

ROSIANE FELIPE MARTINS

**CIRCUITOS CURTOS DE COMERCIALIZAÇÃO E AGRICULTURA
FAMILIAR: A EXPERIÊNCIA DA FEIRA DE COIMBRA-MG**

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado à
disciplina ERU 489 – Trabalho de Conclusão de
Curso II.

Orientadora: Prof. Dr^a Bianca Aparecida Lima
Costa

VIÇOSA – MINAS GERAIS
2026

RESUMO

Este estudo de caso teve como objetivo principal analisar a importância da Feira da Agricultura Familiar do município de Coimbra- MG para os (as) feirantes, destacando suas contribuições para o fortalecimento da agricultura familiar e dos circuitos curtos de comercialização. Buscou apresentar o histórico e a forma socioeconômico dos(as) feirantes, a diversidade produtiva e as práticas de manejo, identificar os canais de comercialização utilizados e a importância da feira para o escoamento da produção, apresentar as políticas públicas acessadas pelos(as) feirantes e analisar as principais vantagens e desafios relacionados à participação dos(as) feirantes em relação a feira. A abordagem utilizada neste estudo de caso foi a quali-qualitativa, realizado por meio da aplicação de questionário estruturados a 15 feirantes e uma entrevista com a aplicação do questionário ao feirante que foi considerado o líder do grupo. Os resultados evidenciam que a feira desempenha papel relevante na geração e complementação da renda, na valorização da produção local, no fortalecimento das relações de cooperação entre os(as) feirantes e na aproximação entre produtores(as) e consumidores(as). Verificou-se ainda, a predominância da participação feminina, a diversidade de produtos comercializados e a utilização de diferentes canais de venda, além do acesso a políticas públicas voltadas a agricultura familiar. Entretanto, também foram identificados desafios relacionados à infraestrutura, às condições climáticas, ao transporte, à sazonalidade da produção e à limitação da renda obtida por parte dos(as) feirantes. Conclui-se que a Feira de Agricultura Familiar de Coimbra-MG constitui um importante papel no fortalecimento da agricultura familiar ao desenvolver benefícios econômicos, sociais, culturais e ambientais para os(as) agricultores(as) familiares.

Palavras-chave: Agricultura familiar, Feira da Agricultura Familiar, Circuito Curtos de Comercialização.

1. INTRODUÇÃO	3
2. REFERENCIAL TEÓRICO	5
2.1 Circuito Curto de comercialização (CCC)	7
3. METODOLOGIA	9
4. RESULTADOS	11
4.1 Histórico da Feira de Agricultura Familiar de Coimbra- MG	11
4.2 Perfil dos Feirantes: Gênero, Faixa Etária, Raça/ Etnia e Escolaridade	12
4.3 Governança, Cooperação e Apoio Institucional na Feira de Coimbra- MG	18
4.4 Perfil da Produção e Experiência dos Feirantes	22
4.5 Dimensão Socioambiental	24
4.6 Acesso a Políticas Públicas e Estratégias de Comercialização dos Feirantes	25
4.7 Vantagens e Desafios da Participação na Feira de Coimbra	31
4.8 Dimensão Econômica: Perfil de Renda dos Feirantes	35
5. CONCLUSÃO	37
6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	38

1. INTRODUÇÃO

A agricultura familiar ocupa um papel importante na produção agrícola brasileira, sendo responsável por grande parte dos alimentos produzidos e consumidos no país. Além disso, desempenha funções estratégicas relacionadas à segurança alimentar, à geração de trabalho e renda e à preservação ambiental (Bezerra; Schlindwein, 2017).

Nesse contexto, as feiras da agricultura familiar constituem importantes espaços de comercialização direta entre os(as) produtores(as) e os(as) consumidores(as), impulsionando práticas sustentáveis e contribuindo para o fortalecimento das economias locais (Santos et al., 2014). A comercialização direta também apresenta benefícios ambientais, uma vez que reduz os impactos ambientais, como as emissões de gases de efeito estufa associadas às cadeias convencionais de produção e distribuição de alimentos (Chifolleau; Prévost, 2012; Amaral; Silva; Sousa, 2024).

Em contrapartida, a comercialização de produtos agrícolas em circuitos longos, nos quais as mercadorias percorrem grandes distâncias até chegar aos(as) consumidores(as), resulta em significativas emissões de gases de efeito estufa, agravando problemas ambientais, como as mudanças climáticas (Assad; Almeida, 2004). Ademais, esse modelo pode contribuir para a geração de desigualdades sociais e econômicas, favorecendo grandes intermediários em detrimento dos(as) agricultores(as) familiares. Soma-se a isso o aumento da geração de resíduos sólidos, principalmente aqueles provenientes de embalagens descartáveis utilizadas ao longo da cadeia de comercialização (Romeiro, 2012).

Para os(as) consumidores(as), os Circuitos Curtos de Comercialização (CCC), como as feiras, garantem acesso a alimentos frescos, saudáveis e de qualidade, além de proporcionar informações transparentes sobre a origem dos produtos e preços mais acessíveis (Amaral, 2020). Já para os(as) produtores(as), esse modelo pode eliminar a dependência de intermediários, valorizando o trabalho local e promovendo a geração de renda (Bernardo; Ramos, 2016).

Nesse sentido, os CCC configuram-se como uma alternativa capaz de promover benefícios ambientais significativos, incluindo a redução das emissões de dióxido de carbono (CO₂) associadas ao transporte de mercadorias, o incentivo à adoção de práticas produtivas sustentáveis e a diminuição dos impactos ambientais sobre os ecossistemas locais (Assad;

Almeida, 2004; Santos et al., 2014).

As feiras da agricultura familiar, enquanto vinculadas aos circuitos curtos de comercialização, não apenas contribuem para a sustentabilidade ambiental e o fortalecimento das economias locais, mas também produzem impactos sociais, culturais e econômicos nos locais onde estão inseridas. Ademais, torna-se pertinente analisar, de forma mais aprofundada, como essas dinâmicas se materializam em contextos específicos.

Este trabalho tem como objetivo geral analisar a importância da Feira da Agricultura Familiar do município de Coimbra-MG para os(as) feirantes. Como objetivos específicos, busca apresentar o histórico da feira e sua forma de organização; caracterizar o perfil socioeconômico dos(as) feirantes, a diversidade produtiva e as práticas de manejo; identificar os canais de comercialização acessados pelos(as) feirantes e a importância da feira para a comercialização de seus produtos; apresentar as políticas públicas acessadas pelos(as) feirantes; e analisar as principais vantagens e os desafios da feira.

Esta pesquisa integra o projeto **“Agroecologia e Sistemas Alimentares Localizados: Inovações Sociais na Construção de Circuitos Curtos de Comercialização”**, desenvolvido pela Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares da Universidade Federal de Viçosa (ITCP-UFV) e pelo Grupo de Pesquisa Economia Solidária, Sistemas Agroalimentares e Agroecologia (GESSA), com financiamento da FAPEMIG, no período de 2022 a 2026, em sete municípios da Zona da Mata Mineira. O projeto analisou dez experiências, envolvendo feirantes, lideranças e consumidores(as), com foco nas diferentes dinâmicas de comercialização e organização dos sistemas agroalimentares locais.

Este Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) apresenta um estudo de caso da Feira da Agricultura Familiar de Coimbra/MG, realizado a partir dos dados coletados no âmbito desse projeto. O interesse pela temática surgiu durante a disciplina **ERU 308 – Economia Solidária II**, cursada no primeiro semestre de 2024, a partir das discussões em sala de aula e das atividades de campo.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Agricultura Familiar e Circuito Curto de comercialização (CCC)

A agricultura familiar é caracterizada pela produção agrícola realizada em pequenas propriedades rurais, nas quais predomina a utilização da mão de obra do núcleo familiar. Por meio dessa atividade, os(as) agricultores(as) buscam melhorar suas condições de vida e contribuir para o desenvolvimento de suas comunidades (Brasil, 2006; Bernardo; Ramos, 2016).

No Brasil, o reconhecimento da importância da agricultura familiar teve um marco significativo em 1996, com a criação de políticas públicas e instituições voltadas ao fortalecimento desse modelo de produção.

Posteriormente, em 2006, foi sancionada a Lei da Agricultura Familiar (Lei nº 11.326), que reconheceu oficialmente essa categoria produtiva e estabeleceu conceitos, princípios e instrumentos para a formulação de políticas públicas voltadas à agricultura familiar e aos empreendimentos rurais familiares. Segundo essa legislação, considera-se agricultor(a) familiar aquele(a) que exerce atividades no meio rural com base, predominantemente, no trabalho da própria família (Brasil, 2006).

Esse reconhecimento também ganhou projeção internacional. Em razão da relevância da agricultura familiar para a produção de alimentos e o desenvolvimento sustentável, a Organização das Nações Unidas (ONU) declarou 2014 como o **Ano Internacional da Agricultura Familiar**, destacando o papel essencial das famílias agricultoras na erradicação da fome, na promoção da segurança alimentar e na preservação dos recursos naturais. Nesse contexto, Bernardo e Ramos (2016) ressaltam que a sustentabilidade tornou-se um requisito fundamental para garantir o fortalecimento e a continuidade desse modelo produtivo.

A importância da agricultura familiar também pode ser observada por meio dos dados do Censo Agropecuário de 2017 (IBGE, 2019), que indicam que 77% dos estabelecimentos agropecuários brasileiros pertencem à agricultura familiar. Embora ocupem apenas 23% da área rural do país, esses estabelecimentos respondem por 23% do Valor Bruto da Produção Agropecuária e empregam aproximadamente 10,1 milhões de pessoas, o equivalente a 67% da mão de obra ocupada no campo. Esses dados evidenciam a expressiva relevância econômica e social da agricultura familiar no contexto brasileiro.

Entre os principais mecanismos de fortalecimento desse segmento destacam-se os Circuitos Curtos de Comercialização (CCC), especialmente as feiras da agricultura familiar. De acordo com Santos et al. (2014), as feiras constituem espaços privilegiados para a comercialização de produtos frescos e agroecológicos, frequentemente produzidos com menor impacto ambiental.

Além da dimensão econômica, as feiras também desempenham importantes funções sociais e culturais. Conforme destaca Sabourin (2007), a venda direta fortalece os vínculos entre produtores(as) e consumidores(as), reforça a identidade rural e valoriza os alimentos locais, preservando conhecimentos, práticas e tradições das comunidades.

Nesse contexto, os Circuitos Curtos de Comercialização têm ganhado destaque nos últimos anos em razão da crescente preocupação com a sustentabilidade e da busca por uma alimentação mais saudável, local e de qualidade (Amaral, 2020). Uma de suas principais vantagens é a redução ou eliminação dos intermediários, que frequentemente representam parcela significativa do preço final dos produtos. Dessa forma, o(a) produtor(a) amplia sua margem de renda, enquanto o(a) consumidor(a) tem acesso a alimentos a preços mais justos. Segundo Chifolleau e Prévost (2012), o CCC promove uma relação mais direta entre produtores(as) e consumidores(as), favorecendo negociações mais transparentes, fortalecendo relações de confiança e valorizando o trabalho rural e a produção local.

Além dos benefícios econômicos e sociais, os circuitos curtos apresentam importantes vantagens ambientais. Com menos etapas nas cadeias de produção e distribuição, esse modelo reduz o consumo de energia, as distâncias percorridas no transporte de mercadorias e a utilização de embalagens, contribuindo para a diminuição da pegada de carbono dos alimentos comercializados.

Nesse sentido, Amaral, Silva e Sousa (2024) afirmam que os CCC constituem uma alternativa capaz de promover a agricultura sustentável, ao incentivar práticas produtivas menos dependentes de insumos externos e fortalecer sistemas de produção orgânicos e agroecológicos.

Outro aspecto relevante refere-se ao fortalecimento da identidade territorial e à preservação das culturas rurais. A interação direta entre produtores(as) e consumidores(as) possibilita o reconhecimento da origem, da qualidade e da identidade dos produtos, valorizando tradições, saberes e a diversidade regional. Amaral et al. (2020) destacam que os CCC fortalecem as economias rurais ao mesmo tempo em que preservam as características culturais das comunidades. Dessa forma, esse modelo pode ser compreendido como uma alternativa ao sistema agroindustrial convencional, ao resgatar formas tradicionais de comercialização e consumo.

Entretanto, apesar de seus inúmeros benefícios, a implementação e a expansão dos Circuitos Curtos de Comercialização ainda enfrentam desafios. Segundo Goodman (2017), aspectos relacionados à infraestrutura, à logística de distribuição e à formalização das relações comerciais podem limitar o desenvolvimento desse modelo. Assim, sua consolidação depende da atuação articulada entre governos, organizações da sociedade civil e produtores(as), com o objetivo de superar esses obstáculos e criar condições favoráveis para uma comercialização mais direta, justa e sustentável.

3. METODOLOGIA

Este trabalho consiste em um estudo de caso realizado no município de Coimbra, Minas Gerais, com foco na Feira da Agricultura Familiar. A pesquisa está vinculada ao projeto **"Agroecologia e Sistemas Alimentares Localizados: Inovações Sociais na Construção de Circuitos Curtos de Comercialização"**, desenvolvido pela Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares (ITCP) e financiado pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais (FAPEMIG). O estudo foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos (CEP) da Universidade Federal de Viçosa (UFV), conforme Parecer Consubstanciado nº 6.760.478.

O trabalho adota uma abordagem quanti-qualitativa, caracterizada pela capacidade de explorar e compreender, em profundidade, os fenômenos relacionados à dinâmica da Feira da Agricultura Familiar de Coimbra-MG.

A coleta de dados foi realizada por meio de questionários estruturados, que possibilitam a aplicação de perguntas previamente elaboradas, facilitando a abordagem dos(as) participantes. Os roteiros utilizados foram elaborados no âmbito do projeto

"Agroecologia e Sistemas Alimentares Localizados: Inovações Sociais na Construção de Circuitos Curtos de Comercialização" e empregados nesta pesquisa para identificar aspectos positivos e negativos da feira sob a perspectiva dos(as) feirantes. A entrevista com a liderança, que também era feirante, foi gravada mediante sua autorização, assegurando a integridade e a fidelidade das informações coletadas.

As entrevistas foram realizadas em **6 de dezembro de 2024**, durante a realização da feira, previamente agendada com a liderança e autorizada pelos(as) feirantes. Em cada barraca entrevistada, foi apresentado e assinado um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), tanto pelos 15 feirantes quanto pela liderança. As entrevistas tiveram duração média de 20 a 40 minutos e foram conduzidas de forma individual. A coleta de dados contou, ainda, com o apoio de cinco estudantes da Universidade Federal de Viçosa (UFV), que auxiliaram na realização das entrevistas junto aos participantes da pesquisa.

O roteiro de entrevista aplicado aos(às) feirantes foi composto por 57 perguntas, abrangendo dados pessoais, dimensão cultural (sociocultural), aspectos socioeconômicos, questões específicas destinadas aos(às) agricultores(as), artesãos(ãs) e produtores(as) de alimentos processados, além das dimensões socioambiental e de gênero. Já o roteiro destinado à liderança da feira contemplou questões relacionadas aos dados pessoais, à dimensão organizacional (sociopolítica), à dimensão cultural (sociocultural e socioeconômica) e à dimensão material (socioecológica). Ao todo, participaram da pesquisa 15 feirantes, de ambos os sexos, com idades entre 24 e 74 anos.

4 RESULTADOS

Nessa etapa, serão apresentados os resultados obtidos com a aplicação dos questionários aos feirantes e com a realização da entrevista a liderança da feira, buscando relacioná-los e analisá-los à luz do referencial teórico discutido nas seções anteriores.

4.1 Histórico da Feira de Agricultura Familiar de Coimbra- MG

A Feira da Agricultura Familiar do município de Coimbra, em Minas Gerais, é um exemplo concreto de estratégia territorial de fortalecimento da agricultura familiar. Sua origem remonta aos anos 2000 e acompanha o movimento nacional de organização dos(as)

agricultores(as) familiares em torno da comercialização direta, com o objetivo de escoar a produção excedente, reduzir a dependência dos atravessadores e alcançar maior valorização do trabalho rural.

Durante a pandemia, houve uma interrupção no funcionamento da feira. Após esse período, as atividades foram retomadas sob uma nova administração, implementada em 2023 por iniciativa da Prefeitura Municipal de Coimbra-MG, em parceria com a Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural (Emater).

A feira é realizada semanalmente, às sextas-feiras, das 16h às 22h, na Praça Arthur Bernardes, e conta com 17 feirantes que comercializam diversos produtos da agricultura familiar, contribuindo para a geração de renda e o fortalecimento da comercialização local.

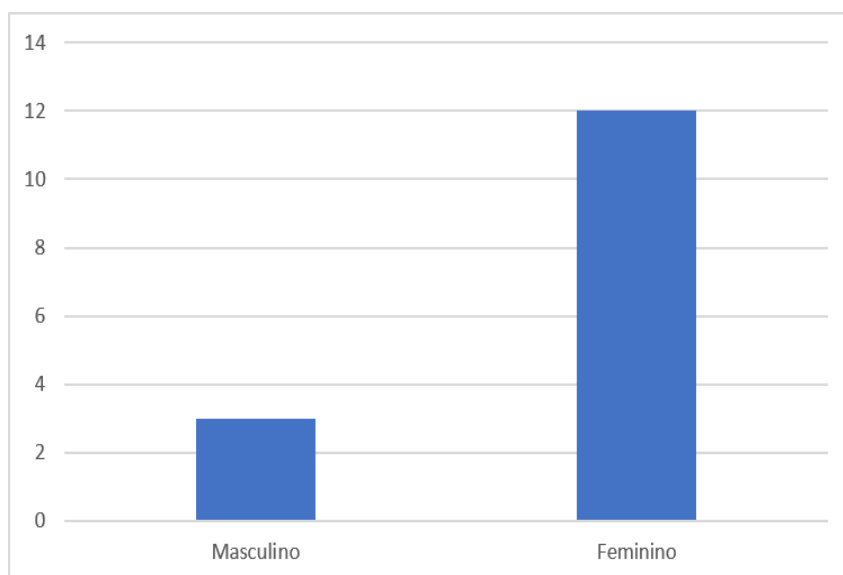
A institucionalização da feira também foi impulsionada pela Lei nº 11.326/2006, que reconheceu formalmente a agricultura familiar e criou condições legais para a elaboração de políticas públicas específicas. Ou seja, programas como o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) e o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE), que priorizam a compra de alimentos oriundos da agricultura familiar, contribuíram diretamente para o fortalecimento dessas iniciativas. Conforme aponta Silva (2021), essas políticas ampliaram significativamente o acesso dos agricultores(as) familiares aos mercados institucionais e fortaleceram sua articulação com feiras locais.

A Feira de Agricultura Familiar de Coimbra reflete a articulação entre diferentes atores sociais (produtores, consumidores, poder público e instituições de apoio técnico) e representa uma resposta concreta aos desafios enfrentados pelas famílias agricultoras na geração de renda, na manutenção de práticas agroecológicas e na construção de uma economia local mais justa e inclusiva.

4.2 Perfil dos Feirantes

Observa-se uma expressiva predominância feminina entre os feirantes, como demonstra a Figura 1. Do total de participantes, 12 (80% dos feirantes) são mulheres e apenas 3 (20% dos feirantes) são homens, evidenciando, assim, o papel central das mulheres na condução das atividades produtivas e comerciais dessas feiras.

Figura 1 – Distribuição dos feirantes por gênero



Fonte: Elaboração própria com base nos dados da pesquisa.

A presença feminina nas feiras também pode ser interpretada como uma forma de resistência e de autonomia econômica. Para Siliprandi (2015), as mulheres, ao participarem de circuitos curtos de comercialização, como as feiras, conquistam maior reconhecimento social, acesso à renda própria e protagonismo nas decisões familiares e comunitárias. Além disso, exercem funções estratégicas que vão além da produção, envolvendo também atividades relacionadas ao planejamento, ao atendimento ao público e à articulação com políticas públicas.

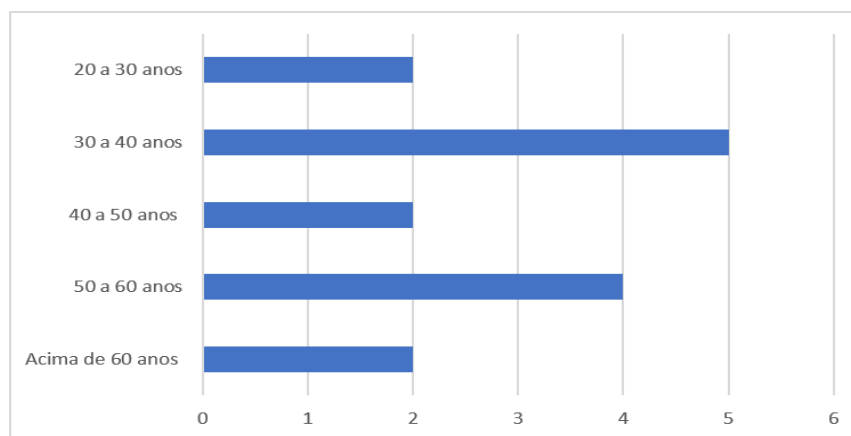
Estudos, como o de Niederle et al. (2020), mostram que as mulheres feirantes tendem a incorporar práticas mais sustentáveis na produção, a valorizar o cuidado com a saúde dos(as) consumidores(as) e a promover maior diversidade de alimentos ofertados. Nesse contexto, a feira não se configura apenas como um espaço de comercialização, mas também de troca de saberes, de construção de redes de solidariedade e de fortalecimento da identidade dos(as) agricultores(as).

No caso da Feira de Coimbra, a predominância feminina pode estar associada a diversos fatores, incluindo a divisão sexual do trabalho no meio rural, a migração masculina em busca de empregos urbanos e o maior engajamento das mulheres em atividades de geração de renda compatíveis com a rotina familiar. Essa configuração reforça, ainda, a importância de se pensar políticas públicas de apoio à agricultura familiar com recorte de gênero, considerando as especificidades das necessidades das agricultoras, especialmente no

que se refere ao acesso à terra, ao crédito, à assistência técnica e aos equipamentos de produção.

A Figura 2 apresenta a estrutura etária dos(as) feirantes de Coimbra. Essa distribuição indica que há uma maior concentração de feirantes nas faixas de 30 a 40 anos e de 50 a 60 anos, sugerindo uma predominância de pessoas em idade produtiva consolidada. A presença significativa de participantes acima de 60 anos também evidencia o papel da feira como espaço de inclusão econômica para trabalhadores mais velhos.

Figura 2 – Distribuição Etária dos Feirantes de Coimbra-MG



Fonte: Elaboração própria com base nos dados da pesquisa (2025).

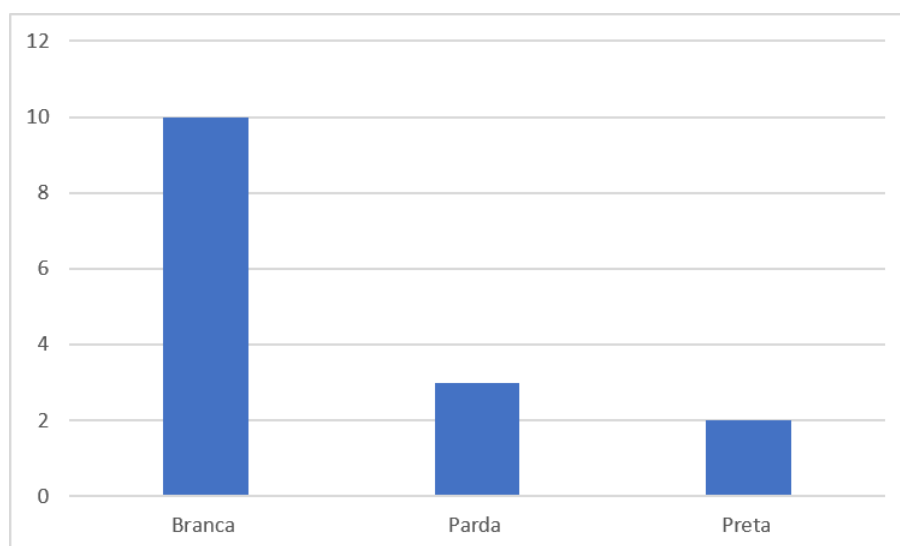
A faixa entre 30 e 60 anos concentra a maior parte dos agricultores familiares e feirantes no Brasil, conforme apontado pelo Censo Agropecuário (IBGE, 2017). Isso ocorre porque essa é a faixa etária em que há maior acúmulo de experiência produtiva, estabilidade familiar e conhecimento sobre práticas de cultivo e comercialização.

Segundo Guanziroli et al. (2013), essa faixa etária representa o núcleo ativo da agricultura familiar, pois reúne pessoas que já consolidaram seu papel nas unidades produtivas, muitas vezes assumindo a liderança dos empreendimentos familiares. Há um processo contínuo de envelhecimento da população rural no Brasil, impulsionado pelo êxodo rural de jovens. Com isso, muitos idosos permanecem na atividade agrícola mesmo após a idade considerada "ativa" por necessidade econômica ou por vínculo identitário com a terra.

A Figura 3 apresenta a distribuição por raça/etnia dos(as) feirantes atuantes na Feira de Agricultura Familiar de Coimbra-MG, revelando que a maioria se autodeclara branca (10 respondentes), seguida por parda (3) e preta (2). Essa composição é relevante para

compreender as dinâmicas de acesso aos espaços produtivos e comerciais no meio rural, bem como as persistentes desigualdades raciais no Brasil.

Figura 3 – Raça/etnia dos Feirantes de Coimbra-MG



Fonte: Elaboração própria com base nos dados da pesquisa.(2025)

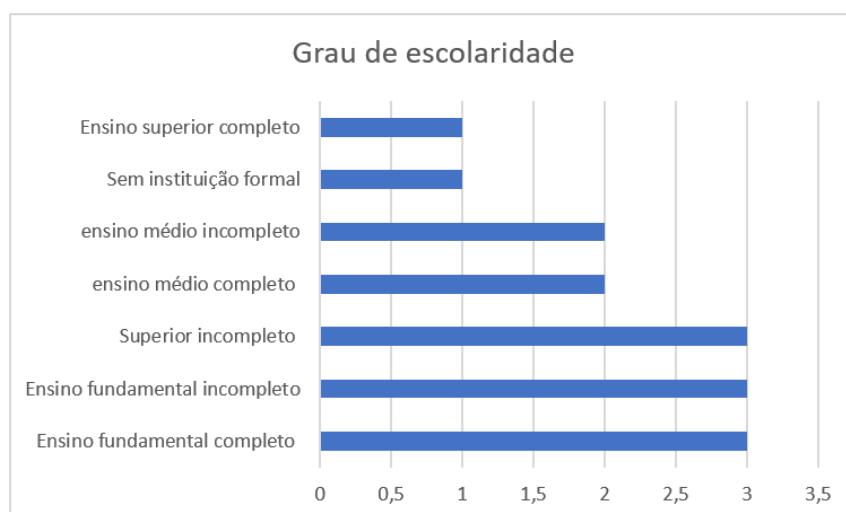
Segundo dados do Censo Agropecuário e do IBGE (2019), populações brancas tendem a ser mais representadas entre os proprietários de estabelecimentos rurais no Sudeste do Brasil, enquanto populações negras e pardas são mais comuns entre os trabalhadores sem terra ou em ocupações menos formalizadas. Isso decorre, em grande parte, de heranças da estrutura fundiária e das desigualdades históricas geradas pelo período colonial e escravocrata, como discutido por Alves e Rocha (2010).

Coimbra-MG está localizada na Zona da Mata mineira, uma região com forte presença de propriedades familiares herdadas ao longo de gerações, muitas delas de famílias brancas. Isso pode explicar a predominância racial observada, conforme discutido por Oliveira (2018), que aponta para a persistência de estruturas sociais tradicionais e pouca mobilidade racial nos territórios rurais mineiros.

A Figura 4 mostra a distribuição do grau de escolaridade entre os feirantes da Feira de Agricultura Familiar de Coimbra-MG. Observa-se que a maior parte dos entrevistados possui ensino fundamental completo e ensino fundamental incompleto, correspondendo a 20,0% (3 feirantes) em cada categoria. O mesmo percentual foi registrado para os entrevistados com

ensino superior incompleto, também representando 20,0% (3 feirantes). Em seguida, destacam-se os participantes com ensino médio completo e ensino médio incompleto, ambos com 13,3% (2 feirantes). Por fim, 6,7% (1 feirante) declararam não possuir instrução formal e outros 6,7% (1 feirante) afirmaram ter ensino superior completo.

Figura 4 – Grau de escolaridade



Fonte: Elaboração própria com base nos dados da pesquisa (2025)

Esse padrão é coerente com o perfil da agricultura familiar brasileira, sobretudo em municípios de pequeno porte no interior do país. A baixa escolarização entre os agricultores pode ser explicada por múltiplos fatores históricos e estruturais. Segundo Schneider (2003), a agricultura familiar no Brasil foi, por décadas, negligenciada pelas políticas públicas, o que impactou diretamente o acesso à educação nas áreas rurais. A escassez de escolas, o distanciamento físico dos centros educacionais e a necessidade de inserção precoce no trabalho agrícola ainda hoje são desafios enfrentados por populações rurais (Souza; Perondi, 2019).

4.3 Organização da Feira

A Figura 5 apresenta a percepção dos feirantes sobre como são tomadas as decisões na feira de Coimbra. Observa-se que a grande maioria (12 feirantes, ou seja, 80%) afirmou que as decisões são realizadas coletivamente por todos, enquanto apenas 1 feirante mencionou que apenas uma pessoa decide, outro mencionou que poucas pessoas decidem, e 1 não respondeu.

Esse resultado reforça a presença de uma gestão participativa e democrática, na qual os feirantes se reconhecem como protagonistas no processo de organização e deliberação. Tal modelo de governança coletiva está em sintonia com a lógica da agricultura familiar e das economias solidárias, em que a cooperação e a autogestão são pilares para garantir a permanência e a autonomia dos agricultores em seus territórios (Sabourin, 2007).

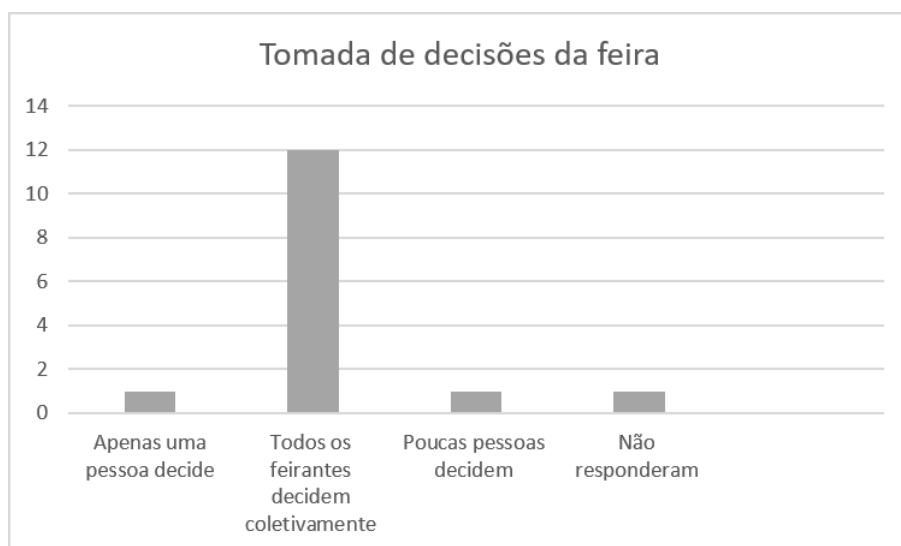
A predominância da decisão coletiva também pode ser compreendida pela própria dinâmica das feiras livres, que vão além do espaço de comercialização, funcionando como locais de convivência, negociação e construção conjunta de regras. Como destacam Azevedo e Pelicioni (2012), as feiras são igualmente arenas sociais, capazes de promover vínculos comunitários e incentivar a participação social, fortalecendo práticas democráticas.

Na feira de Coimbra, portanto, evidencia-se um modelo de organização horizontal, em que as demandas são compartilhadas e os rumos da feira são definidos conjuntamente. Esse tipo de prática contribui para minimizar conflitos internos, aumentar o senso de pertencimento e reforçar a coesão social do grupo.

Contudo, a existência de respostas que apontam para decisões centralizadas, ainda que em minoria (1 feirante para "apenas uma pessoa" e 1 para "poucas pessoas"), pode indicar percepções divergentes sobre os processos de governança, ou até situações específicas em que determinadas lideranças assumem papel mais ativo nas deliberações.

Assim, os dados demonstram que a feira de Coimbra não se restringe a um espaço econômico, mas configura-se como um espaço de organização social e comunitária, no qual a coletividade é valorizada como estratégia de fortalecimento do grupo e de promoção do desenvolvimento local (Grisa; Schneider, 2015).

Figura 5 – Percepção dos feirantes acerca do processo de tomada de decisões na feira



Fonte: Elaboração própria com base nos dados da pesquisa (2025).

A Figura 5 apresenta a percepção dos feirantes sobre as relações entre os membros da feira de Coimbra. Nota-se que a maioria dos entrevistados (12 feirantes) considera que as relações são predominantemente cooperativas, enquanto apenas 3 percebem as relações como individualistas.

Logo, esse resultado revela uma tendência de valorização da cooperação e da solidariedade dentro da feira, elementos centrais tanto para a sustentabilidade social quanto econômica desses espaços. Segundo Sabourin (2007), as sociedades rurais latino-americanas historicamente desenvolvem formas de organização coletiva que fortalecem a autonomia dos agricultores e criam condições mais favoráveis para enfrentar os desafios socioeconômicos.

A predominância da percepção cooperativa também pode ser explicada pela natureza das feiras livres, que, além de espaços de comercialização, funcionam como locais de convivência social e construção comunitária. Conforme destacam Azevedo e Pelicioni (2012), esses ambientes favorecem a criação de vínculos, estimulam práticas de solidariedade e configuram arenas democráticas de troca e apoio mútuo.

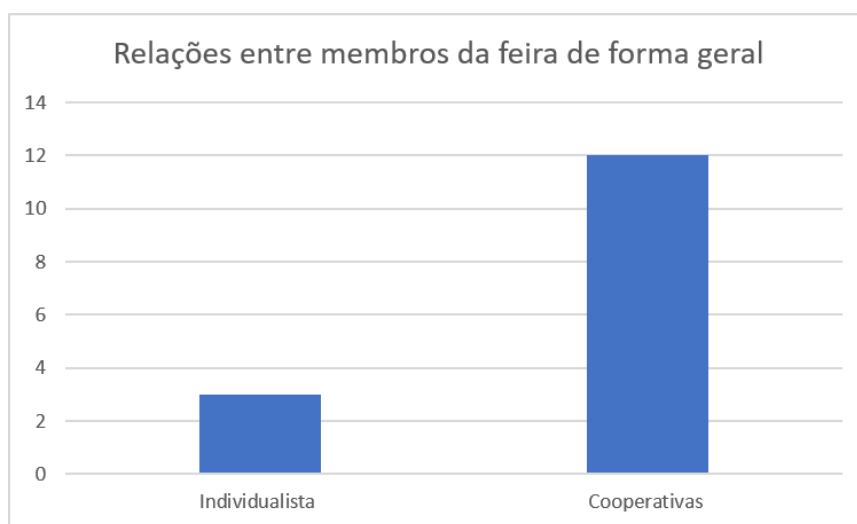
Outro ponto relevante é que essa dinâmica de cooperação está em consonância com as estratégias de fortalecimento da agricultura familiar e dos circuitos curtos de comercialização, nos quais a proximidade entre produtores e consumidores amplia a confiança e a valorização de práticas sustentáveis (Santos et al., 2014; Silva, 2021).

Entretanto, a presença de uma minoria que percebe as relações como individualistas sugere que ainda podem existir tensões ou disputas internas, comuns em contextos de

convivência coletiva. Esses casos pontuais, no entanto, não parecem comprometer a visão predominante de um espaço pautado pela cooperação e pelo trabalho conjunto.

Assim, a 6 Figura demonstra que a feira de Coimbra se configura não apenas como um espaço econômico, mas também como um espaço social e comunitário, no qual a cooperação é entendida como caminho para o fortalecimento da agricultura familiar .

Figura 6 – Percepção dos feirantes acerca do comportamento individualista ou cooperativo dos membros da feira



Fonte: Elaboração própria com base nos dados da pesquisa (2025)

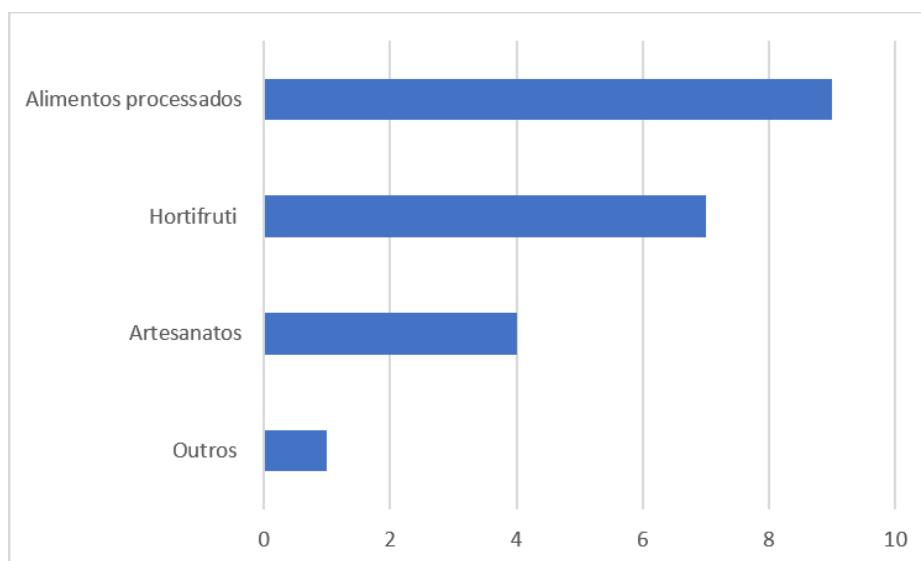
4.4 Diversidade Produtiva

Com o propósito de identificar e caracterizar o grupo de feirantes da Feira de Agricultura Familiar de Coimbra, o questionário aplicado buscou explorar informações que estabelecem relações entre os(as) agricultores(as) envolvendo os tipos de produtos, tempo de participação na feira, dentre outros.

A Figura 7 apresenta a distribuição dos produtos produzidos pelos feirantes participantes da pesquisa. Com base nas respostas obtidas, observa-se que os produtos mais produzidos pelos feirantes são, majoritariamente, hortifrutis e alimentos processados. O hortifruti foi mencionado em 7 das respostas, enquanto os alimentos processados apareceram isoladamente ou combinados com outros produtos em 9 menções, sendo, portanto, os itens mais recorrentes. Além disso, a categoria “Outros” foi citada 4 vezes, indicando uma

variedade de produtos que não se enquadram nas categorias principais. Também foi registrada uma menção a “Artesanatos”, demonstrando a presença, ainda que pontual, de atividades não alimentícias na feira analisada.

Figura 7 – Predominância dos Produtos na Produção Feirante

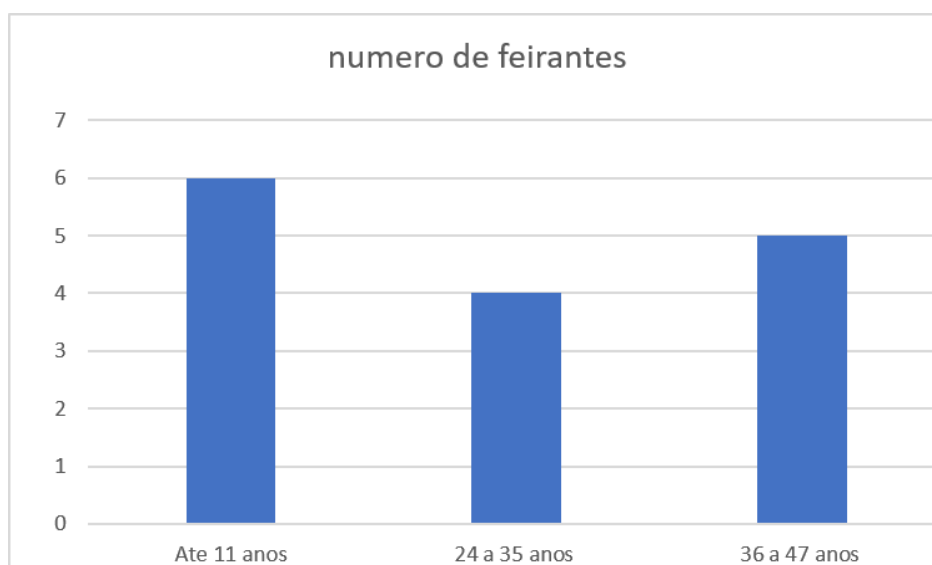


Fonte: Elaboração própria com base nos dados da pesquisa (2025).

Esses dados revelam a diversidade da produção dos feirantes, com predominância de alimentos frescos e preparados, o que reforça o papel das feiras como espaços importantes para a oferta de produtos alimentícios variados à população. A elevada incidência de hortifrutis está associada à facilidade de cultivo em pequenas propriedades e à forte demanda por alimentos *in natura* nos circuitos curtos de comercialização. Já os alimentos processados, como conservas, bolos e pães, podem indicar estratégias de agregação de valor à produção agrícola, aproveitamento de excedentes e fortalecimento do empreendedorismo rural.

O tempo de experiência dos feirantes realizando essas atividades é bastante variado, conforme mostra a figura 8. Dos 15 feirantes entrevistados, 6 atuam na atividade há até 11 anos, representando a maior parcela da amostra. Esses resultados evidenciam a coexistência de feirantes com diferentes tempos de experiência, indicando tanto a renovação quanto a permanência de produtores na atividade.

Figura 8 – Distribuição do Tempo de Atuação dos Feirantes (em anos)



Fonte: Elaboração própria com base nos dados da pesquisa (2025)

Fatores como sucessão familiar, estabilidade de renda, políticas públicas de incentivo à agricultura familiar e apego ao modo de vida rural podem explicar a permanência dos mais experientes. Já entre os iniciantes, é possível que a entrada na feira esteja relacionada à busca por alternativas de sustento, inserção produtiva em contextos de vulnerabilidade ou incentivo à diversificação da renda no meio rural. A composição heterogênea em termos de tempo de atuação, portanto, reforça o caráter dinâmico e inclusivo das feiras como espaços de comercialização e sociabilidade.

4.5 Práticas de Manejos

Na Feira de Agricultura Familiar de Coimbra-MG, a dimensão socioambiental revela como os feirantes lidam com as práticas de produção e manejo agrícola, evidenciando tanto os avanços quanto os desafios de se conciliar sustentabilidade, geração de renda e valorização do território. Embora nem todos os agricultores estejam formalmente vinculados a sistemas de certificação agroecológica, é perceptível a presença de práticas de produção que buscam reduzir o uso de insumos químicos, aproveitar a sazonalidade das culturas e diversificar a oferta de alimentos. Este cenário reflete a realidade de muitas feiras da agricultura familiar no Brasil, onde a Agroecologia é tanto um horizonte político e social quanto uma prática em

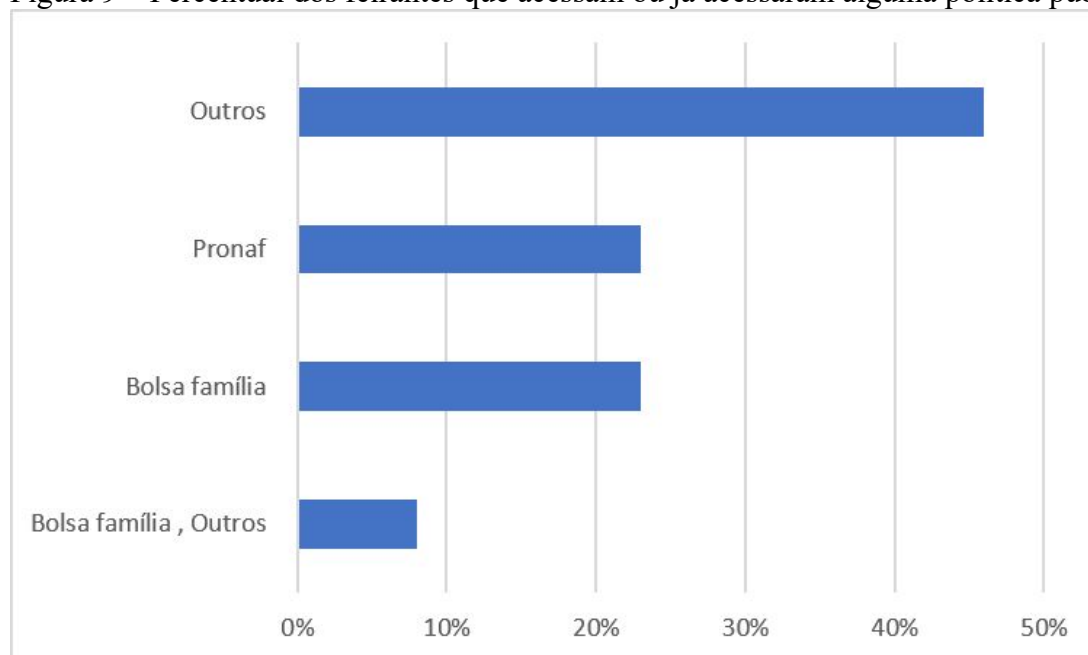
construção (Santos et al., 2014; Bernardo; Ramos, 2016).

Os dados apontam que os produtores de Coimbra definem sua produção principalmente com base em três critérios: a sazonalidade das culturas, os hábitos de consumo das famílias e a demanda observada junto aos clientes da feira. Essa lógica reforça a importância dos CCCs, nos quais as relações de proximidade entre produtores(as) e consumidores(as) possibilitam trocas de conhecimento sobre o quê, quando e quanto produzir (Chiffolleau; Prevost, 2012; Amaral; Silva; Sousa, 2024).

4.6 Acesso a Políticas Públicas

A Figura 9 ilustra o percentual de feirantes que acessam ou já acessaram alguma política pública. A maior parte dos entrevistados declarou ter acessado políticas públicas classificadas como "Outros", representando 46% do total. Em seguida, as políticas específicas como o PRONAF (Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar) e o Bolsa Família foram mencionadas por 23% dos feirantes cada uma. Além disso, uma parcela menor, correspondente a 8%, declarou ter acessado simultaneamente o Bolsa Família e outras políticas públicas.

Figura 9 – Percentual dos feirantes que acessam ou já acessaram alguma política pública



Fonte: Elaboração própria com base nos dados da pesquisa(2025).

Essa distribuição revela que, embora uma parte significativa dos feirantes tenha recorrido a políticas públicas específicas voltadas ao fortalecimento da agricultura familiar ou à transferência de renda, ainda há uma predominância de acessos a outros tipos de políticas, que não foram detalhadas na pesquisa. Esse resultado pode indicar tanto a diversidade de programas disponíveis quanto uma possível lacuna na adesão ou no conhecimento sobre políticas públicas mais específicas por parte dos feirantes.

Sob essa perspectiva, a predominância da categoria “Outros” como resposta mais frequente no acesso a políticas públicas entre os feirantes pode ter diversas explicações plausíveis. Uma das principais razões pode estar relacionada à diversidade de programas existentes que não são amplamente reconhecidos ou categorizados pelos beneficiários como PRONAF ou Bolsa Família. Muitos feirantes podem acessar políticas municipais, estaduais ou até iniciativas de cooperativas e ONGs, e, por não identificarem essas ações como políticas públicas formais ou federais, acabam agrupando-as na categoria “Outros”.

Outra possibilidade é a falta de informação e orientação adequada sobre os programas governamentais disponíveis. Em contextos de baixa escolaridade ou acesso limitado a serviços de extensão rural, os feirantes podem não estar plenamente conscientes dos nomes, objetivos ou requisitos formais de programas como o PRONAF. Assim, mesmo quando são beneficiários de alguma ação pública, não conseguem nomeá-la corretamente.

Além disso, pode haver dificuldades de acesso aos programas mais estruturados, como o PRONAF e o Bolsa Família, devido a barreiras burocráticas, exigências documentais, ou ausência de assistência técnica para auxiliar no processo. Nesses casos, os feirantes acabam buscando alternativas mais informais ou menos exigentes, que também são entendidas como políticas públicas, mas que não possuem o mesmo grau de formalização ou visibilidade.

Por fim, é possível que muitos feirantes estejam inseridos em uma lógica de informalidade ou economia popular, em que as políticas públicas mais amplamente divulgadas não contemplam suas especificidades ou realidades locais. Isso pode gerar um afastamento desses programas mais conhecidos e incentivar a adesão a iniciativas locais menos institucionalizadas, reforçando a categoria “Outros”.

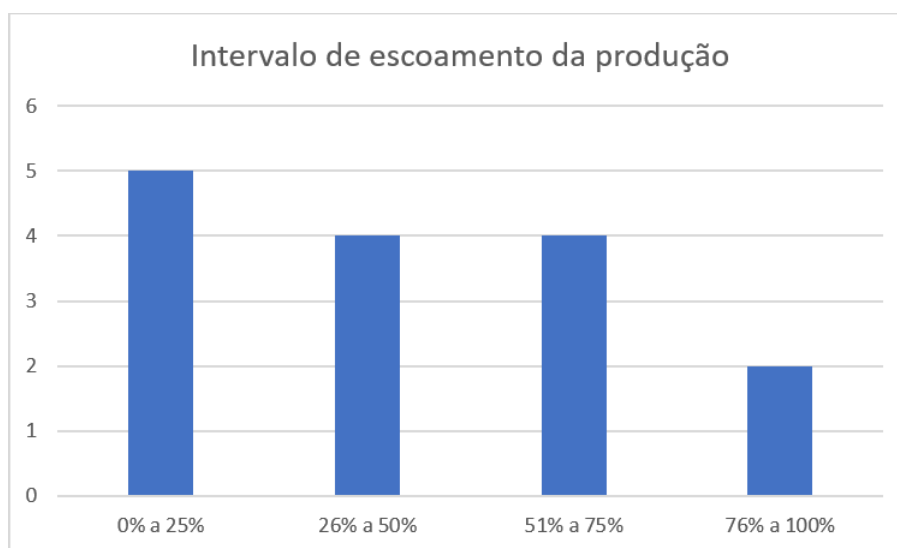
Essas hipóteses revelam a importância de se investir em diagnósticos mais aprofundados e ações de comunicação, assistência técnica e desburocratização, de forma a ampliar o acesso qualificado dos feirantes às políticas públicas e garantir que elas sejam

efetivamente reconhecidas, compreendidas e utilizadas.

A Figura 10 apresenta o percentual dos feirantes que conseguem escoar ou vender sua produção na feira, dividido em intervalos de escoamento. Ele mostra a distribuição dos feirantes de acordo com o volume de sua produção efetivamente comercializada nesse espaço. Observa-se que a maior parte dos feirantes (5 deles) consegue escoar entre 0% e 25% da sua produção na feira, indicando uma baixa eficácia desse canal de venda para boa parte dos participantes. Outros 4 feirantes conseguem escoar entre 26% e 50%, e mais 4 situam-se no intervalo de 51% a 75%. Apenas 2 feirantes conseguem vender entre 76% e 100% da sua produção.

Esses dados indicam que, embora a feira seja uma alternativa de comercialização, ainda é limitada para grande parte dos feirantes, visto que a maioria não consegue vender mais do que metade da produção.

Figura 10 – Percentual dos feirantes que conseguem escoar/vender sua produção na feira



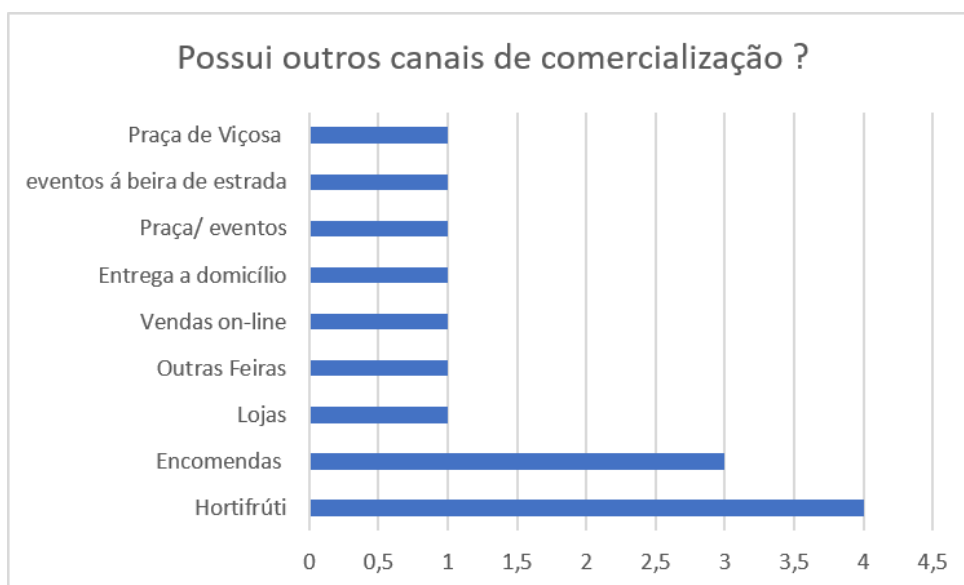
Fonte: Elaboração própria com base nos dados da pesquisa (2025)

Esses dados indicam que, embora a feira seja uma alternativa de comercialização, ainda é limitada para grande parte dos feirantes, visto que a maioria não consegue vender mais do que metade da produção.

Os dados obtidos revelam que a feira exerce impacto direto na dinâmica produtiva de parte significativa dos feirantes. Entre os 15 entrevistados, 53,3% (8 feirantes) afirmaram ter precisado aumentar sua produção em decorrência da participação nesse espaço de comercialização, enquanto 46,7% (7 feirantes) relataram não ter sentido essa necessidade. Além disso, observou-se que 73,3% (11 feirantes) utilizam outros canais de comercialização além da feira, ao passo que 26,7% (4 feirantes) dependem exclusivamente desse espaço para escoar sua produção. Esses resultados indicam que, embora a feira represente uma importante oportunidade de comercialização, muitos produtores adotam estratégias diversificadas de venda, buscando ampliar sua clientela e reduzir a dependência de um único canal.

Entre os canais de comercialização mencionados, destaca-se o hortifrúti, citado por 26,7% (4 feirantes), seguido pelas encomendas, com 20,0% (3 feirantes). Os demais canais como lojas, feira, vendas on-line, entrega a domicílio, praça/eventos, eventos à beira de estrada e praça de Viçosa foram mencionados por 6,7% (1 feirante) cada. Ressalta-se que essa questão permitia múltiplas respostas, o que explica a soma das frequências ser superior ao número de feirantes que possuem outros canais de comercialização.. A seguir a figura 11 representando os canais de comercialização dos feirantes.

Figura 11 – Canais de comercialização dos feirantes



Fonte: Elaboração própria com base nos dados da pesquisa (2025)

A predominância de entregas em “hortifrúti” ou sacolões pode ser explicada por sua função como intermediário direto entre o produtor e o consumidor final, permitindo o escoamento de grandes volumes de produtos de forma regular e previsível. Além disso, os sacolões tendem a ter uma demanda contínua por alimentos frescos, o que gera segurança para o produtor.

O destaque da encomenda também é significativo e pode indicar relações diretas entre feirantes e consumidores, baseadas em confiança e fidelização. Esse canal reduz custos com intermediação e permite maior previsibilidade na produção e na entrega.

Por outro lado, a presença de canais mais pontuais, como eventos, praças e vendas online, mostra a busca por estratégias complementares e adaptadas às diferentes oportunidades de mercado. Esses canais podem ser úteis principalmente para produtores que atuam em menor escala ou que buscam nichos específicos.

Desta forma, a diversidade de canais revela a capacidade de adaptação dos feirantes frente às limitações do mercado local e à sazonalidade da demanda, ao mesmo tempo em que reforça a importância da feira como espaço articulador, ainda que não exclusivo, das atividades comerciais desses produtores.

4.7 Vantagens e Desafios da Participação na Feira de Coimbra

A participação na Feira de Coimbra, localizada no estado de Minas Gerais, revela-se como uma importante oportunidade de geração de renda e fortalecimento econômico para produtores rurais, agricultores familiares, comerciantes e pequenos empreendedores da região. Isso porque trata-se de um espaço de comercialização direta com o consumidor, onde também se estabelecem relações de confiança, vínculos sociais e valorização da cultura e da produção local. A análise das respostas obtidas, por meio da aplicação de questionários aos(as) feirantes, permitiu compreender os principais benefícios e desafios associados à participação nesse ambiente.

No que se refere às vantagens percebidas, os dados indicaram que a geração de renda, a divulgação dos produtos e o aumento da clientela são os aspectos mais destacados. Além disso, muitos participantes apontaram a feira como um espaço de fortalecimento do comércio local e de incentivo à produção contínua. Abaixo, as percepções ilustradas na Figura 13, apresentando o número de participantes que assinalaram cada uma das opções disponíveis

(respostas múltiplas).

Figura 13 – Vantagens percebidas pelos participantes da Feira de Coimbra



Fonte: Elaboração própria com base nos dados da pesquisa (2025).

Como observa-se, a geração de renda é apontada por um número expressivo de participantes, o que destaca o papel da feira na sustentação econômica de muitas famílias. A possibilidade de comercialização direta (28% dos entrevistados) permite aos feirantes obterem margens mais favoráveis de lucro ao evitar intermediários. Enquanto que a exposição frequente de seus produtos também contribui para a fidelização dos consumidores e o crescimento das vendas ao longo do tempo.

Paralelamente, diversos estudos na literatura confirmam os achados empíricos observados na Feira de Coimbra, especialmente no que se refere às vantagens percebidas como geração de renda, ampliação da clientela e valorização do produto local. A eliminação de intermediários, como apontado por Silveira *et al.* (2014), é fator decisivo para o aumento da renda dos feirantes e contribui para sua autonomia financeira.

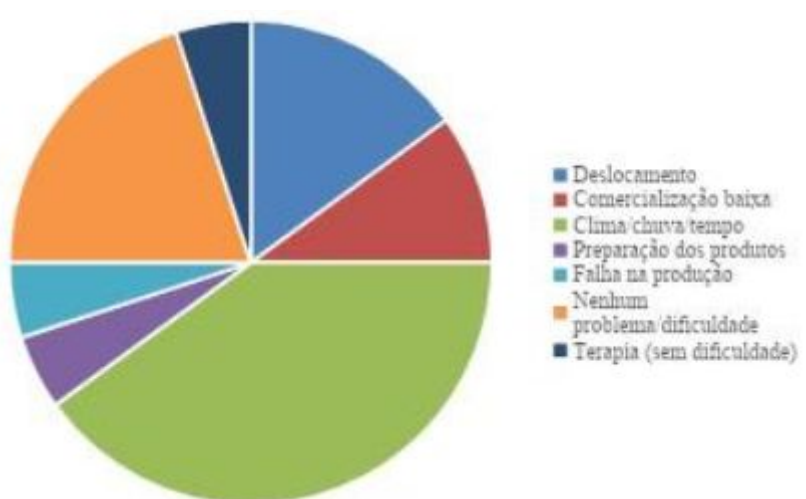
Contudo, desafios importantes também foram relatados pelos(as) feirantes. Entre os principais, destacam-se as dificuldades com transporte, a falta de infraestrutura adequada no espaço da feira (como cobertura, energia elétrica e banheiros) e a variação no movimento de clientes ao longo das semanas, especialmente em períodos de clima adverso ou concorrência com outros eventos locais. Essas limitações são sintetizadas na Figura 14, apresentando, também, o número de feirantes que indicaram cada item como uma dificuldade enfrentada. Entre os entrevistados, 40% apontaram o clima, a chuva e as condições do tempo como a principal dificuldade para participar da feira, enquanto 20% afirmaram não enfrentar qualquer

problema ou obstáculo.

Além das questões estruturais, os feirantes também apontaram como desafios a conciliação entre a feira e outras atividades laborais, bem como a limitação na quantidade de produtos oferecidos, especialmente por agricultores de menor porte. Ademais, a irregularidade na produção, motivada por fatores climáticos e sazonais, também foi mencionada como entrave à continuidade da presença na feira.

Diante disso, é válido destacar que os desafios relatados também encontram respaldo em estudos anteriores. Isto é, a precariedade da infraestrutura em feiras livres é um tema recorrente na literatura sobre mercados agroalimentares informais.

Figura 14 – Dificuldades relatadas pelos participantes da Feira de Coimbra



Fonte: Elaboração própria com base nos dados da pesquisa (2025).

Portanto, a análise revela que, embora existam obstáculos operacionais e estruturais, os benefícios da participação na feira superam, em grande parte, os desafios enfrentados. A feira configura-se como uma estratégia eficaz de valorização da produção local, promoção da segurança alimentar e estímulo à economia regional. Logo, diante disso, políticas públicas voltadas à melhoria da infraestrutura e ao apoio técnico e logístico aos feirantes podem ampliar os impactos positivos e garantir a sustentabilidade do evento ao longo do tempo.

4.8 Renda dos Feirantes

A Figura 15 apresenta a renda mensal proveniente da atividade exercida pelos

feirantes. Observa-se que 7% dos entrevistados optaram por não responder, enquanto 93% declararam obter uma renda mensal de até um salário mínimo.

Figura 15 – Faixas de renda mensal provenientes da atividade exercida na feira



Fonte: Elaboração própria com base nos dados da pesquisa (2025)

A Figura 16 apresenta o percentual de feirantes que responderam à seguinte pergunta: “A atividade desenvolvida na feira é a sua principal fonte de renda?”. Do total, 53% afirmaram que não, enquanto 47% responderam positivamente.

Figura 16 – Dependência da feira como principal fonte de renda



Fonte: Elaboração própria com base nos dados da pesquisa (2025).

Os resultados evidenciam que a feira de Coimbra desempenha uma função socioeconômica relevante, mas com características distintas entre os feirantes. Para grande parte deles, a feira atua como uma atividade de complementação de renda, permitindo somar ganhos provenientes de outras ocupações formais ou informais. Essa diversificação pode ser interpretada como uma estratégia de redução de riscos e incertezas econômicas, já que depender exclusivamente de uma única fonte de renda, sobretudo em um setor marcado por sazonalidade e instabilidade de demanda, poderia comprometer a segurança financeira das famílias.

Por outro lado, quase metade dos entrevistados afirmou que a feira constitui sua principal fonte de sustento. No entanto, a renda auferida é predominantemente baixa, limitada a até um salário mínimo, o que revela um cenário de vulnerabilidade socioeconômica. Tal condição pode impactar negativamente a qualidade de vida desses(as) trabalhadores(as), restringindo o acesso a bens e serviços essenciais, como saúde, educação e moradia adequada.

Essa realidade sugere que a feira, embora importante como espaço de geração de renda, não se apresenta como atividade capaz de garantir, isoladamente, uma condição financeira satisfatória para a maioria dos feirantes. Ao mesmo tempo, seu papel vai além do aspecto econômico, pois constitui também um espaço de socialização, manutenção de tradições e fortalecimento da identidade cultural local.

Assim, pode-se concluir que a feira de Coimbra exerce uma dupla função: de um lado, representa a única fonte de sobrevivência para parte dos feirantes, ainda que insuficiente em termos de rendimento; de outro, funciona como atividade complementar e estratégica para aqueles que possuem ocupações paralelas, contribuindo, assim para a diversificação das fontes de renda e para a resiliência econômica das famílias.

5. CONCLUSÃO

O presente estudo de caso da Feira de Agricultura Familiar de Coimbra-MG teve como objetivo analisar a importância da feira para os(as) feirantes. Os resultados demonstram que a feira desempenha um papel relevante no fortalecimento da agricultura familiar e dos circuitos curtos de comercialização, constituindo um importante espaço de geração e completação de renda, comercialização da produção local, fortalecimento das relações

sociais e valorização da produção dos(as) agricultores (as) familiares.

Em relação ao primeiro objetivo específico verificou-se que a Feira da Agricultura Familiar de Coimbra- MG possui uma trajetória marcada pela atuação do poder público e de instituições de apoio, consolidando- se como espaço de comercialização direta e de fortalecimento da economia local. Sua organização caracteriza- se pela participação coletiva dos(as) feirantes na tomada de decisões, evidenciando práticas na tomada de decisões, evidenciando práticas de cooperação e gestão participativa.

Quanto ao perfil dos(as) feirantes observou-se a predominância da participação feminina, além da presença de agricultores(as) com diferentes faixas etária, níveis de escolaridade e tempo de atuação na atividade. O estudo de caso, também evidenciou uma produção diversificada, composta principalmente por hortifrutigranjeiros e alimentos processados, sendo as práticas produtivas influenciadas pela sazonalidade, pela demanda dos consumidores e pelos hábitos alimentares da população local.

No que se refere aos canais de comercialização, constatou-se que, embora a feira representa um importante espaço de venda e a aproximação entre os produtores e consumidores(as), a maioria dos(as) feirantes utilizam outros canais de comercialização para complementar o escoamento da produção, demonstrando a necessidade de diversificar os mercados para ampliar a renda e reduzir riscos econômicos.

Em relação às políticas públicas, verificou-se que parte dos (as) feirantes acessa programas voltados à agricultura familiar e à proteção social, como por exemplo, o PRONAF e o Bolsa Família, além de outras políticas. Entretanto, os resultados indicam a necessidade de ampliar o acesso à informações, à assistência técnica e às políticas públicas, favorecendo a inclusão de um maior número de agricultores(as)

Por fim, quanto às vantagens e aos desafios da participação na feira, os resultados da participação na feira, evidenciam que os principais benefícios estão relacionados à geração de renda, à fidelização da clientela, à valorização da produção local e ao fortalecimento das relações entre produtor(es) e consumidores(as). Em contrapartida, permanecem desafios importantes, como as limitações de infraestrutura, a dependência das condições climáticas, as dificuldades de transporte, entre outros mencionados pelos feirantes.

Por tanto, a Feira de Agricultura familiar de Coimbra- MG constitui uma importante estratégia de fortalecimento da agricultura familiar, promovendo impactos econômicos, sociais, culturais e ambientais positivos. Entretanto, para ampliar seus benefícios e garantir

sua continuidade, torna-se funcionamento o fortalecimento das políticas públicas, dos investimentos em infraestrutura, da assistência técnica e das ações de apoio à comercialização de trabalho e de geração de renda para os(as) agricultores (as) familiares.

6- REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMARAL, L. de S.; SILVA, S.; SOUSA, W. **Circuito curto de comercialização agroecológico: o caso do Mercado da Vida (Bonito/Pernambuco)**. *Revista Inter-Legere*, [S. l.], v. 7, n. 39, p. c32246, 2024.

AMARAL, L. S. et al. **O papel das cadeias curtas de comercialização na construção de um modelo de desenvolvimento rural sustentável no semiárido nordestino: o caso da Central de Comercialização da Agricultura Familiar do Rio Grande do Norte (CECAFES)**. *Desenvolvimento e Meio Ambiente*, v. 55, 2020.

ASSAD, M.; ALMEIDA, J. **Agricultura e sustentabilidade: contexto, desafios e cenários**. *Ciência & Ambiente*, p. 15-30, 2004.

AZEVEDO, B. M.; PELICIONI, M. C. F. **Feiras livres como estratégia de promoção da saúde e desenvolvimento local**. *Revista Brasileira de Promoção da Saúde*, Fortaleza, v. 25, n. 2, p. 236-243, 2012.

BERNARDO, E. G.; RAMOS, H. R. **Desenvolvimento sustentável na agricultura familiar**. In: SIMPÓSIO INTERNACIONAL DE GESTÃO DE PROJETOS, INOVAÇÃO E SUSTENTABILIDADE (SINGEP), 5., 2016, São Paulo. *Anais... São Paulo: UNINOVE, 2016. Disponível em: <https://www.singep.org.br/5singep/resultado/237.pdf>. Acesso em: 23 abr. 2025.*

BRASIL. **Decreto nº 1.946, de 28 de junho de 1996**. Institui o Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PRONAF). *Diário Oficial da União: seção 1*, Brasília, DF, 1 jul. 1996.

BRASIL. **Lei nº 11.326, de 24 de julho de 2006**. Dispõe sobre as diretrizes para a formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais. *Diário Oficial da União: seção 1*, Brasília, DF, 25 jul. 2006.

GOODMAN, D. **Espaço e lugar nas redes alimentares alternativas: conectando produção e consumo**. In: SCHNEIDER, S.; GAZOLLA, M. (org.). *Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas: negócios e mercados da agricultura familiar*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2017. p. 259-280.

GRISA, C.; SCHNEIDER, S. **Três gerações de políticas públicas para a agricultura familiar e formas de interação entre sociedade e Estado no Brasil**. *Revista de Economia e Sociologia Rural*, Brasília, v. 53, supl. 1, p. 125-146, 2015.

GRISA, C.; SCHNEIDER, S. **Políticas públicas de desenvolvimento rural no Brasil: uma análise da territorialização nos programas PRONAF e PAA**. In: SCHNEIDER, S. (org.).

A territorialização das políticas públicas no Brasil rural. Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 2015. p. 109-138.

GUANZIROLI, C. E. et al. **A agricultura familiar e o desafio da inovação tecnológica**. Brasília: IICA, 2013.

IBGE. **Censo agropecuário 2017: resultados definitivos**. Rio de Janeiro: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2019.

IBGE. **Censo agropecuário 2017: resultados preliminares**. Rio de Janeiro: IBGE, 2017. Disponível em: <https://censos.ibge.gov.br>. Acesso em: 23 abr. 2025.

MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

NIEDERLE, P. A. et al. **Mulheres, agroecologia e circuitos curtos de comercialização: uma análise da Feira Ecológica da Redenção em Porto Alegre (RS)**. *Cadernos de Agroecologia*, v. 15, n. 1, 2020.

OLIVEIRA, A. M. P. **A persistência das estruturas agrárias e o racismo no campo mineiro**. *Revista NERA*, Presidente Prudente, v. 21, n. 45, p. 267-287, 2018.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. **Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável – Rio+20**. Disponível em: <https://www.un.org/pt/rio>. Acesso em: 19 nov. 2024.

ROMEIRO, A. R. **Desenvolvimento sustentável: uma perspectiva econômico-ecológica**. *Estudos Avançados*, v. 26, n. 74, p. 65-92, 2012.

SABOURIN, E. **Sociedades rurais, sociologia e desenvolvimento: enfoques latino-americanos**. Rio de Janeiro: Garamond, 2007.

SANTOS, C. F. et al. **A agroecologia como perspectiva de sustentabilidade na agricultura familiar**. *Ambiente & Sociedade*, v. 17, n. 2, p. 33-52, abr. 2014.

SANTOS, R. S. M. dos et al. **Circuitos curtos de comercialização: práticas locais de produção e consumo sustentáveis**. In: *Segurança alimentar e nutricional e desenvolvimento rural sustentável*. Brasília: MDA, 2014.

SILIPRANDI, E. **Mulheres e agroecologia: transformando o campo, as florestas e as pessoas**. Brasília: SOF/ANA, 2015.

SILVA, V. J. da. **A agricultura familiar e os mercados institucionais: impactos do PAA e PNAE no semiárido mineiro**. *Revista Retratos de Assentamentos*, v. 24, n. 1, p. 7-25, 2021.

SILVEIRA, F. G. et al. **Feiras livres, economia solidária e desenvolvimento territorial**. Brasília: IPEA, 2014.

SOUZA, D. R.; PERONDI, M. A. R. **Educação do campo e juventude rural: desafios para a permanência e o desenvolvimento**. *Revista Brasileira de Educação do Campo*, Tocantinópolis, v. 4, e6413, 2019. Disponível em: <https://educa.fcc.org.br>. Acesso em: 23 abr. 2025.