COM ORGANIZAÇÕES EXTERNAS

A seguir, trataremos de perguntas do roteiro relacionadas às estruturas externas que interagem com os/as feirantes. Abaixo, no quadro 9 e figura 13, temos a representação do número de quantos/as entrevistados/as participam de outro empreendimento ou organização em unidade e porcentagem, respectivamente:

Figura 11. Gráfico representando em porcentagem a quantidade de feirantes que participam de algum outro empreendimento ou organização.



Fonte: Elaborado em contribuição por Paola Santana Castro Pimentel (UFV).

Diante desse dado, entende-se que a atividade feirante é extremamente importante para os produtores que participam, visto que não participam de outro empreendimento ou organização que viabilize a comercialização dos seus produtos.

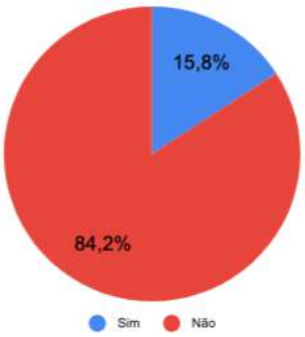
A seguir, no quadro 9 e figura 12, os dados representam a interação dos/as feirantes com agentes apoiadores da atividade que desenvolvem, em unidade e porcentagem, respectivamente:

Quadro 9. Tabela representando quantos/as feirantes recebem algum tipo de apoio para além da feira, se sim, de que forma.

Recebe algum tipo de apoio para além da feira?	Nº de feirantes	Se sim, de quem?	De que forma?
Sim	3	Universidades e/ou Instituto Federal, Emater	Assistência técnica
Não	16	-	-

Fonte: Elaboração própria

Figura 12. Gráfico representando em porcentagem quantos/as feirantes recebem algum tipo de apoio para além da feira.



Fonte: Elaborado em contribuição por Paola Santana Castro Pimentel (UFV).

Diante do número, fica evidente que a maioria (16) não recebe nenhum tipo de apoio para além da feira, demonstrando pouca ou nenhuma assistência prestada pelos órgãos competentes e instituições do município, enquanto apenas 03 (entrevistados/as 08, 14 e 16) relataram receber assistência técnica na atividade que desenvolvem.

Esse dado demonstra um cenário que, se tratando de uma cidade que dispõe de uma universidade federal de referência internacional, se espera que haja mais recursos disponíveis para apoiar e fomentar esse CCC em comparação à maioria dos municípios brasileiros.

A respeito da influência dos consumidores na produção e comercialização dos feirantes, o quadro 9 abaixo apresenta os resultados dessa questão:

Quadro 10. Tabela representando quantos/as feirantes são influenciados/as pelos/as consumidores/as na sua forma de produzir.

Os hábitos dos(as) consumidores(as) influenciam na sua forma de produzir seus produtos?	**Nº de feirantes**
Sim	13
Não	5

Fonte: Elaboração própria

No quadro acima, percebemos que a produção dos/as feirantes recebe forte influência dos hábitos dos/as consumidores/as, com 13 dos/as participantes trazendo essa afirmação. Esse dado demonstra que a proximidade nas relações de comercialização e consumo desse CCC tem o potencial de proporcionar uma experiência mais adequada às preferências do/a consumidor/a.

4.3. A DIMENSÃO SOCIOECONÔMICA

A seguir, serão apresentados os resultados das perguntas que correspondem aos aspectos da dimensão socioeconômica da feira. Essas informações serão fundamentais para investigar quais os benefícios e dificuldades econômicas que a feira pode oferecer como CCC aos feirantes e aos consumidores.

4.3.1. ACESSO À POLÍTICAS PÚBLICAS

No presente tópico serão apresentados os resultados das perguntas do roteiro que foram destinadas ao acesso de políticas públicas, sendo um importante instrumento para fortalecer social e economicamente os seus beneficiários e uma forma do Estado intervir em circunstâncias de necessidade evidente.

A seguir, no quadro 11, temos detalhadamente cada política pública e a quantidade de feirantes que acessam, respectivamente. Enquanto isso, na figura 13 temos a representação gráfica da quantidade de feirantes que possuem algum tipo de certificado da atividade que atuam, sendo importante estar com sua certificação devidamente atualizada para ser beneficiário das políticas descritas.

Quadro 11. Tabela representando quantos/as feirantes acessaram e acessam alguma política pública.

Já acessou ou acessa alguma política pública?	**Nº de feirantes**
PAA	1
PNAE	6
Pronaf	3
Bolsa família	3

Fonte: Elaboração própria

Figura 13. Gráfico representando quantos/as feirantes possuem algum certificado.

Fonte: Elaborado em contribuição por Paola Santana Castro Pimentel (UFV).

Nos dados acima, se destacou o PNAE como política pública mais acessada pelos/as feirantes, sendo um programa importante não apenas por diversificar os canais de comercialização dos produtores, mas por destinar alimentos de qualidade para os estudantes da educação básica pública da região. No entanto, o entrevistado 02 relatou desistir de entregar nas escolas após seguidas tentativas, demonstrando dificuldade de acesso ao programa e falta de assistência para orientá-lo a se qualificar.

Além disso, podemos notar que mais da metade estão devidamente certificados com o CAF (52,9%), neste caso, boa parte dos agricultores familiares possuem a certificação, com exceção de 01 entrevistado/a. Enquanto isso, curiosamente 02 (entrevistados/as 09 e 10) relataram possuir Carteira de Artesã/ão ou algum documento similar, mesmo não havendo registro de comercialização de artesanato na feira durante as visitas realizadas.

4.3.2. ASPECTOS DA ATIVIDADE ECONÔMICA

Nas informações do quadro 12, podemos verificar algumas características reunidas sobre a atividade econômica dos/as feirantes, enumerado em 4 questões relacionadas à comercialização dos produtos, apresentando os resultados das suas respostas, respectivamente:

Quadro 12. Tabela com informações sobre as características da atividade econômica que desenvolvem.

1. Quanto consegue escoar/vender sua produção na feira?	**Nº de feirantes**
Até 25%	5
Até 50%	5
Até 75%	5
Até 100%	2
2. Precisou aumentar sua produção por conta da feira?	**Nº de feirantes**
Sim	12
Não	4
3. Tem outros canais de comercialização?	**Nº de feirantes**
Sim	15
Não	4
4. Se sim, quais?	**Nº de feirantes**
Entrega a domicílio	6
Encomenda	3
Lojas	4
Grupos de consumo responsável	2
Feira	5
PNAE	5
Vendas online	2
Outros	2

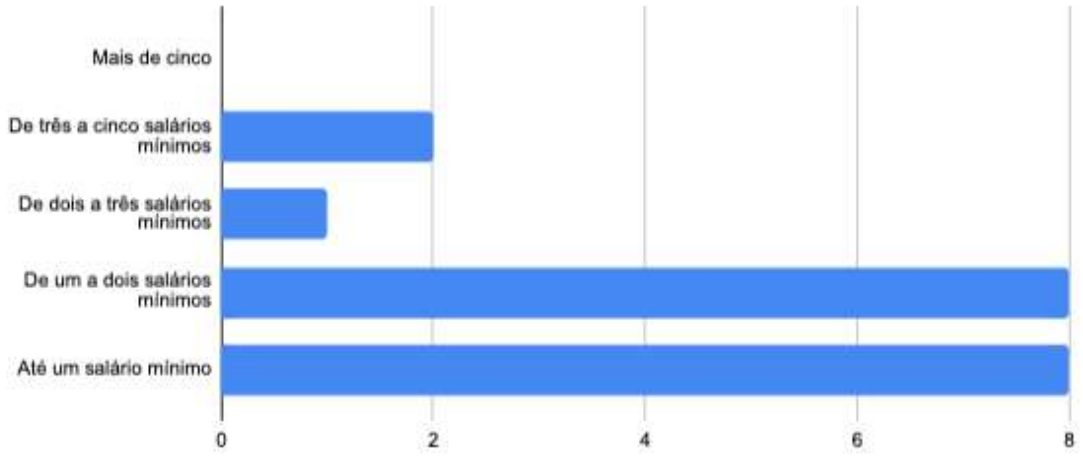
Fonte: Elaboração própria

É possível verificar nos dados acima que varia na quantidade que os feirantes conseguem comercializar seus produtos na feira, onde apenas 02 (entrevistados/as 11 e 16) dos/as entrevistados/as relataram vender 100% dos produtos. No entanto, boa parte (75%) dos/as feirantes alegaram necessidade de aumentar a produção por conta da feira, demonstrando uma inconsistência entre produção e demanda.

A maioria dos feirantes afirmou ter outro canal de comercialização além da feira, com apenas 04 dos/as entrevistados/as alegando ter a feira não apenas como único canal de comercialização, mas também como única fonte de renda. Além disso, 05 deles afirmaram participar das demais feiras realizadas na cidade, principalmente a feira realizada pela Prefeitura aos sábados de manhã, em local distinto. Destaque para as entregas em domicílio, com 06 dos/as entrevistados/as demonstrando autonomia quanto a atividade de comercializar seus produtos de forma independente.

No gráfico da figura 14, temos a representação da renda mensal da atividade exercida na feira, respondida pelos/as próprios/as feirantes e nos ajudando a compreender a média da remuneração dos mesmos:

Figura 14. Gráfico representando a renda mensal da atividade exercida na feira.



Fonte: Elaborado em contribuição por Paola Santana Castro Pimentel (UFV).

Acima podemos verificar que a maior parte (16) recebe até dois (02) salários mínimos, onde metade desse número (08) não recebem mais que um (01) salário mínimo. Esse dado representa uma média de baixa remuneração entre os membros da feira.

4.3.3. PRODUTOS ORGÂNICOS E AGROECOLÓGICOS

Sobre a oferta de alimentos orgânicos e agroecológicos, este tópico irá trazer os dados relacionados às técnicas de produção adotadas pelos/as feirantes, sendo um indicador de que a feira enquanto CCC tem potencial de ofertar produtos de qualidade para a saúde e o meio ambiente à população local.

No entanto, é preciso considerar que a transição agroecológica e orgânica pode ser desafiadora pela evidente falta de informação, recursos e assistência técnica para fomentar esse tipo de produção. Isso se reforça pelo fato de nenhum/a feirante possuir certificação destinada à produção agroecológica e/ou orgânica, portanto as respostas nesse sentido serão interpretadas como autodeclaração dos participantes, entendendo que possa haver equívocos na compreensão do que de fato são as técnicas desse tipo de produção.

No quadro 13, podemos verificar a tipologia dos entrevistados/as que responderam, enquanto nos quadros 14, 15 e 16 será tratado sobre a opção por essa forma de cultivo, e das suas vantagens e desvantagens de se produzir dessa forma, respectivamente:

Quadro 13. Tabela representando quais tipos de produção são adotados pelos/as feirantes.

Qual tipo de produção realizada?	**Nº de feirantes**
Convencional	2
Agroecológico	3
Orgânico	5

Fonte: Elaboração própria

Como exposto acima, existe uma oferta significativa de alimentos orgânicos e agroecológicos na feira. Dos dez produtores de hortifruti, apenas 02 (entrevistados/as 08 e 19) utilizam métodos convencionais de cultivo, enquanto o restante se autodeclararam agroecológicos e/ou orgânicos, supostamente optando pela transição às técnicas alternativas de produção. O dado empolga, no entanto, um dos/as entrevistados/as que utilizam métodos convencionais afirmou que: “quem falar que não usa agrotóxico está mentindo”.

Entre os/as feirantes, 05 deles (entrevistados/as 02, 05, 07, 14 e 19) afirmaram reaproveitar a matéria-prima para confecção dos seus produtos, enquanto 05 (entrevistados/as

09, 10, 15 e 18) produzem a própria matéria-prima e 03 (entrevistados/as 05, 08, 11, 16) compram seus insumos em lojas especializadas de atacado e varejo. Não houve registro de entrevistados/as que reciclam sua matéria-prima.

Quadro 14. Tabela representando os motivos que levaram a produzir dessa forma.

O que levou a cultivar orgânico/agroecológico?	**Nº de feirantes**
Saúde individual e/ou da família	2
Outros	2

Fonte: Elaboração própria

Na perspectiva dos próprios produtores, a resposta mais escolhida foi "Saúde individual e/ou da família", demonstrando que a motivação que levou à transição foi a preocupação com saúde, não se preocupando com o aspecto econômico da decisão. Mesmo assim, demonstraram existir entre eles a consciência da redução de impactos ao meio ambiente nas suas técnicas de produção, no entanto não foi uma causa que influenciou a escolha pela transição.

Quadro 15. Tabela representando as vantagens percebidas pelos/as feirantes em produzir dessa forma.

Quais são as vantagens?	**Nº de feirantes**
Produtos mais saudáveis	5
Produção e manejo sem uso de agrotóxicos	1
Outros	2

Fonte: Elaboração própria

Quadro 16. Tabela representando os desafios percebidos pelos/as feirantes em produzir dessa forma.

E os desafios?	**Nº de feirantes**
Acesso a mercados/comercialização	1
Conscientização dos consumidores	1
Acesso à informação sobre insumos e práticas de manejo	1
Outros	1

Fonte: Elaboração própria

Nos quadros 15 e 16 podemos ver a percepção dos/as feirantes quanto às vantagens e desafios de produzir orgânicos e agroecológicos. De certa forma, o aspecto da saúde manteve o destaque quanto às vantagens percebidas pelos/as feirantes, entendendo que a ausência de defensivos agrícolas possibilita a oferta de produtos mais saudáveis. Enquanto isso, existiu respostas variadas quanto aos desafios enfrentados, não havendo um consenso entre os entrevistados/as sobre a questão.

Na imagem abaixo, podemos ver um registro fotográfico de um feirante que produz alimentos orgânicos no exato momento em que comercializa e se relaciona diretamente com o consumidor final:

Figura 15. Registro de feirante comercializando seus produtos em uma das visitas (30/10/2024).

Fonte: Acervo pessoal.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na presente pesquisa foi possível analisar e compreender a abrangência da feira livre da Estação Hervè Clodovil, bem como suas características enquanto CCC e as inovações sociais que podem emergir a partir desse tipo de experiência. Dentre as percepções, foi possível identificar tanto pontos positivos que devem ser destacados, quanto pontos negativos, demonstrando lacunas que necessitam de aprimoramento, principalmente, nos aspectos relacionados à organização e funcionamento da feira.

Em relação à dimensão sociocultural, se tratando da caracterização da feira de forma simplificada, pode-se concluir que é predominantemente composta por agricultores familiares que produzem em sua grande maioria, hortifruti in natura ou alimentos minimamente processados, principalmente legumes, verduras e frutas. Dessa maneira, compreende-se que a feira, apesar de denominada livre, naturalmente se destinou à comercialização de produtos da agricultura familiar, não sendo uma opção para quem busca o consumo de produtos de origem artesanal, por exemplo.

A pesquisa também demonstrou que o empreendimento não tem conseguido *seguir a cartilha* dos princípios da economia solidária, deixando a desejar quanto à participação dos/as próprios/as feirantes nos processos de tomada de decisão da feira. Dessa forma, a proposta de uma lógica autogestionária que faria com que o negócio se desenvolvesse com a identidade e contribuição dos membros fica cada vez mais distante.

Essa situação é visivelmente compreensível, visto que os/as feirantes têm claras insatisfações quanto à organização da feira e atuação do poder público, mas mesmo assim muitos não comparecem nos espaços disponíveis para discussão e tomadas de decisão que influenciam o empreendimento, e quando aparecem, pouco falam. Nesse contexto, é natural que poucas pessoas ou apenas uma pessoa desenvolva competências de liderança, uma vez que o coletivo pouco se envolve nos processos. Os/as próprios/as feirantes expuseram como maior desafio da feira o pouco envolvimento dos demais membros.

No entanto, não é simples apenas exigir dos próprios feirantes mais engajamento na atuação política e maior capacidade de gerenciar um negócios diante dos desafios que já enfrentam, portanto, percebe-se a importância do apoio subsidiado por agentes locais para auxiliar nesses processos. Desse modo, o desenvolvimento será ampliado para além da feira, pois além de trazer benefícios econômicos e sociais para os/as feirantes melhorando a

atividade produtiva e comercial, também beneficia os consumidores e a comunidade na qual se inserem ao oferecer um canal de comercialização que oferta produtos mais saudáveis e de menor impacto ambiental.

Sendo assim, foi verificado que existe, de certo modo, falta de atenção do poder público e das instituições da cidade perante à feira, onde os/as feirantes têm dificuldades de acessar assistência técnica, informações e recursos para fortalecer a atividade que desenvolvem, e consequentemente, o empreendimento que participam. O sentido de "persistir para existir" é evidente diante das condições fornecidas pela Prefeitura e Emater.

Nesse sentido, entrando na dimensão socioeconômica da feira, os/as feirantes demonstraram, em número significativo, acessar políticas públicas e possuir certificação da atividade que atuam, sendo importante fator para auxiliar não apenas no desenvolvimento dos próprios feirantes, mas para registrar dados que contribuam com o seu reconhecimento legal, permitindo que o Estado atue para criar e melhorar as políticas públicas direcionadas à categoria.

Percebe-se que a remuneração da maioria dos/as feirantes é bem baixa, o que faz com que seja necessário buscar outros canais de comercialização para escoar a produção e aumentar a renda mensal. Os produtores que se resumem à atividade feirante, logicamente, têm uma menor rentabilidade na comercialização. Mesmo assim, nenhum/a feirante entrevistado/a pertence a outro empreendimento ou organização que não seja relacionado a atividade feirante, atestando a importância de aumentar a eficiência da feira como principal mercado utilizado pelos/as feirantes.

Ainda com a presença de tantos desafios e necessidades de melhoria, a feira se mostrou um CCC capaz de ofertar produtos orgânicos e agroecológicos, apresentando um alto índice entre os produtores de hortifruti. Como benefícios ao desenvolvimento sustentável da comunidade local, demonstra uma alternativa do sistema agroalimentar de produzir e consumir com menos impactos à saúde pública e ambiental. Dessa maneira, entende-se que as inovações sociais que surgem nessas experiências têm potencial para emergir mesmo em contextos tão complexos e divergentes no seu coletivo.

Como característica de um CCC, a comercialização direta foi percebida pelos/as feirantes como a principal vantagem da feira, permitindo aumentar a sua margem de lucro com a exclusão de intermediários. Nessa dinâmica, a relação de proximidade também permite valorizar a cultura local com o fortalecimento da identificação dos/as consumidores com os

produtos da região. Além disso, fomenta a socialização entre produtor e consumidor, interação pouco provável nos mercados convencionais do sistema agroalimentar.

Baseando nos resultados da coleta de dados e no referencial teórico da presente pesquisa, entende-se que a feira livre da Estação Hervè Clodovil tem suas características distintivas, mas carregam semelhanças com as demais feiras da conjuntura brasileira na atualidade. Isso porque evidentemente apresentam dificuldades que são comuns em empreendimentos que se baseiam em processos democráticos, onde as tomadas de decisão teoricamente dependem de todos. Em contrapartida, demonstra descaso do poder público em destinar recursos para melhorar a estrutura do empreendimento e amenizar as dificuldades decorrentes da vulnerabilidade socioeconômica dos/as membros/as da feira, cenário que se repete com certa frequência em outras localidades.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

COSTA, Bianca et al. **Agroecologia e sistemas alimentares localizados:** inovações sociais na construção de circuitos curtos de comercialização. FAPEMIG, Viçosa, 2024.

CUNHA, Stefane Henrique da; SINGULANI, Victória Ruffato. **Feiras livres de Viçosa:** potencialidades para economia criativa e comércio justo. *Revista de Ciências Humanas*, Viçosa, MG, v. 3, n. 23, 2024. Dossiê Especial Feiras livres de Viçosa.

DAROLT, Moacir; ROVER, Oscar, **Circuitos curtos de comercialização, agroecologia e inovação social**, Estúdio Semprelo, Florianópolis, Santa Catarina, 2021.

SCHNEIDER, Sérgio; GAZOLLA, Marcio, **Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas:** negócios e mercados da agricultura familiar. Porto Alegre, Editora da UFRGS, 2017.

OLIVEIRA, Paulo. **Entrevista.** ESTUDOS AVANÇADOS 22 (62), 2008.

Economia Solidária – Unicopas. Disponível em: <https://unicopas.org.br/economia-solidaria/>. Acesso em: 30 set. 2024.

SINGER, Paul. **Introdução à Economia Solidária.** Editora Fundação Perseu Abramo, 1ª ed. São Paulo, 2002.

VIANA, Nildo. **O que é autogestão?** *Revista Enfrentamento*, n. 02, jan./jul. 2007.

AZAMBUJA, Lucas. **Os Valores da Economia Solidária.** Sociologias, Porto Alegre, ano 11, nº 21, jan./jun. 2009, p. 282-317.

FUNDAÇÃO PÚBLICA ANDALUZA CENTRO DE ESTUDIOS ANDALUCES. *Proyecto de investigación financiado por el Centro de Estudios Andaluces (PRY116/10)*. Sevilla: Fundación Pública Andaluza Centro de Estudios Andaluces, 2012. ISBN 978-84-695-6748-7.

Viçosa (MG) , Cidades e Estados , IBGE. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/mg/viçosa.html>. Acesso em: 30 set. 2024.

Sobre o IDHM. Disponível em: <https://www.ipea.gov.br/sites/22-idhm/50-sobre-o-idhm>. Acesso em: 30 set. 2024.

PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. Lei nº 11.326, de 24 de julho de 2006. **Estabelece as diretrizes para formulação da Política Nacional de Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais.** Brasília-DF-Brasil. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2006/Lei/L11326.htm. Acesso em: 3 de novembro de 2024.

PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. Lei Nº 14.828, de 20 de março de 2024. **Altera a Lei nº 11.326, de 24 de julho de 2006 (Lei da Agricultura Familiar), para ampliar o âmbito do planejamento e da execução das ações da Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais.** Brasília-DF-Brasil. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023-2026/2024/lei/l14828.htm#:~:text=LEI%20N%C2%BA%2014.828%2C%20DE%2020,Familiar%20e%20Empreendimentos%20Familiares%20Rurais. Acesso em: 3 de novembro de 2024.

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.

CABREÚVA. **Feira Livre Especial:** 2 anos de sucesso. Disponível em: https://www.cabreuva.sp.gov.br/feira+livre+especial+2+anos+de+sucesso.aspx. Acesso em: 28 jan. 2025.

HESPANHA, Pedro et al. **Dicionário internacional da outra economia.** Almedina Brasil, São Paulo, jan, 2009.

ALBUQUERQUE, F. **Vendas de produtos orgânicos no país crescem 30%, aponta pesquisa.** Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2023/12/11/vendas-de-produtos-organicos-no-pais-crescem-30-aponta-pesquisa>. Acesso em: 3 nov. 2024.

IBGE, **Em alta, agricultura orgânica reúne todos os elementos da produção sustentável** | Agência de Notícias. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/25126-em-alta-agricultura-organica-reune-todos-os-elementos-da-producao-sustentavel>. Economia Solidária – Unicopas. Disponível em: <https://unicopas.org.br/economia-solidaria/>. Acesso em: 3 nov. 2024.

Ambscience, **Consequências do uso de agrotóxicos para a saúde e o meio ambiente.** Disponível em: <https://ambscience.com/consequencias-do-uso-de-agrotoxicos-para-a-saude-e-o-meio-ambiente/>. Acesso em: 3 nov. 2024.

DE, C. **Mapeamento identifica 6,4 mil feiras livres e agroecológicas em todo o país** - Centro de Inteligência em Orgânicos. Disponível em: <https://ciorganicos.com.br/noticia/mapeamento-identifica-64-mil-feiras-livres-e-agroecologicas-em-todo-o-pais/>. Acesso em: 5 nov. 2024.

BNDES.IMPRENSA. **Pronaf - Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar.** Disponível em: <https://www.bndes.gov.br/wps/portal/site/home/financiamento/produto/pronaf>. Acesso em: 5 nov. 2024.

Portal Gov**, Programa de Aquisição de Alimentos (PAA).** Disponível em: <https://www.gov.br/secom/pt-br/acesso-a-informacao/comunicabr/lista-de-acoes-e-programas/programa-de-aquisicao-de-alimentos-paa>. Acesso em: 5 nov. 2024.

Portal Gov, **PNAE - Programa Nacional de Alimentação Escolar.** Disponível em: <https://www.gov.br/fnde/pt-br/acesso-a-informacao/acoes-e-programas/programas/pnae>. Acesso em: 5 nov. 2024.

IMPRENSA NACIONAL. **DECRETO No 10.852, DE 8 DE NOVEMBRO DE 2021** - DOU - Imprensa Nacional. Disponível em: <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/decreto-n-10.852-de-8-de-novembro-de-2021-357706502>. Acesso em: 5 nov. 2024.

HENIG, Edir; SANTOS, Irenilda. **Políticas públicas, agricultura familiar e cidadania no Brasil:** o caso do PRONAF, UniCEUB, Brasília, 2015.

PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. *Lei nº 13.005, de 25 de junho de 2014*. **Aprova o Plano Nacional de Educação** - PNE e dá outras providências. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l13005.htm. Acesso em: 28 jan. 2025.

APÊNDICE A

DIMENSÃO CULTURAL

(Sociocultural)

1. O que você produz ? ( ) Artesanatos ( ) Hortifruti ( ) Alimentos processados ( ) Outros

2. Descreva os produtos:

_____

_____

3. Desde que ano comercializa na feira/ou há quantos meses ? Ano 20_____

4. Conhece como a feira foi criada? ( ) Sim ( ) Não. Se sim, poderia nos contar?

_____

_____

5. Participou desta criação? ( ) Sim ( ) Não

6. Quais os principais organizadores/apoiadores da feira?

( ) Prefeitura ( ) Emater ( ) Universidade e/ou Instituto Federal ( ) Associação, sindicato ou cooperativa de agricultores(as) ( ) ONG (explicar/dar exemplos) ( ) Consumidores(as) ( ) Outros: _____

7. Precisou cumprir algum critério para participar da feira ? ( ) Sim ( ) Não. Se sim, qual?

_____

8. Participa diretamente da organização da feira? ( ) Sim ( ) Não
Se sim, de que forma? ( ) Coordenação ( ) Reuniões ( ) Comissões ( ) Outros:

9. Na sua opinião, como são tomadas as decisões da feira? ( ) Apenas uma pessoa decide.

Quem?_____( ) Poucas pessoas decidem. Quem? _____( ) Todos os feirantes decidem coletivamente.

10. Como você percebe as relações entre os membros da feira de forma geral?

( ) Individualistas ( ) Cooperativas

11. Recebe algum tipo de apoio para além da feira? ( )Sim ( )Não

Se sim, de quem? ( ) Prefeitura ( ) Emater ( ) Universidade e/ou Instituto Federal
( ) Associação, sindicato ou cooperativa de agricultores(as) ( ) ONG (explicar/dar exemplos)
( ) Consumidores(as) ( ) Outros? De que forma?_____

12. Participa de algum empreendimento ou organização? ( ) Sim ( ) Não
Se sim, qual/is? ( ) Cooperativa ( ) Associação ( ) Outros _____

13. Tem o hábito de fazer doação ou troca dos produtos na feira? ( ) Sim ( ) Não

14. Você tem consumidores(as) fixos(as) (compram sempre? ( ) Sim ( ) Não. Quantos em média?

15. Quantas pessoas, em média, consomem/compram seus produtos, por feira? _____

16. Os hábitos dos(as) consumidores(as) influenciam na sua forma de produzir seus produtos?
( ) Sim ( ) Não.
Se sim, como?_____

17. Quais as vantagens de participar da feira?

( ) Comercialização direta ( ) Organização coletiva ( ) Acesso a mais informações e trocas de experiências/saberes ( ) Acesso a políticas públicas e recursos ( ) Autonomia na produção
( ) Contato com os consumidores(as) ( ) Outros

18. Quais as principais dificuldades enfrentadas pela feira?

( ) Comercialização baixa ( ) Deslocamento ( ) Organização da feira ( ) Pouco envolvimento dos feirantes na organização ( ) Outros _____

Socioeconômico:

19. Há quanto tempo trabalha com essa atividade? ( ) Sempre trabalhou _____ anos _____ meses

20. A atividade desenvolvida na feira é a sua principal fonte de renda? ( ) Sim ( ) Não

21. Renda mensal da atividade exercida na feira ( ) Até um salário mínimo ( ) De um a dois salários mínimos ( ) De dois a três salários mínimos ( ) De três a cinco salários mínimos
( ) Mais de cinco

22. Possui algum desses documentos?
( ) CAF (Cadastro Nacional da Agricultura Familiar)
( ) DAP (Declaração de Aptidão ao Pronaf)
( ) Carteira de Artesã/ão ou algum documento similar?
( ) Não possui nenhum

23. Já acessou ou acessa alguma política pública? ( ) PAA ( ) PNAE ( ) Pronaf ( ) Bolsa família ( ) Crédito fundiário ( ) Outras. Quais?

24. Quanto consegue escoar/vender sua produção na feira? ( ) até 25% ( ) até 50% ( ) até 75% ( ) até 100%

25. Precisou aumentar sua produção por conta da feira? ( ) Sim ( ) Não

26. Tem outros canais de comercialização? ( ) Sim ( ) Não. Se sim, quais?

( )Entrega a domicílio ( )Cooperativas ( )Encomenda ( ) Lojas ( )Grupos de consumo responsável ( )Feira livre ( )PAA ( )PNAE ( )Vendas online ( )Outros:_____

27. Como são definidos os preços dos produtos?

( ) Faço pesquisa de preços ( ) Cálculo os custos e adiciono uma porcentagem em cima ( ) Coloco um valor que acho que meu produto vale ( ) Não faço nenhuma das anteriores, tenho dificuldade para definir preços ( ) Outros: _____

28. Quantas pessoas trabalham na atividade produtiva?

29. Há trabalho de pessoas que não sejam da família? ( ) Sim ( ) Não. Se sim, qual a forma de remuneração? ( ) Salário mínimo ( ) Diarista ( ) Outras, quais?_____

Caso seja agricultor(a):

30. Qual a forma de acesso à terra? ( ) Própria ( ) Arrendamento ( ) Assentamento
( ) Outro: _____

31. A terra/contrato está no nome de quem? _____

32. Qual o tamanho da propriedade (ha)? _____

33. Qual o tamanho da área produtiva (ha)? _____

Caso seja artesã(o):

34. Porque escolheu esse tipo/estilo de artesanato?
( ) Família ( ) Financeiro ( ) Cultural ( ) Outros: _____

35. Já fez algum curso de especialização? ( ) Sim ( ) Não. Se sim, quem promoveu? ( ) Prefeitura ( ) Emater ( ) Universidade e/ou Instituto Federal ( ) Associação, sindicato ou cooperativa de agricultores(as) ( ) ONG (explicar/dar exemplos) ( ) Consumidores(as)
( ) Outros?_____

36. Você se organiza coletivamente para produzir seus produtos, apenas para comercializar, ou para ambos? ( ) Produzir ( ) Comercializar ( ) Ambos

Caso produza alimentos processados:

37. Porque escolheu esse tipo/estilo de alimento?
( ) Família ( ) Financeiro ( ) Cultural ( ) Outros _____

38. Já fez algum curso de especialização? ( ) Sim ( ) Não. Se sim, quem promoveu? ( ) Prefeitura ( ) Emater ( ) Universidade e/ou Instituto Federal ( ) Associação, sindicato ou cooperativa de agricultores(as) ( ) ONG (dar exemplos) ( ) Consumidores(as) ( ) Outros _____

39. Possui os alvarás e licenças exigidas para sua produção? ( ) Sim ( ) Não. Se sim, qual(is)?
_____

40. Onde você produz? ( ) Cozinha de casa ( ) Agroindústria familiar ( ) Agroindústria coletiva ( ) Cozinha coletiva ( ) Outros: _____

Socioambiental:

41. Qual tipo de manejo realizado?
( ) Convencional ( ) Sem Agrotóxico ( ) Em transição agroecológica ( ) Agroecológico
( ) Orgânico

42. Caso produza orgânico ou agroecológico,

*Caso produza orgânico/em transição/agroecológico:

Tem certificação? ( ) Sim ( ) Não. Se sim, qual tipo de certificação ou mecanismo de garantia? ( ) SPG (Sistema Participativo de Garantia) ( ) OCS (Organismo de Controle Social) ( ) Auditoria

- O que levou a cultivar orgânico/agroecológico?

( ) Saúde individual e/ou da família ( ) Preocupação com o meio ambiente ( ) Produção é mais rentável/valor agregado nos produtos ( ) Outros:_____

- Quais são as vantagens? - E os desafios?

( ) Produtos mais saudáveis ( ) Acesso a mercados/comercialização
( ) Valor agregado nos produtos ( ) Conscientização dos consumidores
( ) Produção e manejo sem uso de agrotóxicos ( )Acesso à informação sobre insumos
( ) Outros:_____ e práticas de manejo
( ) Outros:_____

- Há quanto tempo produz produtos orgânicos/agroecológicos ou em transição/agro ecológicos?

( ) A menos de um ano ( ) Entre 1 – 3 anos ( ) Entre 3 – 5 anos ( ) Mais de 5 anos
( ) Mais de 10 anos ( ) Mais de 15 anos ( ) Mais de 20 anos

43. Como você faz para definir o que vai produzir? (PROCESSADOS E HORTIFRUTI)

( ) Produzo produtos da época - sazonais ( ) Escolho a partir dos meus hábitos alimentares
( ) Escolho a partir dos hábitos dos consumidores ( ) Outros: _____

44. Onde você consegue a matéria prima para confecção de seus produtos? ( ) Eu produzo toda minha matéria prima ( ) Eu compro de lojas especializadas ( ) Eu reaproveito ( ) Eu reciclo ( ) Eu compro em lojas de atacado e varejo ( ) Internet ( ) Outros: _____

45. Quais são os tipos de embalagens que você utiliza para comercialização de seus produtos? ( ) Convencionais ( ) Biodegradáveis/compostáveis ( ) Reaproveitadas ( ) Outros:_____

Dimensão de gênero:

46. Quem trabalha na atividade produtiva?_____

47. Descrição das atividades na unidade produtiva por gênero:

48. Plantio - ( ) Homens ( ) Mulheres
Roçado - ( ) Homens ( ) Mulheres
Adubação - ( ) Homens ( ) Mulheres
Colheita - ( ) Homens ( ) Mulheres
Guardar as sementes - ( ) Homens ( ) Mulheres
Comercialização na feira - ( ) Homens ( ) Mulheres
Cuidados da casa - ( ) Homens ( ) Mulheres
Cuidados com crianças e idosos - ( ) Homens ( ) Mulheres
Comercialização em outros mercados (por exemplo, caso produza café) - ( ) Homens ( ) Mulheres

49. A decisão sobre o uso da renda obtida na feira fica com quem? ( ) Homem ( ) Mulher ( ) Família

50. Normalmente, quem toma as decisões acerca da produção (o que vai ser produzido, como vai ser produzido)? ( ) Homem ( ) Mulher

51. Acessa ou acessou alguma política pública específica para as mulheres? ( ) Sim ( ) Não. Se sim, qual/is? _____

52. Participa de algum projeto formativo específico para mulheres? ( ) Sim ( ) Não. Se sim, qual?

Quem promove? ( ) Prefeitura ( ) Emater ( ) Universidade e/ou Instituto Federal
( ) Associação, sindicato ou cooperativa de agricultores(as) ( ) ONG (explicar/dar exemplos)
( ) Consumidores(as) ( ) Outros: _____

53. Na sua opinião, qual é a importância da participação das mulheres em espaços como os das feiras? ( ) Participação social e política ( ) Autonomia financeira ( ) Bem estar pessoal ( ) Outros:_____

54. Como é a participação das mulheres na feira? _____

APÊNDICE B

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

O Sr.(a) está sendo convidado(a) como voluntário(a) a participar da pesquisa **"Agroecologia e sistemas alimentares localizados: inovações sociais na construção de circuitos curtos de comercialização**". Nesta pesquisa pretendemos analisar os circuitos curtos de comercialização com intuito de compreender a abrangência, os benefícios socioeconômicos, ambientais e as inovações sociais presentes nas iniciativas envolvidas com o Polo Agroecológico Zona da Mata Mineira, visando subsidiar políticas públicas no campo da agricultura familiar, agroecologia e economia solidária no Estado de Minas Gerais. O motivo que nos leva a estudar a importância destes mercados para a agricultura familiar é a proposta de uma reconexão entre produção e consumo, com a valorização do local e das relações de proximidade, comumente denominadas como circuitos curtos de comercialização de alimentos. Para esta pesquisa adotaremos os seguintes procedimentos: entrevistas que durarão 1 hora e 30 minutos em média. Os riscos envolvidos na pesquisa consistem em constrangimentos em relação às perguntas. A pesquisa contribuirá para visibilidade e elaboração de políticas públicas.

Para participar deste estudo o Sr.(a) não terá nenhum custo, nem receberá qualquer vantagem financeira. Apesar disso, diante de eventuais danos, identificados e comprovados, decorrentes da pesquisa, o Sr.(a) tem assegurado o direito à indenização. O Sr.(a) tem garantida plena liberdade de recusar-se a participar ou retirar seu consentimento, em qualquer fase da pesquisa, sem necessidade de comunicado prévio. A sua participação é voluntária e a recusa em participar não acarretará qualquer penalidade ou modificação na forma em que o Sr.(a) é atendido(a) pelo pesquisador. Os resultados da pesquisa estarão à sua disposição quando finalizada. O(A) Sr.(a) não será identificado(a) em nenhuma publicação que possa resultar. Seu nome ou o material que indique sua participação não serão liberados sem a sua permissão.

Este termo de consentimento encontra-se impresso em duas vias originais, sendo que uma será arquivada pelo pesquisador responsável, na sala 213 do Departamento de Economia

Rural da Universidade Federal de Viçosa, e a outra será fornecida ao Sr.(a).

Os dados e instrumentos utilizados na pesquisa ficarão arquivados com o pesquisador responsável por um período de 10 anos após o término da pesquisa. Depois desse tempo, eles serão destruídos.

Os pesquisadores tratarão a sua identidade com padrões profissionais de sigilo e confidencialidade, atendendo à legislação brasileira, em especial, à Resolução 466/2012 do Conselho Nacional de Saúde, e utilizarão as informações somente para fins acadêmicos e científicos.

Eu, _____, contato _____,

fui informado(a) dos objetivos da pesquisa **Agroecologia e sistemas alimentares localizados: inovações sociais na construção de circuitos curtos de comercialização,** de maneira clara e detalhada, e esclareci minhas dúvidas. Sei que a qualquer momento poderei solicitar novas informações e modificar minha decisão de participar se assim o desejar. Declaro que concordo em participar. Recebi uma via original deste termo de consentimento livre e esclarecido e me foi dada a oportunidade de ler e esclarecer minhas dúvidas.

Nome do Pesquisador Responsável: Bianca Aparecida Lima Costa
Endereço: RAIMUNDO ALVES TORRES, 65 RAMOS – 103, VICOSA MINAS GERAIS
CEP: 36570000
Telefone: (31) 3899-1317
E-mail: bianca.lima@ufv.br

Em caso de discordância ou irregularidades sob o aspecto ético desta pesquisa, você poderá consultar:

CEP/UFV – Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos
Universidade Federal de Viçosa
Edifício Arthur Bernardes, piso inferior
Av. PH Rolfs, s/n – Campus Universitário
Cep: 36570-900 Viçosa/MG

Telefone: (31)3612-2316
Email: cep@ufv.br
www.cep.ufv.br

Viçosa, _____ de _____ de 20___.

_____

Assinatura do Participante

_____

Assinatura do Pesquisador