

FEIRANTE, CONSUMIDOR E GOSTO: OS CIRCUITOS DE PROXIMIDADE EM FEIRAS LIVRES DO ALTO JEQUITINHONHA, MINAS GERAIS

Alexandro Moura Araujo^{1*}, Eduardo Magalhães Ribeiro², Maria Sirlene da Cruz³; Julia Campos Rodrigues⁴

1. Mestrando em Administração – PPGAD/UFMS

2. Professor Titular do ICA/UFMG – Orientador

3. Mestranda do PPG em Sociedade, Ambiente e Território – UFMG/UNIMONTES

4. Discente em Engenharia Florestal - ICA/UFMG

Resumo

Este trabalho analisa a dinâmica do abastecimento alimentar nas feiras livres através da relação entre fregueses e feirantes. Para isso, aplicou questionários a 230 consumidores e 94 feirantes nas feiras livres de Chapada do Norte, Itamarandiba, Minas Novas, Turmalina e Veredinha, municípios do Alto Jequitinhonha, nordeste de Minas Gerais. Constatou-se que existe uma relação de proximidade entre produtores e clientes nas feiras livres, tanto nas vendas quanto nas relações sociais. As feiras livres pesquisadas se mostram também como indicadores de produção, uma vez que os consumidores, demonstrando a preferência e o gosto por certos produtos, indicam ao feirante as recomendações de produção, beneficiamento e apresentação, transformando o gosto em regulador do padrão alimentar; deste modo, o ato de abastecer se torna, simultaneamente, manifestação da soberania alimentar.

Palavras-chave: Circuitos Curtos; Segurança Alimentar; Agricultura Familiar.

Apoio financeiro: Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais (FAPEMIG).

Introdução

O Alto Jequitinha, a nordeste de Minas Gerais, conta com uma grande população de agricultoras e agricultores familiares. Produzem alimentos de forma variada, de acordo com as terras, a sazonalidade e as chuvas. Uma parte do produto excedente é escoado principalmente em feiras livres. Em 2005, 70,60% das famílias urbanas na região se abasteciam de produtos das feiras livres, além destas contribuírem com a dinamização da economia desses municípios (RIBEIRO, 2007).

A feira livre, de acordo com o (extinto) Ministério do Desenvolvimento Social, é um equipamento público de segurança alimentar. Para Darolt, Lamine & Brandemburg (2013), feiras livres fazem parte de uma tipologia denominada “circuitos curtos”, que se caracteriza pela relação de proximidade estabelecida entre o produtor e o consumidor, tendo no máximo um intermediário. As feiras livres são consideradas como de venda direta, porém, outros espaços fazem parte desse contexto, como as vendas na propriedade, em estradas, por exemplo. Aditando, Marsden, Banks e Bristow (2000) dividem os circuitos curtos em três categorias: o “Face-a-face”, quando clientes adquirem produtos diretamente de produtores, gerando a garantia da qualidade do produto; a “Proximidade espacial”, quando produtos são vendidos localmente sem a presença direta do produtor, podendo ser comercializados em outras redes, como supermercados, onde a origem do produto é informada; e os circuitos “Espacialmente estendidos”, onde produtos locais são comercializados fora da região em que foi produzido.

O presente estudo objetiva analisar as relações de proximidade estabelecidas entre feirantes e consumidores em feiras livres de cinco municípios do Território da Cidadania do Alto Jequitinhonha, em Minas Gerais. Buscou compreender as dinâmicas percebidas nessas relações mercantins, levando em consideração tanto as questões de rendas auferidas, quanto da construção enquanto espaço de trocas simbólicas.

Metodologia

O estudo, que se caracteriza como de natureza quali-quantitativa, foi desenvolvido com base na aplicação de questionários semiestruturados em feiras livres de cinco municípios situados no Alto Jequitinhonha, em Minas Gerais: Chapada do Norte, Itamarandiba, Minas Novas, Turmalina e Veredinha. Esses municípios têm forte presença de agricultura familiar e se caracterizam também pela criação de organizações de apoio a feirantes.

Para a realização das pesquisas nas feiras, inicialmente foram contatados os órgãos municipais responsáveis, associações de feirantes e de agricultoras (es) familiares e o Centro de Agricultura Alternativa Vicente Nica (CAV, ong que atua com as feiras da região), a fim de mobilizar feirantes e consumidores, divulgando as datas e os objetivos do estudo nas feiras.

Foram contados os frequentadores nessas feiras, e ao todo foram entrevistados 230 consumidores nas feiras livres, sendo 102 homens e 128 mulheres, representando em média 3% do total de frequentadores, variados em cada município pesquisado. De forma concomitante, foram também aplicados questionários aos feirantes dos municípios selecionados, sendo 9 feirantes em Chapada do Norte, 36 em Itamarandiba, 20 em Minas Novas, 19 em Turmalina e 10 em Veredinha. Esse quantitativo também levou em consideração a quantidade de bancas de vendas dispostas e os tipos de produtos vendidos nas feiras.

Para a análise das informações, foi realizado uma análise bibliográfica conceitual sobre os circuitos curtos (CC) (MARSDEN; BANKS; BRISTOW, 2000; DAROLT, LAMINE, BRANDEMBURG, 2013), com o intuito de se observar as relações de proximidade entre os sujeitos pesquisados, bem como os desdobramentos que

essas relações influem nas feiras livres.

Os dados e informações foram então agrupados e sistematizados por meio do aplicativo Microsoft Excel, sendo que os resultados serão apresentados a seguir.

Resultados e Discussão

Por meio das pesquisas realizadas nas feiras livres, observou-se que a mesma possui grande valor econômico e cultural. As feiras, além de se tornarem um atrativo semanal, onde participa uma considerável quantidade da população urbana, possibilita uma rotatividade financeira nas finanças municipais. Destacou-se o resultado da proporção das receitas; nos municípios as receitas mensais por feirante chegam perto de 2 salários mínimos; Itamarandiba a receita média é mais elevada: 3,38 salários mínimos mensalmente. As cinco feiras pesquisadas permitem que feirantes obtenham ganhos superiores ao salário mínimo (2018), assegurando aos agricultores rendas consideráveis, decorrentes do seu excedente produtivo.

Quanto a essa receita gerada por feiras livres, observou-se inicialmente a disposição de produtos nas bancas: mesmo com a maioria da produção dos feirantes sendo própria, vendendo os excedentes das suas lavouras, ou passando pela agregação de valor na indústria doméstica, a quantidade produzida é adaptada ao tamanho do mercado municipal. Por outro lado, uma vez que são comumente encontrados produtos de rápida maturação, como verduras e frutas, o risco é elevado. Por isso existem bancas consideradas “diversificadas”, isto é, aquelas em que vendem, por exemplo, verduras e produtos da indústria doméstica, como queijos, doces e rapaduras, os ganhos mostram-se relativamente maiores. O beneficiamento e agregação de valor aos produtos constituem a geração de maiores ganhos aos feirantes, o que faz com que a receita seja aumentada. A feira livre de Itamarandiba se mostrou como a que mais gera receitas, em média cinco vezes mais que as outras feiras pesquisadas. Nas feiras pesquisadas as bancas chamam atenção mais disposição da variedade de itens, do que pela quantidade unitária de produtos. Nesse sentido, observou-se que o princípio de comercialização nas feiras é o ideal de pauta alimentar culturalizado, produzindo-se a partir das demandas de gosto regional.

Analisando-se as feiras, percebe-se uma relação do tipo face-a-face entre feirantes e consumidores. Essa relação se torna ainda mais efetiva ao se observar que a maior parte da produção dos feirantes é própria, como mostra o quadro 1, com a presença de produção alheia bastante reduzida. Vale ainda lembrar que, segundo Ribeiro (2007), nas feiras dessa região a presença de intermediários é reduzida, sendo que o limite estabelecido para os CCs é de até um (1) terceiro nessa relação (MARSDEN *et al*, 2000). Por um lado, para 91% dos feirantes pesquisados, costumam sobrar produtos que não são vendidos nas feiras, sendo o principal destino o retorno para suas casas (71%). Mas os circuitos do tipo face-a-face se mostram renovativos também após as feiras livres, tendo em vista que, produtos que não escoam são vendidos pelos feirantes de forma direta na rua (13%), são trocados (3%), doados (33%), ou ainda, vendidos na propriedade (2%), além de destinados para o comércio urbano (15%) ou para programas governamentais (7%). Os circuitos espacialmente estendidos não se encontram nas feiras pesquisadas, tendo em vista que a produção se origina da própria comunidade, com relação direta entre consumidores e produtores.

Quadro 1. Caracterização das feiras livres a partir dos circuitos curtos (CC) pelos feirantes pesquisados, 2018

Tipo	Definição conceitual CC	Quantidade de feirantes pesquisados/município				
		Chapada do Norte	Itamarandiba	Minas Novas	Turmalina	Veredinha
Face-to-Face	Consumidor adquire diretamente do produtor; autenticidade e confiança	7 produção própria 1 produção alheia 1 produção mista	32 produção própria 4 produção mista	16 produção própria 4 produção mista	12 produção própria 7 produção mista	7 produção própria 3 produção mista
Prox. Espacial	Produção e venda local; informa-se o local de origem do produto	Comércio: 1 feirante Governo: 1 feirante	Comércio: 3 feirantes	Comércio: 3 feirantes Governo: 2 feirantes	Comércio: 5 feirantes Governo: 3 feirantes	Comércio: 1 feirante
Espacialmente Estendido	Produtos locais e identidade sendo comercializado fora da região de produção	Não se aplica	Não se aplica	Não se aplica	Não se aplica	Não se aplica

Fonte: Pesquisa de campo, 2018. Adaptado de Marsden, Banks e Bristow (2000).

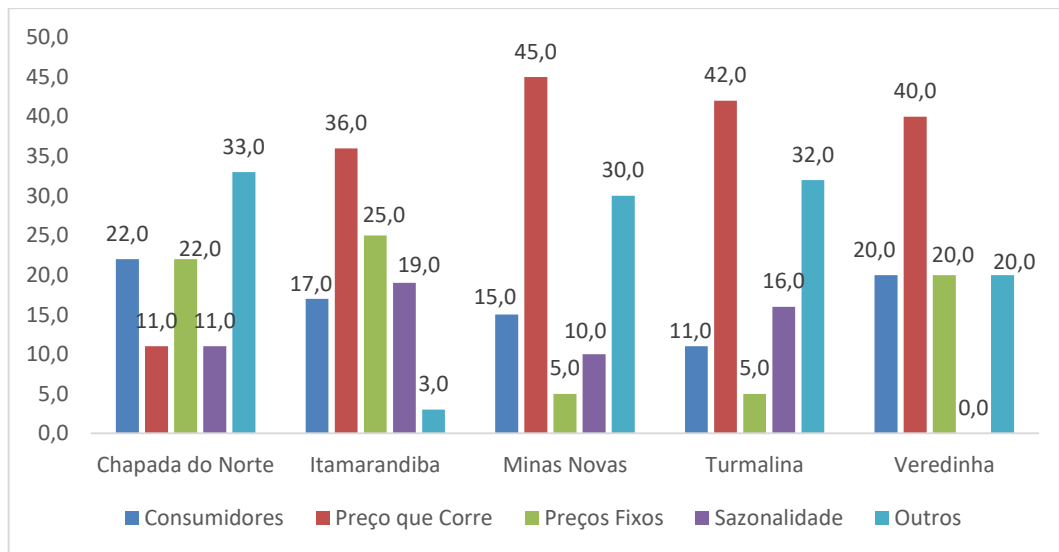
Observou-se que na maioria das bancas os feirantes vendem produtos próprios, mas com percepção de qualidade que se manifesta como fama e gosto, atributos lembrados pelos fregueses (RIBEIRO, 2007). Nas feiras pesquisadas, foram lembrados e reconhecidos pelos consumidores produtos como a rapadura da Santa, da comunidade de Gentio; a farinha da comunidade Salgadinho, em Itamarandiba, ou a de milho, de D. Hélio, da comunidade de Ribeirão dos Santos, entre outros, pelo produto considerado ideal em termos de textura, gosto, cheiro, entre outros. Esses atributos também refletem a relação imediata estabelecida entre o agricultor-feirante

com seus clientes, tendo em vista que este se adapta às exigências destes, a fim de ganhar o cliente e sua fidelidade. Nesse sentido, o “capricho” do feirante que qualifica o produto e se estende ao seu local de origem.

As relações de proximidade entre os sujeitos pesquisados podem ser observadas também nas avaliações que fazem os consumidores das feiras livres pesquisadas sobre os motivos que os influenciam na escolha dos produtos: a necessidade do “capricho” na produção de determinados itens (36), a “procedência” (10), a “fama” do feirante (6) e do produto (1), além de amizade e confiança (2), bem como outras características, como o preço, higiene e ausência de produtos tóxicos, entre outros. Nessa perspectiva, observa-se que os feirantes utilizam técnicas diferenciadas para produzir, de noção de qualidade e gosto ideal, variando conforme o local de produção e da preferência dos consumidores.

Outro ponto de destaque é a maneira como os costumes locais e a proximidade entre os consumidores e feirantes influem na formação de preços dos produtos na feira. Em Chapada do Norte, 22% dos feirantes ressaltaram que os preços são definidos a partir das conversas e negociações com os fregueses. Porém, em todos os municípios se mostrou como principal característica o “preço que corre” (PC) que é costumeiro nas feiras do Jequitinhonha, estabelecido levando em consideração a prática de outros feirantes, que consideram também a interferência dos fregueses na sua formação. Apenas nas feiras de Minas Novas e Turmalina os feirantes (5%) ressaltaram que estabelecem seus preços de forma fixa (PF), como mostra o Gráfico 1.

Gráfico 1. Formação de preços de produtos nas feiras livres pesquisadas, 2018.



Fonte: Pesquisa de campo, 2018.

As feiras livres nos cinco municípios pesquisados mostram sua importância na dinamização econômica e na cultura desses locais. Tendo certas dificuldades de inserção de produtos agrícolas familiares em mercados mais restritos, as feiras livres se tornam o principal canal de abastecimento alimentar regional, que é diferenciado entre os municípios. Seja pela disponibilidade de água, do acesso a terra, ou da cultura da comida, essas relações diretas entre produtores e consumidores mostraram que existe uma perpetuação da amizade, da confiança e da negociação pontual, que varia de acordo com o tipo de produto e do consumidor, gerando valor a partir da percepção subjetiva e comum dos fregueses.

Conclusões

O estudo, realizado nas cinco feiras livres do Alto Jequitinhonha mineiro, revelou que existem relações de proximidade entre consumidores e feirantes. Essa aproximação entre os dois sujeitos não se limitam apenas ao momento das vendas: fregueses interferem desde o momento da produção, onde os feirantes adaptam seus produtos a partir da percepção de valor, qualidade e gosto percebido pelos seus clientes, o que acabam tornando-os “famosos” na região, que os valorizam tanto pelo seu “capricho”, quanto pelo local em que esse produto é elaborado, e por fim, na formação dos preços. Além disso, observou-se que as feiras são sistemas curtos contínuos, visto que, ao final de cada feira, os produtos que não são escoados são vendidos na rua ou na sua propriedade, ou ainda doados (face-a-face). Por outro lado, parte dos feirantes também encaminha para supermercados e para programas governamentais, configurando-se, assim, como espacialmente próximos.

As feiras livres do Jequitinhonha, além de aproximarem feirantes e consumidores, por meio de circuitos de trocas econômicas, também sinalizam trocas simbólicas, isto é, as relações construídas entre os mesmos enriquecem o próprio dinamismo que é concernente as feiras, fortalecendo os vínculos de amizade e prosas. As feiras do Jequitinhonha abastecem a população urbana tanto em alimentos, quanto em relações sociais.

Destaca-se que uma presença de uma grande quantidade de agricultores (as) familiares na região de estudo. Certamente podem existir outros canais de comercialização curtas além das feiras, sendo necessário conhece-las e estimulá-las, a fim de se garantir políticas públicas voltadas ao abastecimento alimentar e apoio no acesso a mercados agroalimentares adaptados, observando-se as particularidades regionais.

Referências bibliográficas

DAROLT, M.R.; LAMINE, C.; BRANDEMBURG, A. A diversidade dos circuitos curtos de alimentos ecológicos: ensinamentos do caso brasileiro e francês. **Agriculturas**, v. 10, n. 2, p. 9, jun. 2013.

MARSDEN, T.; BANKS, J.; BRISTOW, G. Food Supply Chain Approaches: Exploring their Role in Rural Development. **Sociologia Ruralis**, v. 40, n. 4, 2000.

RIBEIRO, E. M. (org). **Feiras do Jequitinhonha: mercados, cultura e trabalho de famílias rurais no semiárido de Minas Gerais**. Fortaleza: Banco do Nordeste do Brasil, 2007.