

## AGRICULTURA FAMILIAR, COMERCIALIZAÇÃO E DINÂMICAS DE CONSUMO: UM ESTUDO EM FEIRAS NO MUNICÍPIO DE CRUZ DAS ALMAS – BA

Leiliane dos Santos Gonzaga<sup>1</sup>, Letícia Andrea Chechi<sup>2</sup>, Mariele Boscardin<sup>3</sup>

**Resumo:** No Brasil a agricultura familiar é responsável por garantir a segurança alimentar da população. Os circuitos curtos de comercialização surgem como um canal de escoamento para os agricultores familiares, proporcionando a estes a possibilidade de vender seus produtos por um preço justo. Neste sentido, busca-se analisar a forma de comercialização dos produtos da agricultura familiar e a dinâmica de consumo em feiras no município de Cruz das Almas - BA. Trata-se de um estudo de abordagem mista, no qual foram realizadas entrevistas com feirantes e consumidores em duas feiras do município de Cruz das Almas: a Feira Livre do Centro e a Feira da Agricultura Familiar e Economia Solidária- UFRB. A pesquisa foi realizada com apoio do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC) em 2023 e 2024. Como resultado, constatou-se que a feira UFRB apresentou-se como um espaço de grande interação entre consumidores e produtores. Os produtos comercializados na feira são oriundos da agricultura familiar, sendo assim a feira UFRB pode ser caracterizada como uma feira da agricultura familiar. Já a Feira Livre de Cruz das Almas apresenta alguns aspectos relevantes, como o fato de que não pode ser caracterizada como uma feira da agricultura familiar, pois grande parte da amostra de feirantes entrevistados não produzem os produtos que são comercializados.

**Palavras-chave:** Agricultores familiares; Circuitos curtos; Segurança alimentar.

## FAMILY FARMING, COMMERCIALIZATION AND CONSUMPTION DYNAMICS: A STUDY AT FAIRS IN THE MUNICIPALITY OF CRUZ DAS ALMAS – BA

**Abstract:** In Brazil, family farming is responsible for ensuring food security for the population. Short marketing circuits appear as an outlet for family farmers, providing them with the possibility of selling their products at a fair price. In this sense, we seek to analyze the way family farming products are sold and the dynamics of consumption at fairs in the municipality of Cruz das Almas - BA. This is a mixed approach study, in which interviews were carried out with stallholders and consumers at two fairs in the municipality of Cruz das Almas: the Feira Livre do Centro and the Feira da Agricultura Familiar e Economia Solidária - UFRB. The research

---

1 Graduanda em Gestão de Cooperativas (CCAAB/UFRB).

2 Doutora em Desenvolvimento Rural (PGDR/UFRGS) e Professora na Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (CCAAB/UFRB).

3 Doutora em Extensão Rural (PPGEXR/UFSM) e Professora da Universidade Federal de Santa Maria.

was carried out with support from the Institutional Scientific Initiation Scholarship Program (PIBIC) in 2023 and 2024. As a result, it was found that the UFRB fair presented itself as a space for great interaction between consumers and producers. The products sold at the fair come from family farming, so the UFRB fair can be characterized as a family farming fair. The Cruz das Almas Free Market presents some relevant aspects, such as the fact that it cannot be characterized as a family farming fair, as a large part of the sample of market traders interviewed do not produce the products that are sold.

**Keywords:** Family farmers; Short circuits; Food security.

## 1 INTRODUÇÃO

Atualmente existe um domínio de grandes cadeias de abastecimento, visando dominar os segmentos dos sistemas alimentícios. É neste contexto que as grandes redes de hipermercados provocam a expansão do mercado de produtos processados e enlatados, tendência esta que ocasiona mudanças nos hábitos de consumo da nossa sociedade. Além disso, o consumo de alimentos industrializados e o aumento das redes de hipermercados são mudanças que causam a desestruturação dos sistemas locais de comercialização, pois são incapazes de concorrer em um mercado altamente competitivo e exigente (Godoy, 2005).

Embora haja essa tendência de consumo por alimentos industrializados, há um “contra movimento” formado por pessoas que privilegiam uma alimentação mais saudável, inclusive este movimento cresceu bastante após a pandemia. Trata-se de pessoas que optam pelo consumo de alimentos livres de agrotóxicos e alimentos produzidos localmente, como as feiras livres ou canais curtos de comercialização (Azevedo, 2015).

No Brasil a agricultura familiar é responsável por garantir a segurança alimentar, possuindo importante papel de fornecer alimentos para o mercado interno. De acordo com os dados do Censo Agropecuário de 2017, no Brasil 76,82% dos estabelecimentos agropecuários, totalizando cerca de 3,9 milhões de estabelecimentos, pertencem aos grupos familiares (IBGE, 2017).

A comercialização de produtos da agricultura familiar ocorre muitas das vezes através de intermediários/atravessadores que compram os produtos com preços baixos. Segundo Silva *et al.* (2017), os circuitos curtos de comercialização surgem como um canal de escoamento para os agricultores, proporcionando aos agricultores familiares a possibilidade de vender seus produtos por um preço justo. Neste sentido, os mesmos autores destacam que as feiras livres propiciam inúmeros aspectos positivos, dentre eles, ações na promoção do desenvolvimento local, tanto no âmbito econômico, como também na valorização da produção e cultura local; diminuição de custos de atravessadores e transporte.

Para além destes aspectos, a comercialização em feiras de agricultura familiar se tornou uma alternativa de integrar esses produtores ao mercado. Um exemplo disso, são as feiras orgânicas, agroecológicas e de economia solidária, que representam canais de comercialização de forma direta e justa para os agricultores, pois contribuem para a valorização da produção e geração de renda dos agricultores familiares (Azevedo; Nunes, 2019).

As feiras livres no Brasil têm uma longa história que remonta ao período colonial. Desde então, elas desempenham um papel vital na sociedade brasileira, abrangendo diversos aspectos além da economia. Em relação ao abastecimento direto de consumidores, as feiras livres oferecem uma maneira acessível e conveniente de adquirir alimentos frescos. As

feiras conectam diretamente os produtores aos consumidores, eliminando intermediários e possibilitando preços mais justos tanto para os agricultores quanto para os consumidores (Araujo; Ribeiro, 2018).

Este estudo contempla o município de Cruz das Almas-BA situado no Território de Identidade Recôncavo, localizado a 146 km de Salvador, capital do estado, com uma extensão de 150,90 km<sup>2</sup>, possui uma população de 60.348 habitantes e densidade demográfica de 433,79 habitantes por km<sup>2</sup> (IBGE, 2022).

Neste sentido, o objetivo deste trabalho é analisar a forma de comercialização dos produtos da agricultura familiar e a dinâmica de consumo em feiras no município de Cruz das Almas – BA. A estrutura do texto está organizada em quatro seções, além desta introdução. A segunda seção apresenta o referencial bibliográfico onde são abordados os temas da agricultura familiar, circuitos curtos de comercialização e as feiras como um circuito curto de comercialização. A terceira seção apresenta a metodologia utilizada. Na seção quatro são apresentados os resultados da pesquisa. Por fim, a quinta seção apresenta as considerações finais.

## **2 AGRICULTURA FAMILIAR E CIRCUITOS CURTOS DE COMERCIALIZAÇÃO**

A Lei n. 11.326, de 24/07/2006 define como agricultor familiar aquele que: exerce atividades no meio rural, não tenha área maior que quatro módulos fiscais e utilize a mão de obra da família para desenvolver as atividades econômicas no seu empreendimento (Brasil, 2006). O decreto nº 9.064/2017 regulamenta a referida lei e institui o Cadastro Nacional da Agricultura Familiar (CAF), este que é o documento de identificação e qualificação da Unidade Familiar de Produção Agrária, do empreendimento rural familiar e das formas associativas de organização da agricultura familiar. O CAF surgiu para substituir a Declaração de Aptidão ao Pronaf (DAP) para garantir maior transparência e segurança de dados. Possuir o CAF é um requisito para acesso as políticas públicas da agricultura familiar (Brasil, 2017).

No Brasil, a agricultura familiar obteve visibilidade a partir da década de 1990, através da implantação de um conjunto de instrumentos de políticas públicas voltadas para a agricultura familiar. Em 1995 foi criado o Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PRONAF), que destinou uma grande quantidade de recursos para que os agricultores familiares tivessem a capacidade de financiar suas atividades de produção (Delgado; Bergamasco, 2017).

O Censo Agropecuário de 2017 revelou que existiam 5.073.324 estabelecimentos rurais no Brasil, sendo no Nordeste a concentração do maior número de empreendimentos rurais dentre as macrorregiões, com 1.838.846 empreendimentos familiares, e a Bahia é o estado que mais concentra esses empreendimentos. Segundo o Censo Agropecuário de 2017 o território baiano possui 762.849 de empreendimentos da agricultura familiar do total de 5.073.324 estabelecimentos nacionais (IBGE/SIDRA, 2019).

A agricultura familiar é lembrada por sua importância na absorção de emprego e na produção de alimentos, principalmente para o autoconsumo. Por ter uma capacidade de produção menor e baixo uso de tecnologias, a agricultura familiar foca mais as suas

funções no caráter social do que econômico. A agricultura familiar também é reconhecida por ser um redutor do êxodo rural e fonte de aquisição de renda em famílias desfavorecidas (Guilhoto *et al.*, 2007).

Guanziroli, Sabato e Buainain (2012), destacam que a classificação de agricultor familiar não tem relação de superioridade com os agricultores não familiares. Trata-se em diferenciar uma categoria de agricultores que produzem utilizando sua mão de obra e que administram seu empreendimento de forma direta e presencial em um contexto familiar. Neste contexto, é importante destacar que os agricultores familiares enfrentam inúmeras dificuldades em relação ao escoamento dos seus produtos.

De acordo com o Fundo Internacional de Desenvolvimento Agrícola (FIDA) (2018), os principais canais de comercialização acessados pela agricultura familiar são feiras, mercados institucionais, comércio justo e solidário, mercados convencionais e supermercados. Dentre estes, os circuitos curtos de comercialização, como a venda direta ao consumidor através de feiras e vendas na propriedade são os acessados. Os canais curtos estabelecem um vínculo de relacionamento e confiança entre o produtor e o consumidor (Ramirez; Sousa; López, 2020).

Os circuitos curtos de comercialização (CCC) são caracterizados pela venda direta do produtor ao consumidor, ou por venda indireta, sem a participação de mais de um intermediário no processo de comercialização (Ruivo; Carvalho, 2017). Os CCC e a venda direta de alimentos são formatos de comercialização que existem desde os tempos que iniciaram os processos de troca. No entanto, por meio de alguns fatores, como a modernização e industrialização da agricultura que ocasionaram uma crise de confiança dos consumidores e a busca por qualidade nos alimentos estimularam o crescimento e visibilidade dos CCC (Rover; Darolt, 2021).

As comercializações por meio dos circuitos curtos ocorrem através da: a) venda direta na propriedade; b) venda direta fora da propriedade por meio de feiras livres, lojas de associações de produtores, venda para grupo de consumidores, cestas em domicílio, venda em beira de estrada; c) venda indireta com a participação de apenas um intermediário entre o produtor e consumidor como lojas de cooperativas de produtores, restaurantes coletivos e individuais, pequenos mercados, lojas virtuais e venda para programas do governo (Darolt; Lamine; Brandenburg, 2013).

Segundo Araújo e Ribeiro (2018), a comercialização através dos mercados institucionais, tais como o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE) e o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) também são exemplos de fomento à comercialização por meio dos circuitos curtos.

De acordo com Schneider (2021), os CCC são capazes de reconstruir a identidade entre o alimento, a sociedade e o território. Portanto, estes canais de comercialização oportunizam o consumidor em conhecer quem produz, onde se produz e como são produzidos os alimentos que são adquiridos. Essa relação entre consumidor e produtor é capaz de gerar reconhecimento e confiança proporcionando uma relação de amizade e proximidade.

As feiras são caracterizadas como circuitos curtos de comercialização, no qual a figura do atravessador é retirada do processo de comercialização, desempenhando um papel importante na construção de relações sociais, na valorização da cultura local e na promoção da agricultura familiar. Trata-se, portanto, de um ambiente rico em diversidade, onde as pessoas se conectam com os alimentos, com os produtores e com a própria comunidade (Pereira; Brito; Pereira, 2017). Contudo, é importante destacar que existem diferentes tipos de feiras, em relação ao formato, exigência e tipos de feirantes.

## 2.1 As Feiras como um circuito curto de comercialização

As feiras livres podem ser classificadas como feiras orgânicas e agroecológicas, quando os produtos são produzidos sem ou com um menor teor agrotóxicos; feiras da agricultura familiar, onde os produtos são produzidos e comercializados pelos agricultores familiares. Para Araujo e Ribeiro (Araújo; Ribeiro, 2018. p. 566 *apud* Pazera Jr., 2003; Guerra; Souza, 2010): as feiras também são classificadas de acordo com os tipos de produtor “Quando há apenas produtor direto, pode ser denominada “feira urbana de abastecimento” ou “feira do produtor”; pode ser “feira de mercado”, quando há presença de intermediários”. Independentemente de sua nomenclatura, a feira para se caracterizar como um circuito curto de comercialização precisa eliminar os intermediários. Portanto, nem todas as feiras descritas podem ser caracterizadas como feira da agricultura familiar ou circuito curto de comercialização.

As feiras são um importante componente da economia informal em muitas regiões. Elas são caracterizadas pela presença de uma variedade de ocupações, fluxos de pessoas e mercadorias, bem como pelas interações sociais que ocorrem nesses espaços. As feiras desempenham um papel importante no abastecimento de alimentos frescos e outros produtos para as comunidades locais, ao mesmo tempo em que proporcionam oportunidades de trabalho e sustento para muitas famílias (Godoy; Anjos, 2007).

A feira livre no Brasil constitui uma modalidade de mercado varejista ao ar livre, e possui predominantemente uma periodicidade semanal, organizada como serviço de utilidade pública pela municipalidade e voltada para a distribuição local de gêneros alimentícios e produtos básicos (Mascarenhas; Dolzani, 2008, p. 75).

As feiras livres exercem ainda um papel fundamental na promoção da agricultura familiar e na valorização dos produtos locais. Elas são muito mais do que apenas um local de comercialização de alimentos, além de proporcionarem um espaço de venda direta dos produtos dos agricultores familiares, as feiras livres também têm uma importância social, cultural e política (Pereira; Brito; Pereira, 2017).

Segundo Mascarenhas e Dolzani (2008), a partir da década de sessenta as feiras livres viram a sua sobrevivência ameaçada devido à invasão dos automóveis nas ruas, propiciando o surgimento e crescimento dos supermercados e shoppings, que acabaram condenando as feiras livres. “Com o passar do tempo as feiras livres acabaram tendo seu espaço reduzido pelo crescimento de outros meios de comercialização, como os supermercados, mas mesmo diante disso, as feiras continuam a existir e desenvolver-se até os dias de hoje em todo o mundo (Silveira *et al.* 2017, p. 2).

Segundo Godoy e Anjos (2007), na percepção dos feirantes, as feiras livres desempenham um papel indispensável na consolidação econômica e social da agricultura familiar. Para os consumidores as feiras são espaços dinâmicos diversificados que permitem a interação com o produtor do alimento.

As feiras são um importante canal de comercialização para a agricultura familiar e atuam como CCC, removendo a figura do atravessador do processo de escoamento dos produtos. Para os agricultores familiares as feiras operam como incentivo à agricultura familiar, garantindo uma renda justa para as famílias, além de se caracterizar como um lugar social de trocas, não apenas material, mas também imaterial, como a troca de conhecimento entre o feirante e o consumidor (Pereira; Brito; Pereira, 2017).

Em termos de socialização, as feiras livres são pontos de encontro onde as pessoas se encontram, conversam e interagem, essa interação direta promove uma maior confiança e transparência na cadeia de suprimentos alimentares (Pereira; Brito; Pereira, 2017).

Mascarenhas e Dolzani (2008), afirmam que a feira livre não acompanhou o ritmo da modernização, deste modo acabam sendo taxadas como atrasadas e inadequadas, perdendo espaço para os supermercados que cada vez mais estão maiores, com diversidades de produtos, mais higiênicos e confortáveis. Contudo, os autores mencionam que as feiras livres são sinônimas de resistência, pois resistem às grandes mudanças geradas pelo mundo da industrialização.

A pandemia provocada pela Covid-19, que teve início em 2020, provocou diversas transformações nos hábitos de consumo da população e na forma como a agricultura familiar se organiza. Durante esse período, as pessoas se afastaram umas das outras e as feiras livres foram encerradas. Nesse cenário, tornou-se essencial buscar novas maneiras de comercialização, levando a comercialização dos produtos da agricultura familiar por meio de aplicativos de delivery, uma inovadora maneira de aproximar o agricultor do consumidor em um tempo em que o contato presencial estava restrito. Assim, a agricultura familiar teve que se reinventar mais uma vez, adaptando-se para continuar presente no mercado de vendas (Cassol; Vargas; Canever, 2020).

### **3 METODOLOGIA**

A pesquisa pode ser definida como um procedimento racional e sistemático que visa apresentar as respostas a problemas que são propostos (Gil, 2009). O mesmo autor afirma que a pesquisa é desenvolvida através da utilização cuidadosa de métodos, técnicas e outros procedimentos científicos.

O presente estudo é caracterizado pela abordagem mista, esta metodologia se trata de um procedimento de coleta, análise e combinação de técnicas qualitativas e quantitativas na pesquisa (Leite *et al.* 2021). Para Moresi (2003), a pesquisa qualitativa utiliza o ambiente natural para coleta de dados sem a utilização de métodos estatísticos, tendo como objetivo realizar a descrição do objeto estudado. Enquanto a pesquisa quantitativa é utilizada para medir opiniões, atitudes e preferências do grupo estudado.

Em relação ao levantamento de informações, foram realizadas entrevistas com feirantes e consumidores em duas feiras do município de Cruz das Almas, a saber: a Feira

Livre do Centro da cidade, localizada na praça do Lavrador e a Feira da Agricultura Familiar e Economia Solidária- UFRB, localizada no Campus da UFRB de Cruz das Almas.

Para a coleta de dados dos feirantes, utilizou-se de um questionário estruturado com perguntas fechadas e abertas que abordaram questões referentes a caracterização socioeconômica do público estudado, como idade, gênero, escolaridade, renda; sistemas de produção e comercialização, envolvendo características como tamanho da propriedade, culturas produzidas, canais de comercialização acessados, participação em organizações coletivas, acesso a políticas públicas, entre outros aspectos. No total, foram aplicados 28 questionários com os feirantes, sendo 20 da Feira do Centro e 8 da Feira da UFRB.

Já a pesquisa com os consumidores teve como objetivo analisar o perfil do público consumidor e as relações estabelecidas com os feirantes nestes espaços de comercialização. O formulário de entrevista abordou questões relacionadas à qualidade da alimentação, local em que costuma fazer as compras, frequência que vai a feira, principais produtos adquiridos na feira, entre outras questões. Foram entrevistados 20 consumidores na Feira do Centro e 20 consumidores na Feira da UFRB, totalizando 40 consumidores.

A pesquisa foi realizada com apoio do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC) através do projeto intitulado “Agricultura familiar e circuitos curtos de comercialização: novas práticas de produção e consumo no estado da Bahia”. A coleta de dados ocorreu no segundo semestre do ano de 2023. Após a coleta de dados, as informações foram organizadas no Microsoft Excel para análise dos resultados através de análise gráfica.

## **4 RESULTADOS E DISCUSSÃO**

### **4.1 Contextualização das feiras e caracterização socioeconômica dos feirantes**

O município de Cruz das Almas possui oficialmente duas feiras livres: a feira do bairro Coplan e a feira do bairro Centro, sendo a última objeto de estudo desta pesquisa. A feira do Centro está localizada na Praça do Lavrador, no centro do município, em uma localização privilegiada de fácil acesso e em torno da principal área comercial do município (Silva *et al.*, 2013).

A Feira do Centro acontece de segunda a sábado, existem feirantes que comercializam todos os dias, mas grande parte dos feirantes que podem ser caracterizados como agricultores familiares, comercializam apenas uma vez na semana geralmente aos sábados devido a feira ter um maior número de circulação de pessoas.

A feira da agricultura familiar e economia solidária da UFRB iniciou suas atividades em 2016, com o objetivo de estabelecer um espaço para a comercialização de produtos da agricultura familiar e da economia solidária na universidade. Contudo, teve suas atividades interrompidas devido a pandemia provocada pela Covid-19 e foi reinaugurada no dia 09 de setembro de 2022, através do projeto de extensão “Redes de comercialização inovadoras na UFRB: agricultura familiar, economia solidária e sustentabilidade”, contemplando iniciativas da feira anterior existente na Universidade.

A feira está localizada na Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, no campus de Cruz das Almas e acontece com periodicidade quinzenal. Atualmente na feira comercializam 26 empreendimentos, dentro deste grupo estão agricultores familiares, artesãos, floristas e confeiteiras.

As feiras estudadas acontecem no município de Cruz das Almas, mas os agricultores são do território do recôncavo. Na Feira do Centro, foram entrevistados vinte feirantes, dentre eles, doze são do gênero feminino. Em relação à residência, dezenove feirantes residem no município de Cruz das Almas e onze residem na zona rural. No que concerne à idade dos feirantes, a maior parte dos entrevistados se encontra na faixa de 51 a 59 anos, representando por um total de oito feirantes.

No quesito nível de escolaridade, oito feirantes possuem o ensino fundamental incompleto, cinco dos entrevistados possuem o ensino médio incompleto, cinco feirantes possuem o ensino médio completo e dois dos entrevistados afirmaram não possuir escolaridade. Diante destes dados observamos que o nível de escolaridade é baixo e a renda predominante é de até um salário-mínimo.

Na Feira UFRB, foram entrevistados oito feirantes, onde predominou também o gênero feminino. Dos respondentes, cinco residem no município de Cruz das Almas e sete residem na zona rural. O nível de escolaridade dos entrevistados é variado, sendo que dois dos respondentes não possuem escolaridade e sete dos entrevistados declararam ter renda de até um salário mínimo. Como se pode observar, independente da feira analisada predomina entre os feirantes o público feminino de baixa escolaridade.

Quando questionados sobre as principais fontes de renda da família, dos 20 entrevistados na Feira do Centro, treze afirmaram que é a comercialização na feira, quatro a aposentadoria, seis o bolsa família, dois informaram que é o emprego com carteira assinada e apenas três mencionaram o trabalho na agricultura. Na Feira da UFRB, dois feirantes informaram que a sua principal fonte de renda é a comercialização na feira, três afirmaram que é a aposentadoria, dois recebem o bolsa família, um respondente afirmou que é o emprego com carteira assinada e dois afirmaram que é o trabalho na agricultura, vale destacar que nesta questão os feirantes poderiam assinalar mais de uma alternativa. Importante salientar que na Feira do Centro a comercialização por este canal se destaca como a principal fonte de renda.

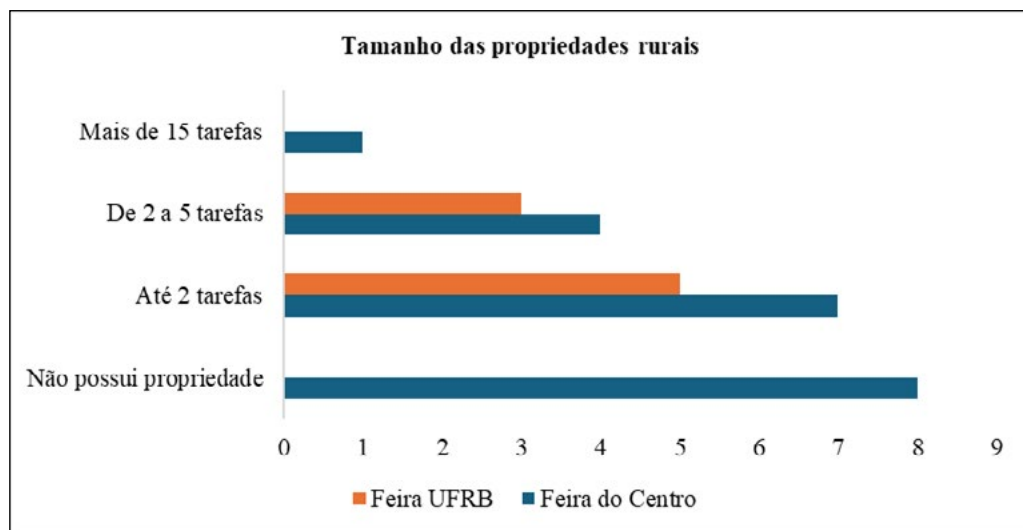
Azevedo e Nunes (2019) destacam que as feiras livres se apresentam com um importante papel econômico para os feirantes, sendo uma alternativa de comercialização dos produtos da agricultura familiar que fortalece a produção e garante um mercado fixo para o escoamento dos produtos.

No que se refere à descrição da propriedade rural, constatou-se que na Feira do Centro, oito dos entrevistados não possuem propriedade. Este resultado indica que estes feirantes não são agricultores, mas sim intermediários de comercialização. Já outros doze feirantes possuem propriedade informando que esta é própria e que possui documentação. No que concerne ao tamanho das propriedades que esses agricultores possuem, predominam áreas



de até duas tarefas<sup>4</sup> de terras. Já na Feira UFRB, quatro feirantes afirmam que a propriedade é própria, dois feirantes residem em comunidade quilombola e dois dos entrevistados afirmaram que a propriedade não é própria. O tamanho predominante é de até duas tarefas de terra e todos possuem a documentação das propriedades (Figura 1).

Figura 1: Tamanho das propriedades rurais



Fonte: Pesquisa de campo, 2023/2024.

Segundo a literatura, a desigualdade na distribuição de terras no território do nordeste é um fator determinante para a situação de precariedade dos agricultores familiares locais. No Nordeste a agricultura familiar é a principal forma de produção e trabalho no campo, desta forma, o acesso à terra é essencial para que os agricultores possam produzir, garantir a sua segurança alimentar e a fonte de renda da família. Diante disso, as políticas públicas são essenciais para os agricultores familiares, a fim de garantir o desenvolvimento regional e apoiar a agricultura familiar como objetivo de melhorar sua qualidade de vida (Aquino; Alves; Vidal, 2020).

Contudo, os agricultores familiares enfrentam desafios e dificuldades em acessar as políticas públicas. Conforme o Quadro 1 na Feira do Centro, apenas cinco dos vinte entrevistados afirmaram que possuem a DAP/CAF, já na Feira UFRB, sete feirantes possuem o documento, comprovando que são agricultores familiares e podem ter acesso às políticas públicas.

A Declaração de Aptidão ao Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (DAP), atualmente conhecida como Cadastro Nacional da Agricultura Familiar (CAF), é o documento de identificação da agricultura familiar que pode ser adquirido

4 Uma tarefa de terra são quatro quadros, o que equivale a uma área de 4.356 m<sup>2</sup> é a composição de quatro quadros que formam um novo quadrado o total de três tarefas que correspondem a um hectare de terra (Vizolli e Mendes, 2016).

pelo agricultor familiar (pessoa física), ou através da pessoa jurídica como cooperativas e associações. A DAP/CAF é um documento essencial e obrigatório para poder ter acesso às políticas públicas voltadas para a agricultura familiar (Bahiatier, 2017).

As políticas públicas são consideradas instrumentos importantes para a agricultura familiar. Para Lira (2016), as políticas públicas visam contribuir com o aumento da renda e o bem-estar das famílias rurais, proporcionando aos agricultores melhores condições de vida. Na Feira do Centro, nenhum feirante teve acesso a uma política pública voltada para a agricultura familiar. Na Feira UFRB, cinco feirantes informaram já ter acessado algum tipo de política pública voltada para a agricultura familiar, tais como Programa de Aquisição de Alimentação (PAA), Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (Pronaf) e assistência técnica.

Em se tratando da assistência técnica, Lira (2016) destaca que no nordeste grande parte dos agricultores não possui acesso aos serviços de assistência técnica, fomento e extensão rural e a pequena parcela que acessa esses benefícios recebem de maneira inadequada e intermitente, o que os tornam vulneráveis em períodos de crise.

Os feirantes foram questionados ainda se integravam alguma associação, cooperativa ou empreendimento da economia solidária. Na Feira do Centro, apenas três feirantes afirmaram participar em algum grupo de organização social, dentre elas: Associação da Baixa da Linha; Associação do Cobete, Entuleiro e Tuá; Associação da Baixinha e Ponto Certo. Já na Feira UFRB, todos os respondentes participam de uma associação, as quais são: Associação Comunitária da Sapucaia; Associação dos Moradores de Queimadaas Novas; Associação Quilombola Baixa da Linha; Associação da Agricultura Familiar de Porções; Associação Quilombola Anacleto Conceição; Associação Comunitária de Lagoa do Cedro; Associação dos Moradores e Agricultores Familiares de Lagoa da Rosa.

Uma associação legalmente registrada abre inúmeras portas para o agricultor familiar, pois os sócios passam a ter voz e serem reconhecidos na sociedade e nos espaços de decisões públicas (SENAR 2010). Os agricultores enxergam o associativismo como uma oportunidade de mudar a sua realidade. Através do associativismo os agricultores conseguem ter facilidade no acesso às políticas públicas, tais como o PNAE e o PAA.

Segundo Fagotti (2017), o termo associativismo contempla diferentes dimensões dos grupos de organização social, tais como o cooperativismo, sindicalismo e organizações não governamentais. A prática associativa se caracteriza como um processo de transformação pessoal, fortalecendo a autoestima e autoconfiança do indivíduo. Por meio do associativismo, os sócios compartilham seus objetivos, buscam soluções para seus problemas e vivenciam os resultados alcançados por meio da ação coletiva (SENAR, 2011). De acordo com Santana (2019. p. 12), “um dos princípios do associativismo é a cooperação e a ajuda mútua”. Isso proporciona o desenvolvimento de uma comunidade, dando-lhes uma melhor qualidade de vida, participação ativa na comunidade e autonomia.”.

A participação nos grupos de organização coletiva amplia as possibilidades de inserção no mercado para os agricultores, colaborando para o acesso das políticas públicas proporcionando uma via alternativa para comercialização e geração de renda. Destaca-se que o fato dos feirantes da Feira do Centro não terem acessado uma política pública pode

estar relacionado que a maioria não participa de associações ou cooperativas, que muitas das vezes atuam como intermediários para acesso as políticas públicas da agricultura familiar. Outros aspectos, refere-se ao fato de que os feirantes da Feira do Centro não são agricultores familiares e, portanto, não possuem a DAP/CAF, e assim, não podem ter acesso as políticas públicas.

Em relação ao transporte, cabe destacar que este é essencial para levar as mercadorias até o local da feira, seja por meio de veículos particulares ou de empresas especializadas. Na Feira do Centro, apenas cinco entrevistados afirmaram possuir um meio de transporte para os produtos comercializados. Na Feira UFRB, seis dos respondentes afirmaram possuir um transporte.

Os entrevistados afirmaram que não recebem apoio em relação a transporte para comercialização de seus produtos. Foi relatado que a falta de transporte é uma das principais dificuldades para o escoamento da produção, pois constitui em um custo adicional para este feirante. Ao contrário do que ocorre nas feiras estudadas por Silva e Borges (2020), no município de Arapiraca, em Alagoas os feirantes recebem grande incentivo da gestão municipal através da disponibilização de transporte e assistência técnica para os agricultores participarem da feira.

Ramirez, Sousa e López (2020), afirmam que nos canais curtos de comercialização a desvantagem evidenciada é em relação ao investimento com transporte para ir para a feira, pois os agricultores correm o risco de não vender o suficiente para poder ter lucro e cobrir o gasto de deslocamento. Contudo, é importante desenvolver formações com estes feirantes para que os mesmos construam preços que contemplem todos seus custos, inclusive, os custos de transporte da produção para comercialização.

Em relação a principal dificuldade para a comercialização, na Feira do Centro, quatorze dos feirantes afirmaram que é o baixo retorno financeiro, visto que a feira possui um elevado número de feirantes que acabam comercializando produtos similares, no qual ocorre uma concorrência entre os próprios feirantes. A falta de transporte também foi um dos problemas mencionados, pois os agricultores que não possuem transporte próprio e pagam a terceiros para transportarem os produtos. Na Feira UFRB, a falta de transporte é a principal dificuldade mencionada pelos feirantes. É importante destacar que nesta questão os feirantes poderiam escolher até três alternativas

Na Feira do Centro, os principais produtos comercializados entre os entrevistados são tomate, cebola, batata, coentro, couve, alface, dentre outros. Em relação a origem dos produtos, apenas doze afirmaram que produzem os produtos que comercializam. No entanto, alguns compram de outros agricultores, comerciantes e intermediários e no Centro de Abastecimento da Bahia – CEASA. Dentre os produtores que produzem, três afirmaram que utilizam algum tipo de produto químico na sua produção.

Durante as entrevistas alguns feirantes relataram que adquirem os produtos comercializados através de um caminhão de origem não identificada, que revende os produtos para esses feirantes. O processo de comercialização na Feira do Centro conta com cerca de dois a três intermediários no processo de comercialização, os produtos são comprados diretamente do produtor pelos intermediários revendidos e depois chegam

às mãos dos feirantes e finalmente os consumidores podem acessá-los, deste modo, esta feira livre perde a característica de um CCC, visto que os CCC são caracterizados pela venda direta entre produtor e consumidor ou com até um intermediário no processo de comercialização, conforme descrevem Rambo, Pozzebom e Dentz (2019).

Na Feira da UFRB, os principais produtos comercializados são banana, feijão, andu, ovos, mel, licor, doces, temperos caseiros, laranja, couve, alface, coentro entre outros. No quesito origem dos produtos comercializados, todos os feirantes afirmam produzir os produtos comercializados na feira e afirmaram não utilizar nenhum tipo de produto químico. Esta feira possui um diferencial, por se tratar de uma feira da agricultura familiar e economia solidária, produzir os produtos é um dos principais critérios para participar da feira. Também é exigido que os feirantes não utilizem nenhum produto químico na sua produção. A fim de verificar se os feirantes atendem os requisitos de participação, existe a comissão de planejamento produtivo e acompanhamento de campo, visando acompanhar a produção dos feirantes e, desta maneira, garantir que os consumidores estejam consumindo produtos da agricultura familiar produzidos de forma sustentável.

Como discutido anteriormente, os canais curtos de comercialização têm como objetivo a aproximação de produtores e consumidores, permitindo gerar uma oferta de alimentos mais frescos e de alta qualidade a preços mais acessíveis. Além disso, os agricultores podem obter rendas mais significativas com a venda direta dos produtos, visto que eles decidem de forma mais autônoma não somente os valores dos produtos, mas também o que irão produzir nas suas propriedades.

No que diz respeito se os feirantes comercializam em outros canais além da feira, na Feira do Centro oito feirantes afirmaram que só comercializam na feira em questão, os demais acessam outros canais. Os feirantes que comercializam na Feira UFRB relataram que além da feira, comercializam em outros locais tais como: venda direta na propriedade, outras feiras, venda para supermercados, os Centros Públicos de Economia Solidária (Cesol's) e Grupo de Consumo do Recôncavo<sup>5</sup>.

Para ampliar o desenvolvimento da agricultura familiar, é crucial que haja políticas públicas voltadas a garantir o acesso a novos mercados, serviços de assistência técnica e estruturas de agroindústria que contribuam para o aumento de renda e a permanência dos agricultores no mercado (Nunes e Silva, 2023). As cooperativas e associações desempenham um papel fundamental como orientadoras para os agricultores familiares, pois a organização coletiva facilita a comercialização da produção, possibilitando a entrada em novos mercados. Além disso, essas entidades atuam como pontes para o acesso a políticas públicas, criando novas oportunidades para essa categoria que enfrenta inúmeras dificuldades. As cooperativas e associações promovem o desenvolvimento da agricultura familiar ao oferecer conhecimentos e acesso a inovações tecnológicas para os agricultores familiares (Silva e Nunes, 2023).

---

5 O Grupo de Consumo do Recôncavo (GCR) foi criado no ano de 2015, a partir de um projeto de extensão da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, o GCR tem como objetivo realizar a comercialização de produtos da agricultura familiar de forma direta e coletiva, a comercialização dos produtos é realizada através do aplicativo *Kyte*.

Segundo Morel *et al.* (2015), a percepção do consumidor em relação às feiras livres são fundamentais para analisar as características dos CCC, deste modo é possível compreender as relações criada entre consumidor e produtor nos mercados de proximidade. A próxima seção irá caracterizar os(as) consumidores de ambas as feiras e sua proximidade, ou não, com a abordagem dos circuitos curtos de comercialização.

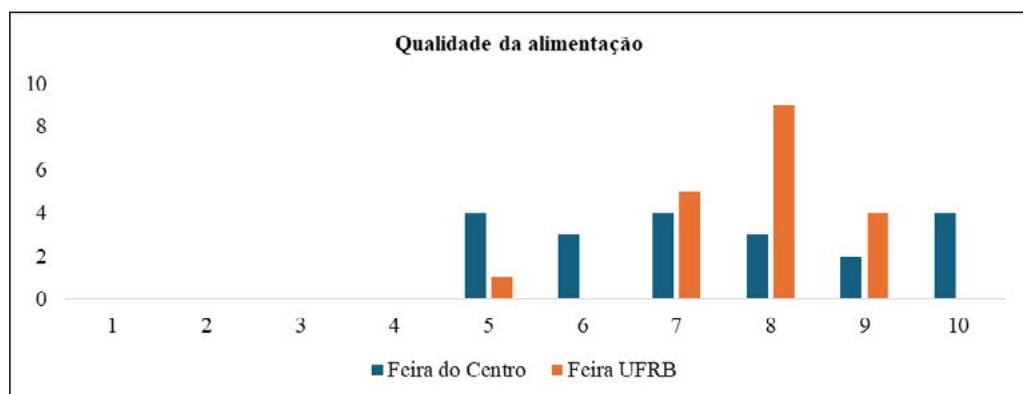
#### 4.2 Caracterização dos Consumidores

Para realizar a caracterização dos consumidores, foram realizadas vinte entrevistas na Feira do Centro, na qual dezesseis se declararam do gênero feminino e quatro do gênero masculino. No quesito faixa etária, oito dos vinte consumidores possuem até 25 anos, dois possuem de 25 a 30 anos, um possui de 31 a 40 anos, cinco possuem de 41 a 50, um possui de 51 a 59 anos e três afirmaram possuir 60 anos ou mais.

Na Feira UFRB foram entrevistados vinte consumidores, dentre eles, dezoito são do gênero feminino e dois do gênero masculino. Dentre os entrevistados, cinco possuem até 25 anos, dois possuem de 25 a 30 anos, cinco possuem de 31 a 40 anos, sete possuem de 41 a 50, e um possui 60 anos ou mais. Os dados obtidos demonstram que os consumidores são em sua maioria mulheres, a faixa etária é variada, e que nas feiras existe a circulação de jovens, adultos e idosos.

Os(as) consumidores(as) foram questionados sobre qual a qualidade da sua alimentação em uma escala de 0 a 10, sendo 10 considerada uma alimentação ótima. Na Feira do Centro, quatro respondentes deram nota 5, três avaliaram com nota 6, quatro deram nota 7, três avaliaram com nota 8, dois deram nota 9 e quatro dos consumidores avaliaram a sua alimentação com nota 10. Como se pode observar, mesmo com o fato de frequentar a feira em busca de alimentos mais saudáveis, os consumidores não consideram ter uma boa alimentação. Na Feira UFRB, um consumidor avaliou sua alimentação com nota 5, cinco deram nota 7, nove avaliaram com nota 8 e quatro avaliaram a sua alimentação com nota 9 (Figura 2). Assim, é possível considerar que na feira da UFRB, os consumidores consideram ter uma alimentação de maior qualidade, o que pode estar associado ao fato destes consumidores estarem no ambiente universitário, e ter maior acesso à informação sobre alimentação saudável.

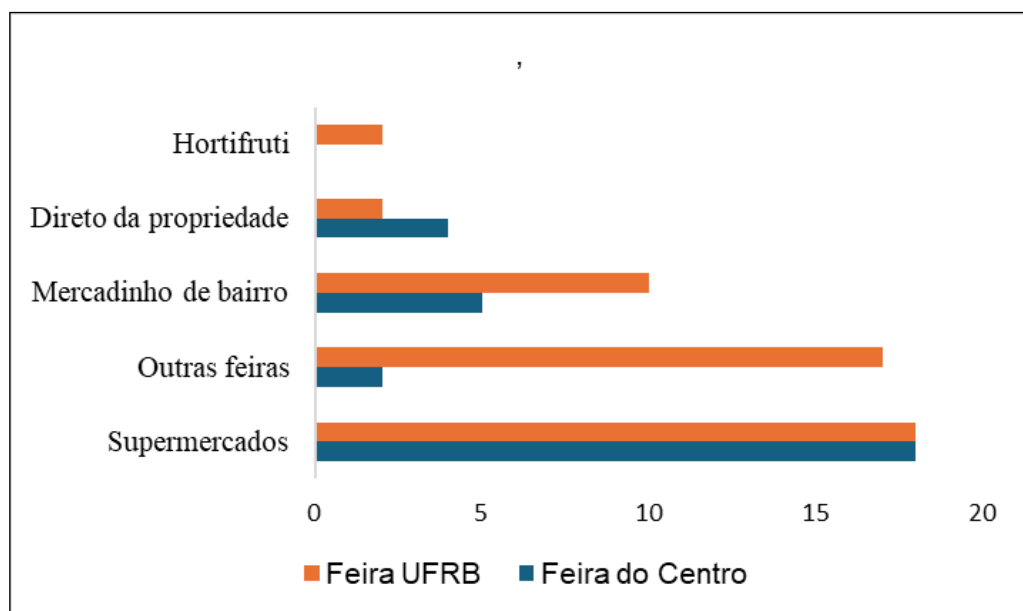
Figura 4: Qualidade da alimentação



Fonte: Pesquisa de campo, 2023/2024.

Em relação ao local que os entrevistados costumam realizar suas compras, questionou-se se era em supermercados, outras feiras, mercadinhos de bairro ou direto da propriedade, sendo permitido assinalar uma ou mais alternativas. Em ambas as feiras, os consumidores responderam que costumam realizar suas compras em supermercados, no entanto, os consumidores da feira da UFRB também afirmaram que realizam suas compras em outras feiras (Figura 3).

Figura 3: Locais que os consumidores realizam suas compras

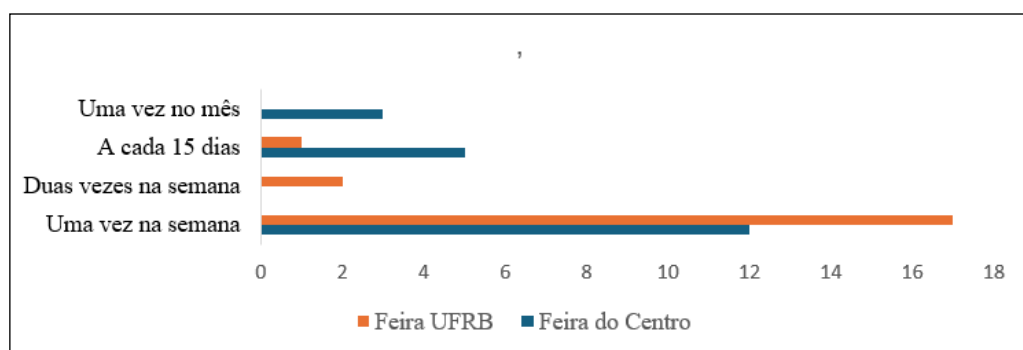


Fonte: Pesquisa de campo, 2023/2024.

Quando perguntamos em relação à frequência que costumam ir à feira, na Feira do Centro doze consumidores afirmaram que vão à feira ao menos uma vez na semana, cinco costumam ir a cada 15 dias e três afirmaram que vão à feira uma vez no mês. Na Feira UFRB, dezessete dos entrevistados costumam ir à feira ao menos uma vez por semana, dois vão à feira 2 vezes na semana e um afirmou ir à feira a cada 15 dias (Figura 4). Destaca-se nesse quesito, que a Feira UFRB acontece de forma quinzenal, e que os consumidores declararam frequentar outras feiras

Segundo Corralo *et al.* (2023), a frequência em que os consumidores vão à feira pode variar de acordo com o consumo de alimentos frescos, tais como hortaliças que duram em torno de 4 a 7 dias se armazenadas corretamente, deste modo a frequência de compra está atrelada aos hábitos do consumidor.

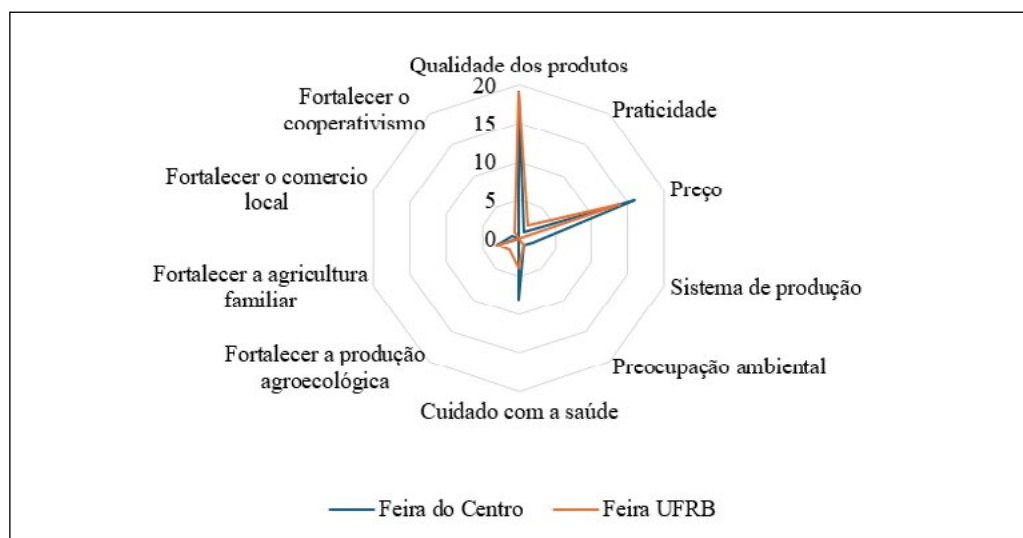
Figura 4: Frequência que os consumidores costumam ir à feira



Fonte: Pesquisa de campo, 2023/2024.

No que diz respeito aos aspectos que os entrevistados consideravam mais importantes ao fazer suas compras, a qualidade do produto e o preço foram as questões mais mencionadas pelos entrevistados em ambas as feiras conforme a Figura 5. Contudo, destaca-se a preocupação de alguns consumidores da feira da UFRB com o fortalecimento da agricultura familiar e da produção agroecológica. No caso da Feira do Centro, estes elementos não são mencionados, e o preço é importante para quase a totalidade dos consumidores.

Figura 5: Aspectos considerados importante na hora da compra



Fonte: Pesquisa de campo, 2023/2024.

O estudo desenvolvido por Cerdeño (2006) demonstra que o fator preço e qualidade impactam na decisão de compra. Os consumidores preferem realizar suas compras em feiras livres por considerar que os produtos possuem preços mais acessíveis, no entanto os consumidores apresentaram disposição em pagar mais caro por produtos de qualidade.

Uma das grandes características das feiras livres é a possibilidade de criar uma relação de proximidade entre o consumidor e o produtor, dando a oportunidade de os consumidores conhecerem a origem do seu alimento. As características das relações entre consumidores e feirantes é apresentada no Quadro 1.

Quadro 1: Características das relações entre consumidores e feirantes

	FEIRA DO CENTRO	FEIRA UFRB
<b>Compra dos produtos na mesma barraca</b>	10 costumam comprar na mesma barraca; 10 não costumam comprar na mesma barraca.	12 costumam comprar na mesma barraca; 8 não costumam comprar na mesma barraca.
<b>Relação de proximidade com o feirante</b>	11 afirmaram que sim; 9 afirmaram não possuir nenhuma relação com o feirante.	13 afirmaram ter uma relação com o feirante. 7 afirmaram não possuir nenhuma relação com o feirante.
<b>Conhecimento sobre a produção dos produtos comercializados</b>	12 não sabem se o feirante produz os produtos; 8 afirmaram saber se os feirantes produzem os produtos comercializados.	3 não sabem se o feirante produz os produtos; 17 afirmaram saber se os feirantes produzem os produtos comercializados.



	<b>FEIRA DO CENTRO</b>	<b>FEIRA UFRB</b>
<b>Conhecimento sobre a produção dos produtos e a participação da família</b>	18 não sabe se o feirante produz com a família. 2 sabem se o feirante produz com a família.	5 não sabe se o feirante produz com a família. 15 sabem se o feirante produz com a família.
<b>Utilização de agrotóxico na produção</b>	18 não sabem se os feirantes utilizam agrotóxicos na sua produção; 2 afirmaram saber se o feirante utiliza ou não agrotóxicos.	6 não sabem se os feirantes utilizam agrotóxicos na sua produção; 14 afirmaram saber se o feirante utiliza ou não agrotóxicos.

Fonte: Pesquisa de campo, 2023/2024.

Como se pode observar, os consumidores foram questionados se possuem o hábito de comprar sempre na mesma barraca. Na Feira do Centro, dez dos vinte entrevistados afirmaram que possuem o hábito de comprar na mesma barraca. Na Feira UFRB doze consumidores afirmaram que sempre compram na mesma barraca.

Os entrevistados também foram questionados sobre sua relação com o feirante, se existia uma relação de proximidade, amizade, confiança e preferência de compra. Na Feira do Centro, onze consumidores afirmaram que existe uma relação de proximidade com o feirante e nove dos entrevistados afirmaram que não existe nenhum tipo de relação.

Na Feira UFRB, treze consumidores afirmaram ter um relacionamento de proximidade com os feirantes e sete afirmaram não possuir uma relação com o feirante. Em ambas as feiras, os consumidores afirmaram que existe uma relação com o feirante. Morel *et al.* (2015) identificou na sua pesquisa que os consumidores tendem a realizar suas compras em barracas cujo existe uma relação com o dono, destacando que a preferência de compra está relacionada com o relacionamento com o produtor.

A proximidade com feirante fortalece a definição do CCC, pois prezam pela relação entre consumidor e produtor. No quesito sistema de produção, questionou-se aos entrevistados se eles tinham conhecimento sobre a origem dos produtos. Na Feira do Centro, doze dos entrevistados não sabem se o feirante produz os produtos comercializados. Pesquisas anteriores como, a de Morel *et al.* (2015), têm revelado que o desconhecimento da origem dos produtos comercializados em feiras livres, faz com que os consumidores acreditem que estejam consumindo produtos da agricultura familiar pelo fato de estar adquirindo em uma feira livre. Na Feira UFRB apenas três consumidores afirmaram que não sabem se o feirante produz o produto para comercialização.

Para Cruz *et al.* (2020) o hábito de frequentar as feiras livres está vinculado à tendência de consumir produtos locais, livres de agrotóxicos e a possibilidade de saber a origem dos produtos consumidos. Neste sentido evidenciamos que na Feira do Centro grande parte da amostra consumidores entrevistados não apresentaram interesse em saber sobre a origem dos produtos.

Em seguida, os entrevistados foram questionados em relação se tinham conhecimento se o produtor produz com a família. Na Feira do Centro, dezoito consumidores afirmaram que não sabem, enquanto na Feira UFRB apenas três pessoas afirmaram não saber.

Para finalizar, os consumidores foram questionados se eles tinham conhecimento sobre a utilização, ou não, de agrotóxicos na produção dos feirantes. Na Feira do Centro, dezoito respondentes afirmaram que não sabem, na feira UFRB quatorze respondentes afirmaram que sabem se os feirantes utilizam ou não agrotóxico na sua produção. Vale ressaltar que na feira UFRB os feirantes devem seguir alguns princípios como produzir o alimento para comercializar e não utilizar nenhum produto químico na sua produção.

A partir destes dados observamos que mesmo tendo o contato entre produtores e consumidores, a amostra de consumidores da Feira do Centro não apresentou interesse em saber a origem dos produtos que são postos em suas mesas e a Feira UFRB é classificada como uma feira da agricultura familiar.

É possível observar que na Feira da UFRB os consumidores conhecem melhor os feirantes, no quesito de sistemas de produção e o envolvimento da família nas atividades produtivas, e estas características são importantes na definição dos CCC. Adicionado aos elementos anteriores, de caracterização dos feirantes, é possível reafirmar que a Feira do Centro não pode ser caracterizada como um CCC, diferentemente da Feira da UFRB, que apresenta as características necessárias para tal.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A feira livre é um espaço de comercialização que articula o consumidor do produtor, criando uma relação de proximidade e confiança, sendo que as feiras dão oportunidades aos consumidores de descobrir a origem dos produtos que são postos nas suas mesas. A feira UFRB apresentou ser um espaço de grande interação entre consumidor e produtor, os produtos comercializados na feira são oriundos da agricultura familiar e os produtores apresentaram um grande potencial para serem produtores orgânicos, sendo assim a Feira UFRB pode ser caracterizada como uma feira da agricultura familiar.

A Feira do Centro apresenta alguns aspectos relevantes, embora acredite-se que seja um CCC por se tratar de uma feira livre, esta possui características que acabam desqualificando este conceito, visto que grande parte dos feirantes: não são AF, não possuem propriedade, não possuem CAF, não acessam políticas públicas da agricultura familiar, não participam de associações, não produzem os produtos que comercializam, desta maneira os feirantes são caracterizados como comerciantes ou intermediários. Diante desta problemática, destaca-se que mesmo a feira se tratando de um canal curto de comercialização as suas peculiaridades não são mantidas neste caso.

Na Feira do Centro, os consumidores apresentaram ter uma relação de proximidade com os feirantes, mas a amostra de consumidores estudada não demonstrou interesse em conhecer a origem dos produtos comercializados. Na Feira UFRB, os consumidores possuem maior proximidade, têm maior conhecimento e informação sobre os produtos que consome consolidando a característica da relação entre produtor e consumidor dos circuitos curtos de comercialização.

A pesquisa nas feiras, contribuiu para o aprofundar o nível de conhecimento em relação aos circuitos curtos de comercialização, a inserção da agricultura familiar e as relações de proximidade entre o consumidor e produtor estabelecidas nestes canais. Para pesquisas futuras, recomenda-se analisar se há correlação positiva entre as organizações coletivas e a promoção dos circuitos de comercialização, já que esta foi uma das características presentes na feira da UFRB. Ainda, sugere-se realizar o caminho do produto, buscando identificar a origem exata dos produtos comercializados pelos feirantes “comerciantes”, para compreender se estes não são produzidos por agricultores(as) familiares que não conseguem chegar até as feiras para comercializar seus produtos.

## REFERÊNCIAS

AQUINO JR, ALVES MO, VIDAL MF. Agricultura familiar no Nordeste: um breve panorama dos seus ativos produtivos e da sua importância regional. **Revista Econômica do Nordeste**. Disponível em <<https://repositorio.ipea.gov.br/handle/11058/10481>> acesso em 27 de fevereiro de 2024

ARAUJO, A. M; RIBEIRO, E.M. Feiras, feirantes e abastecimento: uma revisão da bibliografia brasileira sobre comercialização nas feiras livres. **Estudos Sociedade e Agricultura**, 2018. Disponível em <<https://repositorio.ufmg.br/handle/1843/52571>> acesso em 5 de junho de 2023

AZEVEDO, E. O ativismo alimentar na perspectiva do locavorismo. **Ambiente & Sociedade**, v. 18, p. 81-98, 2015. Disponível em <scielo - brasil - o ativismo alimentar na perspectiva do locavorismo o ativismo alimentar na perspectiva do locavorismo> acesso em 10 de maio de 2024

AZEVEDO. M.B.A.; NUNES. E.M. As feiras da agricultura familiar: um estudo na rede Xique Xique nos territórios Açu-Mossoró e sertão do Apodi (RN). **GEOTemas**, Pau dos Ferros, Rio Grande do Norte, Brasil, v 3, n. 2(3), p. 59-74, jul./dez., 2013.

BAHIATER. Declaração de Aptidão ao Pronaf. 29 de agosto de 2017. Disponível em <<http://www.bahiater.sdr.ba.gov.br/servicos/o-que-e-dap>> acesso em 20 de fevereiro de 2024.

BRASIL. **Lei nº 11.326**, de 24 de julho de 2006. Estabelece as diretrizes para a formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2004-2006/2006/lei/111326.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2006/lei/111326.htm). Acesso em 18 de novembro de 2022.

BRASIL. **Decreto no 9.064**, de 31 de maio de 2017. Dispõe sobre a Unidade Familiar de Produção Agrária, institui o Cadastro Nacional da Agricultura Familiar e regulamenta a Lei n. 11.326, de 24 de julho de 2006, que estabelece as diretrizes para a formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e empreendimentos familiares rurais. Disponível em: [https://planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2015-2018/2017/Decreto/D9064.htm](https://planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2017/Decreto/D9064.htm) Acesso em: 15 de agosto de 2024

CASSOL, A; VARGAS, L. P. ; CANEVER, M. D. Desenvolvimento territorial, Covid-19 e as novas estratégias de produção, comercialização e consumo de alimentos da agricultura familiar na Região Sul do Rio Grande do Sul. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, v. 16, n. 4. p. 388-401, 2020. Disponível em <<https://www.rbgdr.com.br/revista/index.php/rbgdr/article/view/5990>> acesso em 10 de novembro de 2024.

Censo Agropecuário 2017: resultados definitivos. Rio de Janeiro: IBGE/SIDRA, 2019. Disponível em: <https://sidra.ibge.gov.br/pesquisa/censo-agropecuario/censo-agropecuario-2017>. Acesso em: 15 de agosto de 2024

CERDEÑO, V. J. M. Hábitos de compra y consumo de frutas y hortalizas: resultados Del observatório Del consumo y La distribución alimentaria. Distribución y Consumo, Jul./Ago. 2006. Disponível em: <[https://www.mercasa.es/wp-content/uploads/2022/10/1290185790\\_DYC\\_2006\\_88\\_5\\_28.pdf](https://www.mercasa.es/wp-content/uploads/2022/10/1290185790_DYC_2006_88_5_28.pdf)> Acesso em 11 de maio de 2024

COELHO, M.A.A. O Território de Identidade do Recôncavo Baiano: Análise de Uma Literature Produzida. **Revista Scientia**, Salvador, v.7, n. 2, p. 10-25, maio/ago. 2022. Disponível em <<https://www.revistas.uneb.br/index.php/scientia/article/download/13754/9650/>> Acesso em 15 de agosto de 2024.

DA SILVA, D.V; BORGES, J. R. P. As feiras-livres da agricultura familiar em Arapiraca, Alagoas, Brasil. **Raízes: Revista de Ciências Sociais e Econômicas**, v.40, n. 1, p. 84-101, 2020. Disponível em <<http://raizes.revistas.ufcg.edu.br/index.php/raizes/article/view/642>> acesso em 15 de janeiro de 2024.

DAROLT, M. R., LAMINE, C., & BRANDEMBURG, A. A diversidade dos circuitos curtos de alimentos ecológicos: ensinamentos do caso brasileiro e francês. *Revista Agriculturas*, 10(2), 8-13. 2013. Disponível em <<https://aspta.org.br/files/2013/09/Revista-Agriculturas-V10N2-Artigo-1.pdf>> acesso em 18 de abril de 2023.

DELGADO, G.C; BERGAMASCO, S.M.P.P. **Agricultura familiar brasileira: desafios e perspectivas de futuro**. Brasília: Ministério do Desenvolvimento Agrário, 2017. Disponível em <[https://www.cfn.org.br/wp-content/uploads/2017/10/Agricultura\\_Familiar.pdf](https://www.cfn.org.br/wp-content/uploads/2017/10/Agricultura_Familiar.pdf)> acesso em 24 de outubro de 2022.

FAGOTTI, L. N. Associativismo e agricultura familiar: reflexões sobre uma associação de produtores rurais no interior paulista. **REDD–Revista Espaço de Diálogo e Desconexão**, 2017. Disponível em <<https://periodicos.fclar.unesp.br/redd/article/view/10948>> acesso em 27 de fevereiro de 2024

FUNDO INTERNACIONAL DE DESENVOLVIMENTO AGRÍCOLA (FIDA), principais canais de comercialização da agricultura familiar- Salvador [Brasil]. p52, 2018. ISBN 978-92-9072-830-6. Disponível em <<https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/RN/Anexos/gestao-e-comercializacao-principais-canais-de-comercializacao-para-a-agricultura-familiar-brasileira.pdf>> acesso em 22 de novembro de 2022.

GIL, A. C, 1946-. **Como elaborar projetos de pesquisa/Antônio Carlos Gil**. - 4. ed. - São Paulo: Atlas, 2002 Bibliografia. ISBN 85-224-3169-8 Disponível em <[https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/150/o/Anexo\\_C1\\_como\\_elaborar\\_projeto\\_de\\_pesquisa\\_-\\_antonio\\_carlos\\_gil.pdf](https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/150/o/Anexo_C1_como_elaborar_projeto_de_pesquisa_-_antonio_carlos_gil.pdf)> acesso em 26 de novembro de 2022.

GODOY, W.I. **As feiras-livres de Pelotas, RS: estudo sobre a dimensão sócio-econômica de um sistema de comercialização**. 2005. 284 f. Tese (Doutorado em produção vegetal) - Universidade Federal de Pelotas, Pelotas. 2005. Disponível em <<https://wp.ufpel.edu.br/consagro/files/2012/03/GODOY-Feiras-Livres-2005.pdf>> Acesso em: 25 de fevereiro de 2023.

GODOY, W.I; DOS ANJOS, F.S. A importância das feiras livres ecológicas: um espaço de trocas e saberes da economia local. **Revista Brasileira de Agroecologia**, v. 2, n. 1, 2007. Disponível em <<https://revistas.aba-agroecologia.org.br/rbagroecologia/article/download/6312/4619>> acesso em 06 de julho de 2023.

GUANZIROLI, C. E., BUAINAIN, A. M. e DI SABBATO, A. Dez anos de evolução da agricultura familiar no Brasil: (1996 e 2006). **Revista de Economia e Sociologia Rural** [online]. 2012, v. 50, n. 2, pp. 351-370. Disponível em:<<https://doi.org/10.1590/S0103-20032012000200009>>. Acesso em 25 outubro 2022.

GUILHOTO, J. *et al.* **A Importância Da Agricultura Familiar No Brasil e em Seus Estados (PIB da Agricultura Familiar no Brasil e em seus Estados) (2007)**. V **Encontro Nacional da Associação Brasileira de Estudos Regionais e Urbanos**, 2007, disponível em SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2408072>. Acesso em 24 de outubro de 2022.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. Censo Agropecuário 2017. Disponível em<<https://sidra.ibge.gov.br/pesquisa/censo-agropecuario/censo-agropecuario-2017>> Acesso em: 07 de outubro de 2022.

LEITE, L. R.; VERDE, A. P. S. R; OLIVEIRA, F.C. R; NUNES, J. B. C. Abordagem mista em teses de um programa de pós-graduação em educação: análise à luz de Creswell. **Educação e Pesquisa**, [S. l.], v. 47, 2021. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/ep/article/view/190992> Acesso em: 14 jun. 2024.

LIMA, A.F; SILVA, E.G.A; IWATA, B.F. Agriculturas e agricultura familiar no Brasil: uma revisão de literatura. **Retratos de Assentamentos**, [S. l.], v. 22, n. 1, p. 50-68, 2019. DOI: 10.25059/2527-2594/retratosdeassentamentos/2019.v22i1.332. Disponível em: <https://retratosdeassentamentos.com/index.php/retratos/article/view/332> > acesso em 24 de outubro de 2022.

LIRA, J.S. **Resiliência da agricultura familiar no nordeste brasileiro**. Dissertação (Mestrado em economia rural). Universidade Federal do Ceará, Centro de Ciências Agrárias. Programa de Pós-Graduação em Economia Rural. Fortaleza. p. 82. 2016. disponível em <[https://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/19395/1/2016\\_dis\\_jslira.pdf](https://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/19395/1/2016_dis_jslira.pdf)> acesso em 12 de fevereiro de 2024.

MASCARENHAS, G.; DOLZANI, M.C.S. **Feira Livre: territorialidade popular e cultura na metrópole contemporânea**. Ateliê Geográfico, Goiânia, v.2, n.4, agosto/2008. Disponível em <<https://revistas.ufg.br/ateliê/article/download/4710/3971/18001>> acesso em 25 de agosto de 2023.

MOREL, A.P.S; *et al.* Comportamento Do Consumidor Das Feiras Livres: Um Estudo Em Um Município De Minas Gerais. **Rev. FSA**, Teresina, v.12, n.4, jul./ago. 2015. Disponível em <<http://www4.unifsa.com.br/revista/index.php/fsa/article/view/838>> acesso em 15 de maio de 2024

NUNES, E. M; SILVA, P. S. G. Reforma Agrária, Regimes Alimentares e Desenvolvimento Rural: evidências a partir dos territórios rurais do Rio Grande do Norte. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 61, n. 1, p. e232668, 2023. Disponível em <<https://www.scielo.br/j/resr/a/cvXB8cXqvKzNgDW3GCKYc3j/?lang=pt>> acesso em 10 de novembro de 2024

PEREIRA, V.; BRITO, T.; PEREIRA, S. A feira-livre como importante mercado para a agricultura familiar em Conceição do Mato Dentro (MG). **Revista Ciências Humanas**, [S. l.], v. 10, n. 2, 2017. DOI: 10.32813/rchv10n22017artigo6. Disponível em <<https://www.rchunitau.com.br/index.php/rch/article/view/383>> Acesso em: 5 julho 2023.

ROVER, O. J; DAROLT, M.R. Circuitos Curtos de Comercialização como Inovação Social que Valoriza A Agricultura Familiar Agroecológica. **Darolt, Moacir Roberto; Rover, Oscar José Circuitos Curtos De Comercialização, Agroecologia e Inovação Social**, p. 19, 2021. Disponível em <[https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/229738/circuitos\\_curtos.pdf;sequence=1#page=19](https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/229738/circuitos_curtos.pdf;sequence=1#page=19)> acesso em 25 de maio de 2023.

RUIVO, P.; CARVALHO, J. Gestão de mercados de proximidade—O desafio de preparar o caminho. **Revista da UI\_IPSantarem**, p. 71-77, 2017 Disponível em <<https://revistas.rcaap.pt/uiips/article/download/14501/10887/45043>> acesso em 02 de junho de 2023.

SILVA, D.O. A feira livre de Cruz das Almas-BA: dinâmica espacial, planejamento e gestão municipal. Cruz das Almas/BA. UFRB, 2018. 136p. Disponível em: <[www.ufrb.edu.br/editora/titulospublicados](http://www.ufrb.edu.br/editora/titulospublicados)> Acesso em 20 de janeiro de 2023.

SILVA, R. M. A; NUNES, E. M. Agricultura Familiar e Cooperativismo no Brasil: uma caracterização a partir do Censo Agropecuário de 2017. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 61, n. 2, p. e252661, 2023. Disponível em <<https://www.scielo.br/j/resr/a/3CXmrG4vsSBBDDdRkmHYLw4n/>> acesso em 15 de novembro de 2024.

VIZOLLI, I; MENDES, A. N. Braça, Quadro e Tarefa: Um Modo de Efetuar Medida de Terras. **Vidya**, v. 36, n. 1, p. 69-78, 2016. Disponível em <https://periodicos.ufn.edu.br/index.php/VIDYA/article/view/1388> acesso em 15 de junho de 2024.