

REFLEXÕES SOBRE A COMERCIALIZAÇÃO DE HORTALIÇAS EM UBERLÂNDIA (MG)

REFLECTIONS ON THE SALE OF VEGETABLES IN UBERLÂNDIA (MG)

Karolina Ramos Rodrigues*

Andrea Costa van Herk Vasconcelos**

Resumo

As feiras livres, na literatura, como espaços de comercialização podem fortalecer as relações entre produtores e consumidores. As feiras também podem se organizar pelo viés de mercado e, portanto, as feiras podem ser espaços de revenda de mercadorias de terceiros. Atualmente, Uberlândia tem mais de 60 feiras livres (diurnas e noturnas) ocorrendo semanalmente, sendo um município ainda tradicional na oferta desses espaços e na afluência de consumidores a eles. Pergunta-se, nesse sentido, se o feirante é o produtor ou alguém que compra o alimento diretamente do produtor? Para responder à pergunta, o objetivo geral deste trabalho é identificar a forma de comercialização de hortaliças nas feiras livres de Uberlândia (MG). Como hipótese, tem-se que as hortaliças comercializadas nas feiras livres de Uberlândia não possuem procedência direta do produtor, apesar das feiras livres representarem circuitos curtos de comercialização. Como metodologia, houve aplicação de questionário (*Google Forms*) adaptado de Van Herk Vasconcelos (2023), para feirantes em Uberlândia (MG). Como resultado, identificou-se que boa parte das hortaliças comercializadas nas feiras livres de Uberlândia (MG) possuem procedência direta do produtor, apesar de também possuírem procedência da Central de Abastecimento (CEASA). Identificou-se também, que as feiras livres são espaços que potencializam as relações de proximidade entre feirantes e consumidores, contudo, é necessário potencializar a perspectiva do consumo consciente e crítico para que a relação com o produtor de hortaliças seja fortalecida na relação produção-consumo.

Palavras-Chave: Comercialização; Produção e Consumo; Hortaliças; Agricultura familiar camponesa.

Abstract

Free fairs, in literature, as marketing spaces can strengthen relationships between producers and consumers. Fairs can also be organized based on a market perspective and, therefore, fairs can be spaces for the resale of third-party goods. Currently, Uberlândia has more than 60 free fairs (daytime and nighttime) taking place weekly, being a municipality that is still traditional in offering these spaces and in the influx of consumers to them. In this sense, the question arises whether the fair dealers is the producer or someone who buys the food directly from the

* Karolina Ramos Rodrigues, graduanda em Administração de Empresas. Universidade Federal de Uberlândia (UFU), Faculdade de Gestão e Negócios (FAGEN). Trabalho de Conclusão de Curso (TCC). karolina.rodrigues2@icloud.com.

** Andrea Costa van Herk Vasconcelos. Docente da Universidade Federal de Uberlândia (UFU), Faculdade de Gestão e Negócios (FAGEN). Orientadora. andreaherk@ufu.br.

producer? To answer the question, the general objective of this work is to identify how vegetables are sold in free fairs in Uberlândia (MG). As a hypothesis, it is assumed that the vegetables sold in Uberlândia's free fairs do not come directly from the producer, despite free fairs representing short marketing circuits. As a methodology, a questionnaire (Google Forms) adapted from Van Herk Vasconcelos (2023) was applied to fair dealers in Uberlândia (MG). As a result, it was identified that a large part of the vegetables sold in free fairs in Uberlândia (MG) come directly from the producer, despite also coming from the Supply Center (CEASA). It was also identified that free fairs are spaces that enhance close relationships between fair dealers and consumers, however, it is necessary to enhance the perspective of conscious and critical consumption so that the relationship with the vegetable producer is strengthened in the production-consumption relationship.

Keywords: Commercialization; Production and Consumption; Vegetables; Peasant family farming.

1 Introdução

O sistema agroalimentar, o que liga a produção e o consumo, é feito através de cadeias produtivas, ou seja, tudo que envolve a produção de alimentos, desde a matéria-prima, passando pela comercialização até o consumo, tem a ver com uma cadeia produtiva (CASSOL; SCHNEIDER, 2015). Os autores explicam que as cadeias produtivas solidárias ou formas alternativas de produção estão ligadas à agricultura familiar de base camponesa e que, boa parte das vezes, o agricultor é a pessoa que produz e, também, a pessoa que comercializa.

Inserido no sistema capitalista, numa condição familiar, mas também camponês, o pequeno agricultor é sinônimo de resistência, que se liga ao sentido do campesinato sustentado na família e na organização do trabalho (WANDERLEY, 2014). Nesse caso, o agricultor familiar tem acesso à mercados de maneira restrita, haja vista que o processo de modernização da agricultura vem impactando os mercados por onde a produção é escoada, de maneira geral (ALENTEJANO, 2012).

O autor supracitado destaca, por exemplo, que o conceito “*Greening*” ou Revolução Verde refere-se ao pacote tecnológico para a agricultura, impulsionado pelos Estados Unidos na década de 1970, que permitiu a modernização e a industrialização da agricultura com altos padrões de produtividade até hoje vistos. No Brasil, o pacote tecnológico originado da Revolução Verde incluía sementes e insumos quimicamente modificados, mecanização e irrigação (ALENTEJANO, 2012).

Essa condição, revelou basicamente duas tipologias de produção e comercialização, as cadeias longas e as cadeias curtas. Wilkinson (2000) destaca que as cadeias produtivas longas são caracterizadas por larga escala e padronização, em que geralmente há interesse mercantil e

privado por parte das grandes corporações. Em assim sendo, o agricultor familiar e camponês geralmente escoar sua produção em mercados locais, nos espaços de comercialização onde haja maneiras de acessar o consumidor de modo mais fácil e direto (PLOEG, 2008).

Segundo Darolt, Lamine e Brandenburg (2013), essa condição representa um circuito curto de comercialização (CCC), cujo conceito de origem francesa congrega possibilidades de distribuição de mercadorias em distâncias de até 80 km compreendendo, no máximo, um intermediário entre produtor e consumidor. Em outras palavras e nessa condição, tanto a produção de hortaliças pela agricultura familiar camponesa quanto seu consumo são envolvidos em circuitos curtos de comercialização onde há a predominância da diversificação de alimentos e, sobretudo, a otimização de todos os processos que congregam a produção e o consumo.

A partir do exposto e tomando a feira livre como um circuito curto de comercialização, parte-se da seguinte pergunta problema: **o feirante é o produtor ou alguém que compra o alimento diretamente do produtor?**

Para responder à pergunta, o objetivo geral deste trabalho é identificar a forma de comercialização de hortaliças nas feiras livres de Uberlândia (MG). Como hipótese, tem-se que as hortaliças comercializadas nas feiras livres de Uberlândia não possuem procedência direta do produtor, apesar das feiras livres representarem circuitos curtos de comercialização. Com isso, alguns objetivos específicos são listados: (i) entender a relação produção, comercialização e consumo para a agricultura familiar de base camponesa; (ii) apresentar os circuitos curtos de comercialização como alternativa à lógica dominante do mercado; (iii) identificar como as feiras podem representar potencialidades na relação produção e consumo consciente e crítico de alimentos.

Em assim sendo, além dessa introdução, o trabalho mostra o referencial teórico na próxima seção, o qual apresenta os conceitos basilares do tema; na terceira seção é apresentado o caminho metodológico, seguido da apresentação e análise dos resultados. Por fim, são formatadas as considerações finais e as referências.

2 Referencial Teórico

2.1 A importância da relação produção, comercialização e consumo para a agricultura de base camponesa

Ao longo dos anos, percebe-se que a relação campo/cidade é uma questão de análise complexa, especialmente depois do avanço tecnológico na agricultura na perspectiva da Revolução Verde. Nesse contexto, o agricultor vem se movimentando no sentido de promover

iniciativas de geração de renda para seu próprio desenvolvimento e de sua família. Geralmente, isso acontece quando, este, participa de algum grupo, por exemplo, cooperativas e associações, o que, segundo Sauer (2008), permite que o agricultor ultrapasse a fronteira rural/urbana.

De acordo com o autor, os pequenos agricultores são influenciados por alguns fatores: o pacote tecnológico na agricultura; o movimento do capitalismo; e as forças do capital. Esses fatores contribuem para que os trabalhadores rurais ultrapassem a fronteira do campo, estando presentes também na cidade. Wilkinson (1999) complementa que, especialmente pós-Revolução Verde, os problemas trazidos do modo de produção das grandes corporações através das cadeias longas de produção em nada favoreceu a agricultura familiar camponesa, muito pelo contrário, ampliou a desigualdade de renda, de riqueza, da apropriação e especulação de terras, potencializando a concentração fundiária (ALENTEJANO, 2012).

No contraponto dos impérios alimentares (IA), caracterizados através das cadeias produtivas longas e padronizadas pelo agronegócio, Ploeg (2008) reflete que há o fortalecimento da agricultura familiar de base camponesa e, esta, vem permitindo a aproximação dos espaços rurais e urbanos. Geralmente, através da agricultura alicerçada em práticas agroecológicas, não só agricultores camponeses, mas também comunidades quilombolas e povos tradicionais vem estabelecendo um modelo alternativo para produzir e para comercializar. Isso tem contribuído em caminhos para o desenvolvimento local, territorial, solidário e sustentável (VAN HERK VASCONCELOS, 2023; ALTIERI, 2002).

Ploeg (2008) expõe que, em pequena escala, os estabelecimentos agrícolas camponeses ficam frente a frente aos IAs, se articulando de diversas formas. Schmitt (2010) entende que, através da agroecologia e da economia popular solidária é possível que o agricultor camponês busque por diferenciações face à economia do capital. Tanto na agroecologia quanto na economia popular solidária, não como sistemas idênticos em princípios e práticas, mas pela dinâmica de suas relações, o agricultor familiar camponês vem buscando, passo a passo, construir transformação social (VAN HERK VASCONCELOS, 2023). Em harmonia com os ecossistemas locais, as cadeias produtivas alimentares solidárias e formas alternativas de produção têm potencializado a relação produção e consumo através de valores e princípios coletivos (MANCINI, 2003).

Ao selecionar e consumir produtos identificados pelas marcas das redes solidárias, nós contribuimos para que o processo produtivo solidário encontre seu acabamento e que o valor por nós dispendido em tal consumo possa realimentar a produção solidária em função do bem-viver de todos que integram as redes de produtores e consumidores. (MANCINI, 2003, p. 223).

Saquet (2014), contudo, ressalta que mesmo considerando as práticas agroecológicas como de origem camponesa, nem toda agricultura camponesa é agroecológica. Nesse sentido, há uma diferenciação entre agricultura orgânica e agroecológica, especialmente no propósito da relação produção, comercialização e consumo. Embora ambas privilegiam uma comida mais saudável, na agroecologia há a conservação dos recursos naturais; a diversificação com manejo sustentável dos solos; e a permanência das famílias produtoras no campo com a independência para comercializar sem a presença de atravessadores (BETANHO *et al.*, 2018, p. 31).

Na agricultura orgânica nem sempre o sistema produtivo é diversificado, e muitas práticas ecológicas não são prioritárias. Assim, a produção dos alimentos orgânicos pode ser efetuada em monocultivos, aproximando-se da maneira como são produzidos os alimentos na agricultura convencional. A agroecologia não busca apenas atender aos fatores econômicos, pois leva em consideração as questões ambientais, humanas, sociais e do equilíbrio entre esses fatores.

Contendo proximidades, ou não, a produção agroecológica é geralmente atribuída ao cotidiano da agricultura familiar camponesa e, no contexto agrário, com algumas caracterizações específicas, Eid e Eid (2003) consideram que é preciso estimular a comercialização através de conceitos e de aplicações de marketing. Os autores destacam algumas características da produção agroecológica familiar, a saber: a natureza do produto (se perecível ou sazonal); os canais de distribuição/comercialização (mercados locais e regionais); os custos de transporte; os preços dos produtos comercializados; e a comunicação envolvendo questões como bom atendimento, qualidade e preços competitivos para a comercialização.

Em outras palavras, é importante que haja um equilíbrio na relação produção, comercialização e consumo considerando as cadeias produtivas curtas na agricultura familiar camponesa. Nesse sentido, interessante destacar as características das cadeias curtas de produção em relação aos circuitos curtos de comercialização. Cassol e Schneider (2015, p. 150) expõem a explicação.

A característica central das cadeias curtas de produção e comercialização está relacionada à distância física de extensão e percurso entre os produtores primários e os destinatários finais dos alimentos, em contraposição aos circuitos longos formados por cadeias industriais de abastecimento que distanciam e separam cada vez mais esses atores entre si. Na prática, as cadeias curtas acabam formando redes alimentares alternativas ao modo convencional, pois são formadas por produtores, consumidores e outros atores que buscam “alternativas” ao modo industrial de abastecimento alimentar.

Com isso, entende-se ser necessário estimular os circuitos curtos de comercialização,

para melhor estruturar as relações de proximidade entre produtor e consumidor, considerando as cadeias produtivas solidárias e as formas alternativas de produção.

2.2 Circuitos curtos de comercialização como alternativa à lógica dominante do mercado

Na França, diferentemente do Brasil, priorizam-se as articulações comerciais (um intermediário) da relação do que a distância geográfica (DAROLT; LAMINE; BRANDENBURG, 2013). Para os autores, num circuito curto há condições de se comercializar através de vendas diretas (dentro e fora das propriedades) e indiretas (um intermediário), que podem ser realizadas através de estabelecimentos comerciais: pequenos mercados, cooperativas de produtores e consumidores, restaurantes coletivos dentre outros. Também, é possível existir a comercialização através de programas estatais e institucionais (Programa de Aquisição de Alimentos – PAA e Programa Nacional de Alimentação Escolar – PNAE), geralmente, realizadas por cooperativas de agricultores.

Tanto no Brasil quanto em outros países, há diversas formas de comercialização da produção de hortifrutis, especialmente os de base agroecológica. Seja através de comercialização direta ou indireta. Darolt, Lamine e Brandenburg (2013) ressaltam que os circuitos curtos congregam possibilidades e integram laços campo/cidade. Os autores explicam melhor:

- Venda direta (relação direta entre produtor e consumidor): na propriedade; e acolhida na propriedade. As cestas de alimentos, geralmente, constituem o modelo de venda direta na propriedade. Já, a acolhida, é feita através do agro turismo, gastronomia, esporte dentre outras atividades. Há também, a venda direta fora da propriedade, realizada em feiras agroecológicas, lojas de associações de produtores, venda para grupos de consumidores, entrega de cestas em domicílio, venda na beira de estradas dentre outras formas de comercialização.
- Venda indireta (intervenção de um único intermediário entre produtor e consumidor): realizada por lojas especializadas independentes, lojas de cooperativas de produtos ecológicos, restaurantes coletivos e individuais, pequenos mercados de produtos naturais, lojas virtuais e vendas para programas de governo (alimentação escolar).

Darolt (2013), contudo, resalta que manter relações de proximidade entre produtores e consumidores é um dos vários desafios para se criar e manter um sistema agroalimentar

equilibrado e para estimular essas relações. O autor explica, que essa situação ocorre através de mercados de proximidade, enraizados, porém informais muitas vezes, e, estes, são constantemente ameaçados pelos impérios alimentares. Estes últimos, conforme Ploeg (2008), atuando de diversas formas e tendo sempre à frente a lógica capitalista, buscam se apropriar do que vem sendo construído na contramão dos padrões hegemônicos de produção, de comercialização e de consumo vigentes.

Schneider (2016) também coloca uma tipologia, dividida em duas categorias, para circuitos curtos de comercialização considerando as relações de proximidade entre produtores e consumidores e a importância das relações de troca para o estímulo dessas relações. A primeira categoria, mercados de proximidade, são locais onde se busca por: (i) autonomia dos produtores em oposição ao lucro; e (ii) relações de confiança, reciprocidade e troca de conhecimento mútuo. O autor cita alguns exemplos, são eles, feiras locais, vendas na propriedade, grupos de consumo, entrega de cestas, dentre outros.

A segunda categoria, mercados locais, na visão do autor, é uma condição em que há relações de confiança e reciprocidade mútuas, porém, tanto produtor quanto consumidor convivem com outras formas de comercialização. Exemplo disso, são estabelecimentos físicos em que se comercializa diversas mercadorias e tanto produtor quanto consumidor ficam mais suscetíveis a condições como o preço (SCHNEIDER, 2016).

Van Herk Vasconcelos (2023), ressalta, por exemplo, que uma das características em relação ao perfil do consumidor de alimentos agroecológicos em feira solidária na cidade de Uberlândia (MG), vai de encontro ao que Schneider (2016) expõe como outras formas de comercialização. A autora coloca que dentre os consumidores que adquirem alimentos agroecológicos em circuito curto, no caso da feirinha solidária da UFU, não o fazem somente neste espaço de comercialização, adquirindo também em estabelecimentos comerciais de bairro tipo sacolões e minimercados e em outras feiras agroecológicas/orgânicas espalhadas pelos municípios de Uberlândia e Monte Carmelo (MG), onde há um dos *campi* da UFU.

Na feirinha solidária da UFU, espaço em que se realizou o estudo de Van Herk Vasconcelos (2023), os consumidores possuem frequência quinzenal, mensal ou ocasional. Em contrapartida, para os produtores, segundo a autora, esse circuito curto é o meio de comercialização essencial para a geração de trabalho e renda. Além desse, alguns produtores também comercializam através dos programas de governo e das cestas em domicílio, como ocorre em Monte Carmelo. Alguns poucos produtores comercializam direto na propriedade ou entregam em restaurantes coletivos.

Nesse sentido, fomentar a relação produção e consumo por meio dos circuitos curtos de

comercialização é um forte indício para que as relações de confiança e reciprocidade sejam sedimentadas e ocorra práticas para além da comercialização (DAROLT, 2013). Conforme o autor, é necessário criar condições para que essas relações sejam cada vez mais expandidas, não em abrangência e sim em profundidade, alimentando com isso, todo o sistema agroalimentar de base agroecológica, por exemplo.

Em oposição à lógica dominante do mercado, quando essa condição é alcançada em mercados com relações sociais sólidas, os próprios consumidores assumem que há qualidade nos produtos, ou seja, há fomento da comercialização a partir de outra lógica, esta sim, baseada na confiança e reciprocidade mútuos (WILKINSON, 1999). O autor esclarece, portanto, que essa dinâmica é oposta à “[...] autossuficiência do produto onde o mecanismo de preços incorpora toda informação requerida” (WILKINSON, 1999, p. 111).

Assim, tanto a relação produção quanto o consumo estariam sedimentados na construção de relações de respeito, de reciprocidade e de reconhecimento pela agricultura familiar camponesa. Isso, na perspectiva do autor, não deveria ser algo preocupante, nem motivo de limitação frente aos impérios alimentares, uma vez que nessa condição, o próprio circuito curto de comercialização perpetuaria a demanda.

2.3 As feiras como representação de potencialidades na relação produção e consumo consciente e crítico de alimentos.

A agricultura familiar camponesa é, geralmente, caracterizada pela horticultura, que compõe a alimentação da maior parte da população. A horticultura, especialmente a olericultura, destinada à produção de legumes e verduras, é uma prática cotidiana de produtores rurais para suprir os mercados locais, constituindo parte essencial das cadeias curtas de produção (ANDRIOLO, 2013).

Nesse contexto, o agricultor familiar e camponês geralmente escoar sua produção em mercados locais, em espaços de comercialização onde haja maneiras de acessar o consumidor de modo mais fácil e direto, como é o caso das feiras. Silvestre, Calixto e Ribeiro (2005, p. 4) explicam que as feiras são uma “[...] importante estratégia de reprodução social da agricultura familiar”.

De acordo com Andriolo (2013), o equilíbrio da cadeia curta de produção é o que mantém a geração de trabalho e renda para o agricultor e o que garante o fluxo e a continuidade da cadeia através de questões como, garantias de qualidade e diversidade de alimentos. Isso favorece a manutenção da comercialização e a aquisição desses alimentos pelo consumidor nos

espaços de interação entre produtor e consumidor, não havendo a necessidade desse último adquiri-los em outros locais.

As feiras, como circuito curto e espaço de comercialização são iniciativas geralmente localizadas que priorizam a comercialização da produção agrícola familiar, estimulando uma relação direta entre o consumidor e os “feirantes” através de “[...] uma série de diferenças produtivas e culturais”, representando importante elemento para o desenvolvimento local (ÂNGULO, 2003, p. 101).

Contudo, Andriolo (2013) ressalta que é preciso se atentar aos intermediários que podem se apresentar na estrutura da cadeia curta de produção e, com isso, quebrar seu equilíbrio e a condição das feiras livres se apresentarem dessa maneira. Caso essa situação ocorra, esta, representa uma condição negativa prejudicando a relação produção-consumo, não favorecendo a relação direta entre produtor e consumidor.

O autor comenta que a comercialização praticada pelas Centrais de Abastecimento (CEASA) ocorre, muitas vezes, em virtude do agricultor possuir uma pequena produção familiar e não conseguir comercializar direto nas feiras, por motivos tanto econômicos quanto logísticos. Os CEASAs funcionam como intermediários, que podem vender a outros intermediários, como estabelecimentos comerciais varejistas, por exemplo. Os CEASAs também ficam responsáveis pelo armazenamento e pelo transporte de uma quantidade maior de alimentos, pois têm a capacidade de reunir a produção de muitos agricultores, que ficam submetidos às regras impostas por eles (ANDRIOLO, 2013).

As feiras, nesse contexto, apresentam um diferencial em relação às centrais de abastecimento, a relação entre o feirante e o consumidor, que potencializa os hábitos e os costumes locais (SILVESTRE; RIBEIRO, 2011). Nas feiras livres, segundo os autores, é possível perceber que o próprio consumidor atesta a qualidade dos produtos, na feira do Vale do São Francisco, por exemplo, os consumidores preferem comprar na feira e não em outros locais de comércio varejista.

Ângulo (2003) confirma essa condição, exemplificando que na região de Jequitinhonha (MG), os consumidores reconhecem que os produtos adquiridos na feira representam o zelo e a atenção do agricultor. O consumidor, assim, entende que nas feiras é possível comprar produtos mais naturais, mais frescos e com mais qualidade (SILVESTRE; RIBEIRO, 2011).

Van Herk Vasconcelos (2023) confirma o potencial da feira nesse sentido, contudo, é importante colocar que os agentes de transformação envolvidos no processo de produção e de comercialização devem contribuir para que o consumo consciente e crítico seja efetivamente uma alavanca e que haja geração de trabalho e renda compatíveis com o desenvolvimento local.

Na 8ª Feira Regional da Economia Popular Solidária, realizada no período de 6 a 8 de outubro de 2023, no Campus Santa Mônica, da Universidade Federal de Uberlândia (UFU), foi possível observar a necessidade de estimular o consumo crítico, não só para atrair mais consumidores para as feiras, mas especialmente para refletir de que forma a comercialização vem sendo praticada nesses circuitos curtos. A figura 1 apresenta algumas imagens da feira e de momentos formativos nessa direção.

Figura 1 - Imagens da 8ª Feira Regional de Economia Popular Solidária, no Campus Santa Mônica (UFU).



Fonte: arquivo pessoal. 8ª Feira Regional de Economia Popular Solidária. Organizado por Rodrigues e Van Herk Vasconcelos (2023).

Uma das oficinas de formação¹, conduzida por Van Herk Vasconcelos e Cleps (2023), “Reflexões para além da comercialização: a importância do consumo crítico, solidário e sustentável”, confirma que é fundamental que todos os agentes de transformação existentes na relação produção, comercialização e consumo, estejam presentes e ativos na condução de mais possibilidades de interação.

Para que as feiras livres do espaço urbano sejam efetivamente um potencial para a relação entre o agricultor e o consumidor, ambas as partes precisam se conscientizar de questões para além da comercialização. Questões como, alimentos sem a utilização de agrotóxicos, ausência de atravessadores, valorização do trabalho do agricultor, priorização da saúde e bem-estar, dentre outras, são elementos formativos que potencializam a relação produção e consumo e reflexões que devem estar presentes para além da comercialização (VAN HERK VASCONCELOS; CLEPS, 2023).

Nesse contexto e a partir do exposto, percebe-se a necessidade de entender melhor o ambiente das feiras livres da cidade de Uberlândia (MG), portanto, a próxima seção apresenta a metodologia escolhida.

3 Metodologia

Com abordagem qualitativo e descritivo, este estudo considera, de acordo com Santos (2007), que um conjunto de informações, colocadas de maneira organizada, podem ser analisadas. Também, conforme Lakatos (2003, p. 24), o estudo aborda “[...] arsenal técnico que indica a melhor maneira de operar em cada caso específico”. Assim, a pesquisa descritiva procurou entender as características do fenômeno observado, bem como a atuação dos sujeitos envolvidos, ligando-o a um estudo teórico preliminar (LAKATOS, 2003).

Tomou-se a pesquisa de Van Herk Vasconcelos (2023), em que se construiu o perfil socioeconômico e demográfico de produtores rurais ligados ao Centro de Incubação de Empreendimentos Populares Solidários (UFU). A autora aplicou parte da sua pesquisa na feirinha solidária da UFU, onde foi possível conhecer o perfil tanto dos produtores quanto dos consumidores de alimentos agroecológicos comercializados. A autora destacou os bairros em

¹ A 8ª Feira Regional da Economia Popular Solidária ocorreu em Uberlândia (MG) no Campus Santa Mônica da Universidade Federal de Uberlândia. Realizada pelo Fórum Regional da Economia Popular Solidária (FREPS), com o auxílio do Centro de Incubação de Empreendimentos Populares Solidários (CIEPS), contou com 13 oficinas de formação entre os dias 6 e 8 de outubro de 2023. Alguns temas abordados: reaproveitamento de tecidos; objetivos de desenvolvimento sustentável; plantas medicinais; certificação orgânica; agroecologia; economia popular solidária, dentre outros.

que há concentração dos consumidores da feirinha e percebeu que, estes, não adquirem alimentos somente na feirinha solidária da UFU, também o fazem em outros estabelecimentos comerciais e em outras feiras agroecológicas/orgânicas espalhadas pelo município (VAN HERK VASCONCELOS, 2023). O quadro 1 apresenta os bairros onde residem os consumidores da feirinha solidária da UFU. Para fins deste estudo, foi observado se nestes bairros existem feiras livres, também os dias e horários em que ocorrem.

Quadro 1 – Comparativo dos bairros de residência dos consumidores da feirinha solidária da UFU e a existência de feiras livres na cidade de Uberlândia (MG).

FEIRA LIVRE		
BAIRRO	DIA DA SEMANA	HORARIO
CENTRO	XXX	XXX
FUNDINHO	XXX	XXX
JD. INCONFIDENCIA	DOMINGO	07:30 AS 13:00
VIGILATO PEREIRA	XXX	XXX
JD. KARAIBA	XXX	XXX
LIDICE	XXX	XXX
GRANADA	QUINTA - FEIRA	15:00 AS 20:00
JD. BRASILIA	SABADO	07:30 AS 13:00
UMUARAMA	QUINTA - FEIRA	14:30 AS 21:30
LARANJEIRAS	TERÇA - FEIRA	15:00 AS 20:00
TABAJARAS	SABADO	07:30 AS 13:00
SEGISMUNDO PEREIRA	QUINTA - FEIRA	07:30 AS 13:00
ROOSEVELT	TERÇA - FEIRA	07:30 AS 13:00
SARAIVA	QUINTA - FEIRA	07:30 AS 13:00
SANTA MONICA	SABADO	07:30 AS 13:00
SÃO JORGE	SABADO	15:00 AS 20:00

Fonte: Adaptado de Van Herk Vasconcelos (2023) e Prefeitura Uberlândia (2023). Organizado por Rodrigues e Van Herk Vasconcelos (2023).

Para a coleta de dados, adaptou-se o questionário de Van Herk Vasconcelos (2023), que foi aplicado pela pesquisadora, através do *Google Forms*, aos feirantes de hortaliças, produtos da olericultura, nas feiras livres de Uberlândia, conforme quadro acima. A pesquisa foi realizada entre setembro e outubro de 2023 e, importante destacar, não houve identificação de nenhum feirante participante. Dessa forma, utilizou-se somente dos dados coletados para a construção das análises e discussões. Foram visitadas 11 feiras livres e os dados obtidos junto a 18 feirantes, uma vez que em uma ou outra feira, havia mais de uma banca com hortaliças sendo comercializadas.

O questionário abordou cinco perguntas e as seguintes categorias de análise: (1)

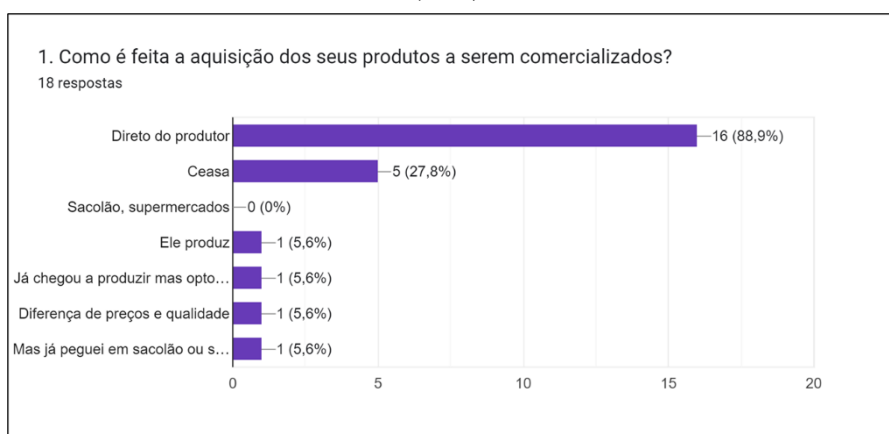
origem/aquisição de produtos para a comercialização; (2) produtos mais comercializados; (3) local(is) de comercialização dos produtos; (4) meio de transporte para a comercialização; (5) identificação de vantagens, ou não, de se adquirir produtos somente e direto do produtor rural.

4 Apresentação dos resultados e discussões

Para a apresentação e a discussão dos resultados, optou-se por trazer as categorias e as análises de maneira integrada ao texto, não separando-as em subtópicos.

De acordo com as entrevistas realizadas foi possível perceber que a origem/aquisição dos produtos comercializados nas feiras livres de Uberlândia (MG) é dividida, ou seja, ora os alimentos vêm direto dos produtores rurais, ora vêm da central de distribuição (CEASA). Houve relatos de alguns feirantes que preferem adquirir do CEASA, pelo fato dos preços serem mais acessíveis. Conforme Andriolo (2013), isso representa uma condição negativa prejudicando a relação produção-consumo, e não favorecendo a relação direta entre produtor e consumidor. Nesse sentido, de acordo com Darolt (2013), é necessário criar condições para que as relações entre produtor e consumidor sejam cada vez mais expandidas, não em abrangência e sim em profundidade. O gráfico 1 representa a origem das hortaliças comercializadas nas feiras livres de Uberlândia (MG).

Gráfico 1 – Origem das hortaliças comercializadas nas feiras livres de Uberlândia (MG).



Fonte: dados da pesquisa. Organizado por Rodrigues e Van Herk Vasconcelos (2023).

Observou-se fato intrigante, os feirantes que informaram preferir adquirir os alimentos do CEASA, também comentaram e foi visualizado pela pesquisadora, que nem sempre a qualidade é melhor em relação àqueles que são fornecidos diretamente do produtor rural. Essa

questão, de acordo com Ângulo (2003), prejudica a dinâmica da feira, uma vez que os consumidores geralmente atestam e reconhecem os produtos adquiridos na feira, como tendo o zelo e a atenção do agricultor.

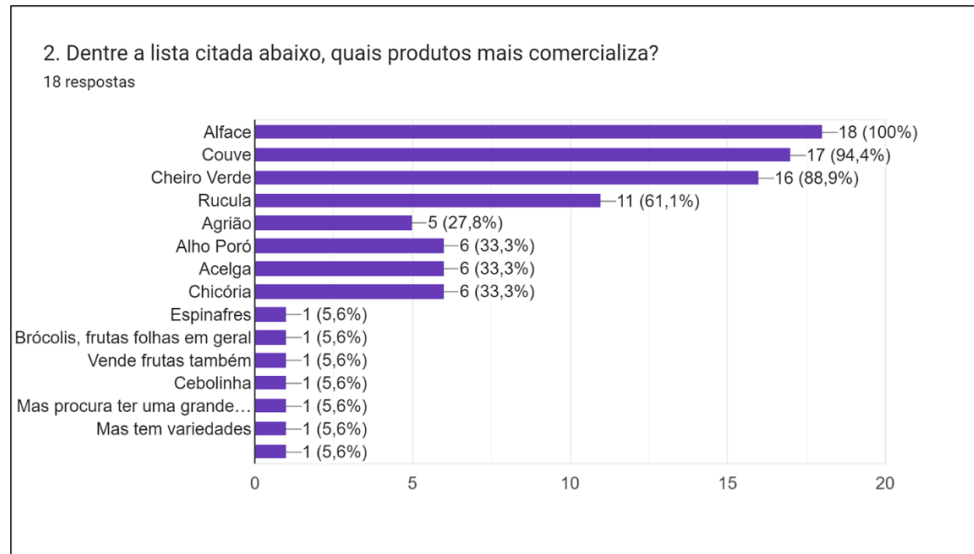
Uma outra pergunta do questionário, explanava o seguinte questionamento: Se fosse para o feirante produzir ou comprar diretamente do produtor rural, essa situação traria mais vantagens na comercialização, sim, não e por quê? Nesse sentido, ao serem questionados se haveria chance deles (feirantes) produzirem o alimento, ou mesmo fazer aquisição somente do produtor rural, as respostas positivas tiveram um nível baixo (33,3%), ou seja, uma contradição para estudos futuros.

Em outras palavras, se no gráfico acima vislumbra-se um cenário de aquisição das hortaliças diretamente dos produtores rurais e há um nível baixo de preferência por adquiri-las somente da agricultura familiar camponesa, duas questões se tornam intrigantes: (1) quem são estes agricultores familiares camponeses, onde eles se encontram; (2) qual real motivo real para os feirantes não comprarem somente da agricultura familiar camponesa, já que é o meio de aquisição mais evidente.

A maioria das respostas positivas informou que em relação à qualidade, os produtos são melhores quando adquiridos diretamente do produtor rural, mas devido ao preço, adquirir do CEASA é melhor para a comercialização. Um entrevistado informou que já foi produtor rural e preferiu trabalhar somente como feirante, em virtude dos gastos excessivos para produzir, a baixa demanda e o tempo para produzir. Dessa maneira, prefere somente comercializar e manter da forma que está. Essa condição não vai de encontro ao que Ângulo (2003) coloca em relação ao consumidor, ou seja, este reconhece o zelo com os alimentos por parte do feirante. Também, é preocupante a perspectiva de que nas feiras é possível comprar produtos mais naturais, mais frescos e com mais qualidade (SILVESTRE; RIBEIRO, 2011).

Em relação aos produtos comercializados há uma grande variedade e isso vai ao encontro ao que é colocado por Andriolo (2013), pois o equilíbrio da cadeia curta de produção garante o fluxo e a continuidade da cadeia através de questões como a diversidade de alimentos. O foco maior da procura é pela alface, seguido pela couve, cheiro verde e rúcula. Contudo, percebe-se que os feirantes dispõem de diversos produtos em suas bancas para comercialização. O gráfico 2 apresenta as hortaliças mais comercializadas nas feiras livres de Uberlândia (MG).

Gráfico 2 – Hortaliças mais comercializadas nas feiras livres de Uberlândia (MG).



Fonte: dados da pesquisa. Organizado por Rodrigues e Van Herk Vasconcelos (2023).

Como já retratado, porém, em se tratando de qualidade nem todos os produtos apresentavam a mesma qualidade dos alimentos, divergindo de banca para banca. Alguns feirantes relataram que isso se deve a fatores climáticos intensos como calor, mas também a forma como esses produtos são produzidos, até mesmo como são transportados e expostos. Em apenas uma banca foi possível observar um certo cuidado com as hortaliças expostas, durante o tempo da entrevista foi possível ver que a feirante regou os alimentos pelo menos duas vezes.

Em relação ao espaço de comercialização, o gráfico 3 apresenta os resultados da pesquisa nessa categoria.

Gráfico 3 – Principais espaços para a comercialização de hortaliças em Uberlândia (MG).



Fonte: dados da pesquisa. Organizado por Rodrigues e Van Herk Vasconcelos (2023).

Foi constatado, como também em Van Herk Vasconcelos (2023), que a feira livre é o principal meio para se vender as hortaliças. Todos os feirantes afirmaram que comercializam seus produtos especialmente através desse circuito curto e, no contraponto, a perspectiva de Schneider (2016), algo que vale ressaltar. De um lado, as feiras representam um dos principais espaços de comercialização para a agricultura familiar camponesa, contudo, de outro lado, os consumidores convivem de perto com outras formas de comercialização, como estabelecimentos comerciais de bairro. Nesse sentido, Schneider (2016) afirma que tanto o produtor quanto o consumidor ficam mais suscetíveis a condições como o preço das mercadorias comercializadas.

Considerando que os feirantes adquirem produtos não só dos agricultores, adquirem também do CEASA, que tem a capacidade de reunir a produção de muitos agricultores, estes, a partir de então, ficam submetidos às regras impostas, conforme Andriolo (2013). Nesse sentido, como afirmar que as feiras apresentam um diferencial, como potencializar os hábitos e costumes locais, como colocado por Silvestre e Ribeiro (2011)? Percebe-se que, quando o produto é comercializado pelo próprio produtor o consumidor enxerga essa questão como algo para além da comercialização, como colocado por Van Herk Vasconcelos e Cleps (2023), a condição formativa provavelmente está presente, caso contrário, não é possível afirmar que isso acontece.

Em relação ao meio de transporte utilizado para levar os produtos às feiras, todos os entrevistados afirmaram utilizar de maneira própria, sem ajuda de terceiros, condição também apontada por Van Herk Vasconcelos (2023) em sua pesquisa. Esse fato confirma algumas questões que merecem destaque, como, por exemplo, o contraponto dos circuitos curtos de comercialização frente aos impérios alimentares, especialmente pós-Revolução Verde, como colocado por Alentejano (2012). Segundo o autor, os problemas trazidos pelo modo de produção das grandes corporações através das cadeias longas de produção tendem a aumentar a desigualdade de renda, de riqueza, de apropriação e de especulação de terras.

Contudo, como se vê através de exemplos como a 8ª Feira Regional da Economia Popular Solidária, os circuitos curtos de comercialização tendem a construir transformação social quando, em harmonia com os ecossistemas locais, as cadeias produtivas alimentares solidárias e as formas alternativas de produção buscam potencializar a relação produção e consumo através de valores e princípios coletivos (MANCE, 2003). Quando tal condição existe é possível que “[...] o processo produtivo solidário encontre seu acabamento e que o valor por nós dispendido em tal consumo possa realimentar a produção solidária em função do bem-viver de todos que integram as redes de produtores e consumidores” (MANCE, 2003, p. 223).

5 Considerações finais

Retomando a questão central deste estudo e respondendo à pergunta problema, observou-se que o comerciante das feiras livres de Uberlândia (MG) nem sempre são os produtores das hortaliças comercializadas diretamente ao consumidor, muito embora, em várias feiras o feirante adquira o produto diretamente do agricultor. Quando não adquiridas diretamente do produtor, as hortaliças vêm da Central de Abastecimento (CEASA) do município e o feirante fica à mercê das regras de mercado impostas por esse atravessador e, assim, cada vez mais próximo ao sistema de trocas imposto pelo sistema capitalista.

Nesse contexto e até certo ponto, a hipótese deste estudo não pode ser confirmada, ou seja, a de que boa parte das hortaliças comercializadas nas feiras livres de Uberlândia (MG) possuem procedência direta do produtor. Confirma-se que esses espaços possuem características de circuitos curtos de comercialização, contudo, é necessário potencializar a perspectiva do consumo consciente e crítico do consumidor.

Respondendo, então, ao objetivo geral deste estudo, a forma de comercialização de hortaliças nas feiras livres de Uberlândia (MG) aponta algumas questões além da procedência dos alimentos que, em boa parte, é de origem da agricultura familiar camponesa. Percebeu-se que há variedade de produtos, permitindo com isso que haja, de certa forma, o equilíbrio da cadeia curta de produção, pois garante-se o fluxo e a continuidade com a diversidade de alimentos. Entretanto, não há como garantir a qualidade total dos alimentos, uma vez que em alguns casos a procedência dos produtos de alguns feirantes é diretamente do CEASA, responsável por agregar a produção de vários agricultores, sejam eles pequenos produtores ou não. Com isso, não há como garantir que o produto seja agroecológico, por exemplo.

Observou-se que as feiras livres representam um dos principais espaços de comercialização para os feirantes. Contudo, há um contraponto dessa condição, haja vista que os consumidores convivem de perto com outras formas de comercialização, como nos estabelecimentos comerciais de bairros. Considerando que o feirante adquire alimentos de outras procedências, não só do agricultor, tanto feirante quanto consumidor ficam mais suscetíveis e vulneráveis a condições como o preço e a qualidade das mercadorias comercializadas.

Nesse sentido, muito embora adquirir produtos diretamente do agricultor confirme alimentos de melhor qualidade, o feirante das feiras livres de Uberlândia não o fará como única opção, uma vez que ao adquirir alimentos do CEASA, os critérios econômicos da comercialização se tornam mais atraentes. Isso posto, é necessário que outros estudos sejam

complementares, a fim de contribuir não só para o aprofundamento do conhecimento, mas que mais ações práticas sejam garantidas, no sentido de potencializar mais reflexões para além das práticas capitalistas de comercialização.

O fato de que a pesquisa escolheu somente algumas feiras do município de Uberlândia é um limitador deste estudo. O fato de que a pesquisa abordou somente o perfil do feirante pode ser tratado como limitador. Entende-se que é necessário descrever, também, o perfil do consumidor das feiras livres em relação ao consumo consciente e crítico das hortaliças e outros produtos desses espaços de comercialização. Esses pontos, nesse sentido, são listados como sugestões para pesquisas futuras.

Referências

ALENTEJANO, P. R. Modernização da agricultura. In: CALDART, R. S. (org.) *et al.* **Dicionário da educação no campo**. São Paulo: Escola Politécnica de Saúde Joaquim Venâncio, Expressão Popular, 2012. p. 477-480.

ALTIERI, M. **Agroecologia: bases científicas para uma agricultura sustentável**. Guaíba: Agropecuária, 2002.

ANDRIOLO, J. L. **Olericultura geral: princípios e técnicas**. Santa Maria: Ed. UFSM, 2013.

ÂNGULO, J. L. G. Mercado local, produção familiar e desenvolvimento: estudo de caso da feira de Turmalina, Vale do Jequitinhonha, MG. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, v. 5, n. 2, p. 96-109, 2003.

BETANHO, C. (Org.) *et al.* Agroecologia para a agricultura familiar camponesa. **Série Agroecologia: resgatando a vida**, 1, 4^a ed, ago, 2018. Disponível em <http://www.cieps.proexc.ufu.br/producao-cientifica/livros-apostilas-revistas> Acesso em 28 out. 2023.

CASSOL, A.; SCHNEIDER, S. Produção e consumo de alimentos: novas redes e atores. Dossiê Questão Agrária Na Atualidade, **Lua Nova**, n. 95, p. 143-177, may-aug, 2015. DOI <http://dx.doi.org/10.1590/0102-6445143-177/95>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ln/a/7p4rzW8P9RmRqVb3bCQ9xNR/?lang=pt#>. Acesso em: 28 out. 2023.

DAROLT, M. R. Circuitos Curtos de Comercialização de Alimentos Ecológicos: reconectando produtores e consumidores. In: NIEDERLE, P. A.; ALMEIDA, L.; VEZZANI, F. M. (Org.). **Agroecologia: práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura**. 1ed. Curitiba: Kairós, v. 1, p 139 -170, 2013.

DAROLT, M. R.; LAMINE, C.; BRANDENBURG, A. A diversidade dos circuitos curtos de alimentos ecológicos: Ensinamentos do caso brasileiro e francês. **Revista Agriculturas**, v. 10, n. 2, p. 8-13, 2013. Disponível em: <http://aspta.org.br/files/2013/09/Revista-Agriculturas->

[V10N2-Artigo-1.pdf](#). Acesso em: 30 out. 2023.

EID, F.; EID, R. Marketing e Agricultura Familiar: estudo em uma cooperativa de Reforma Agrária trabalho apresentado no XXIII **Encontro Nac. de Eng. de Produção** - Ouro Preto, MG, Brasil, 2003.

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

MANCE, E. A. **Cadeias produtivas solidárias**. In: CATTANI, Antônio David (Org.). A outra economia. Porto Alegre: Veraz Editores, 2003, p. 26-28.

PLOEG, J. D. van der. **Camponeses e impérios alimentares: lutas por autonomia e sustentabilidade na era da globalização**. Trad. Rita Pereira. Porto Alegre: UFRGS, 2008.

PREFEITURA UBERLÂNDIA. Feiras. Disponível em: <https://www.uberlandia.mg.gov.br/feiras/>. Acesso em: 30 ago. 2023.

SANTOS, A. R dos. **Metodologia científica: a construção do conhecimento**. 7. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2007.

SAQUET, M. A. Agricultura camponesa e práticas (agro)ecológicas. Abordagem territorial histórico-crítica, relacional e pluridimensional. **Mercator**, Fortaleza, v. 13, n. 2, p. 125-143, mai-ago, 2014.

SAUER, S. **Agricultura familiar x agronegócio: a dinâmica sociopolítica do campo brasileiro**. Brasília, DF: Embrapa Informação Tecnológica. 2008.

SCHMITT, C. J. Economia solidária e agroecologia: convergências e desafios na construção de modos de vida sustentáveis. **Mercado de Trabalho**, IPEA, 42, fev, 2010. Disponível em: http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/4050/1/bmt42_08_Eco_02_convergencias.pdf. Acesso em: 28 out. 2023.

SCHNEIDER, S. Mercados e Agricultura Familiar. In: MARQUES, F. C.; CONTERATO, M. A.; SCHNEIDER, S. **Construção de mercados e agricultura familiar: desafios para o desenvolvimento rural**. Porto Alegre: UFRGS, 2016, p. 93-136.

SILVESTRE, L. H. A.; CALIXTO, J. S.; RIBEIRO, E. M. Mercados locais e políticas públicas para a agricultura familiar: um estudo de caso no município de Minas Novas, MG. In: 43º Congresso da Sociedade Brasileira de Economia e Sociologia Rural, **Anais...**, Ribeirão Preto, 2005.

SILVESTRE, L. H. A.; RIBEIRO, Á. E. M. Subsídios para a construção de um programa público de apoio à feira livre no vale do São Francisco, MG. **Organizações Rurais & Agroindustriais**. v. 13, n. 2, p. 186-200, 2011.

WANDERLEY, M. de N. B. O Campesinato Brasileiro: uma história de resistência. **RESR** – Revista de Economia e Sociologia Rural, v. 52, supl. 1, p. S025-S044, 2014. DOI: <https://doi.org/10.1590/S0103-20032014000600002>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/resr/a/4Hn3FCvFdb9VBYwSwJfKSGJ/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 26 set. 2023.

VAN HERK VASCONCELOS, A. C. **Territorialidades da economia popular solidária no (des)caminho do desenvolvimento local**. 2023. 350 f. Tese (Doutorado em Geografia) - Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2023.

VAN HERK VASCONCELOS, A. C.; CLEPS, G. D. G. **Reflexões para além da comercialização: a importância do consumo crítico, solidário e sustentável**. 2023. Oficina de Formação. In: 8ª Feira Regional de Economia Popular Solidária. Uberlândia, Minas Gerais, 2023.

WILKINSON, J. Distintos enfoques e debates sobre a produção familiar no meio rural. **Agroecologia e Desenvolvimento Rural Sustentável**, Porto Alegre, v.1, n.3, p.11-19, jul./set.2000.