

MERCADOS ALTERNATIVOS: UM ESTUDO SOBRE OS PRODUTORES DA FEIRA AGROECOLÓGICA DA UESB

JESUS. J. A. ¹; PESSÔA. M.O. ²; ALMEIDA, G. O. ³; OLIVEIRA. I. O. ³; PINA. L. V. ³; OLIVEIRA. L. A. ³;

¹ Tutor(a) do Grupo Peti-Desenvolvimento Regional. Email: josiasalves@uesb.edu.br

² Colaboradora do grupo Peti-Desenvolvimento Regional.

³ Peti-Desenvolvimento Regional, Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia-Uesb, campus de Vitória da Conquista.

RESUMO: Este trabalho tem o objetivo de apresentar os aspectos socioeconômicos dos feirantes da Feira Agroecológica da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia, localizada no município de Vitória da Conquista-Ba. Trata-se, portanto, de uma pesquisa de caráter quantitativo, a partir do método survey com aplicação de questionário e qualitativo com a revisão bibliográfica. Compreendemos a Feira Agroecológica como um mercado de trocas territorial e local, bem como institucional e público, pois está situada dentro de uma Universidade Pública. Concluímos com essa investigação que a Feira tem um impacto significativo na vida dos feirantes, contribuindo para fomentar a renda, bem como estabelecer uma troca simbólica, material, social e cultural.

Palavras-chave: Feira agroecológica; Mercado; UESB;

ALTERNATIVE MARKETS: A STUDY ON PRODUCERS AT THE UESB AGROECOLOGICAL FAIR

ABSTRACT : This study aims to present the socioeconomic aspects of the market vendors at the Agroecological Fair of the Southwest Bahia State University, located in the municipality of Vitória da Conquista, Bahia. This is a quantitative study, using a survey method with questionnaires, and a qualitative study with a literature review. We understand the Agroecological Fair as a territorial and local exchange market, as well as an institutional and public one, as it is located within a public university. We conclude from this research that the fair has a significant impact on the lives of market vendors, contributing to income generation and establishing symbolic, material, social, and cultural exchange.

Keywords: Agroecological fair; Market; UESB;



INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E DIREITOS HUMANOS: DESAFIOS ÉTICOS PARA O SÉCULO XX

Introdução

As feiras agroecológicas vêm ao longo dos anos ganhando cada vez mais espaço no cenário social brasileiro, guiadas por uma ideia de sustentabilidade, acesso a alimentos sem agrotóxicos e artesanais, e a partir de um consumo direto da agricultura familiar. Portanto, há nesses espaços uma troca material, cultural e simbólica das relações entre o produtor e o consumidor, ancorados em princípios de confiança, valorização do território e dos saberes locais, que articulam as esferas econômica, social e cultural.

Cabe situar que o movimento agroecológico surgiu em meados da década de 1950. Gomes e Assis (2013) destacam que seu surgimento se deu a partir de diversas críticas às implicações sociais, econômicas e ambientais que veio a reverberar no atual cenário brasileiro no século XXI. Dialogando com esse movimento surgiram as feiras agroecológicas e orgânicas; produtos da agricultura familiar para manutenção de renda do produtor e para os consumidores adeptos a uma filosofia de vida saudável, que estamos entendendo aqui como mercados de troca.

Nesse sentido, é importante salientar que a ideia de mercado tratada neste trabalho não é do tipo da compreensão economicista, mas entendendo-o como um espaço geográfico de trocas de produtos e mercadorias tanto do ponto de vista material como simbólico. Assim, Schneider (2016, p.95) destaca que:

Os mercados fazem parte dos processos sociais de produção e reprodução das atividades econômicas e das unidades familiares, influenciam a vida das pessoas, os seus valores e sua cultura, moldam e modificam instituições e são motivos para conflitos, protestos e disputas.

Dessa maneira, os mercados de troca simples ou complexas estão presentes nas vidas dos indivíduos, possibilitando intercâmbios culturais, sociais, políticos e econômicos orientados por uma reciprocidade. Ademais, de acordo com Schneider (2016), ainda na Idade Média configurou-se o terceiro espaço de troca de produtos, as feiras. Estas passaram a ser sinônimo dos mercados, e a própria denominação de 'ir à feira' passava a ter a conotação de 'ir ao mercado'" (Schneider, 2016, p. 98).

Ainda de acordo com Schneider (2016), existem quatro classificações de feiras úteis a sua análise enquanto fenômeno que são: feiras são mercados de proximidade, mercados locais e territoriais, mercados convencionais e mercados públicos e institucionais.(p.127). O objeto de análise deste trabalho está inserido no contexto dos mercados locais e territoriais, que podem ser entendidos como “mercados em que as trocas passam a ser monetizadas e se configura uma

situação de intercâmbio cada vez mais orientada pela oferta e demanda” (Schneider, 2016, p. 123). Por sua vez, tem também a especificidade cruzada de ser entendida como partícipe da categoria de mercados públicos e institucionais, que são definidos como “espaços de troca em que o principal agente passa a ser o Estado ou algum organismo público (um exemplo é Programa Mundial de Alimentos da ONU) ou alguma organização pública não governamental.” (Schneider, 2016, p. 125).

Afinal, por que definir a conceituação referente a esses mercados? Se faz necessária a definição posto que o mercado local e territorial está inserido em uma dimensão de oferta e demanda marcados por uma economia mercantil simples; além disso, “(...) a reciprocidade e o interconhecimento passam a coexistir com outros dispositivos mistos e justapostos, como preços e concorrência.” (Schneider, 2016, p. 124). Por sua vez, os mercados públicos e institucionais, são efetivamente, o resultado de uma construção social e política. Assim como afirma Schneider (2016, p. 125):

[...] eles são criados para atender a demandas, como a alimentação escolar ou compras de produtos para cestas básicas, ou ainda atender a equipamentos públicos como hospitais, sendo que seu funcionamento pode ser feito mediante o controle mais ou menos aberto.

Todavia, cabe compreender a Feira Agroecológica mercado institucional, pois está situada em um espaço público universitário. Ela acaba se tornando uma política pública com fortes impactos tanto para os produtores em termos de renda, como para a comunidade da Uesb, em termos de qualidade de vida com o consumo de produtos agroecológicos.

Por fim, o presente resumo tem o objetivo de apresentar a dimensão socioeconômica dos produtores da Feira Agroecológica da UESB, localizada na cidade de Vitória da Conquista, no interior do sudoeste baiano.

Método

A pesquisa sobre a Feira Agroecológica foi realizada com o intuito de identificar seus impactos socioeconômicos. Para tanto, foi aplicado presencialmente um questionário pelos membros do PETI Desenvolvimento Regional com os 23 feirantes participantes entre os dias 11 e 18 de julho, sendo essas as únicas datas de coleta. O questionário foi estruturado contendo 25 questões, havendo apenas uma pergunta subjetiva referente ao nome da pessoa jurídica (caso a razão social fosse CNPJ). Os dados



INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E DIREITOS HUMANOS: DESAFIOS ÉTICOS PARA O SÉCULO XX

coletados foram tratados e organizados por meio de planilha no Excel para um posterior cruzamento das informações obtidas.

Desta forma, o trabalho corresponde ao uso de survey, que, conforme Gil (2008) é um dos principais entre pesquisas de natureza quantitativa. Os dados primários coletados a partir do questionário de múltipla escolha viabilizou uma padronização das respostas, possibilitando a análise dos dados por estatística descritiva. A estratégia oportunizou o levantamento de informações sobre o perfil socioeconômico dos comerciantes da Feira Agroecológica e, para a discussão dos resultados, utilizou-se de revisão bibliográfica e análise sócio-histórica-cultural, culminando numa interpretação de caráter qualitativo.

Resultados e Discussão

Dos 23 comerciantes, há uma predominância do gênero feminino, sendo 16 feirantes mulheres e 7 homens; sendo que a maioria atua como pessoa física (65,2%). Quanto à origem da produção, 10 comerciantes possuem produção própria, enquanto 8 possuem produção mista (própria e de terceiros). Esses dados demonstram que a origem da produção dos produtos comercializados na Feira Agroecológica apresenta um equilíbrio entre ser do próprio produtor e a aquisição de produtos de terceiros.

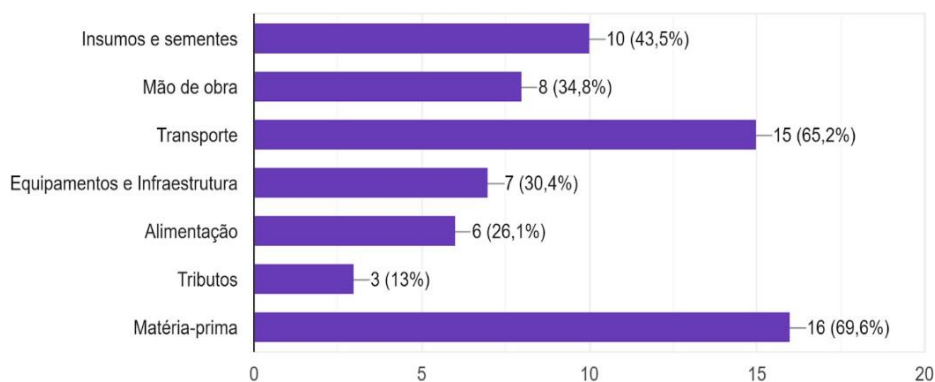
Quanto à modalidade de produção, percebe-se que a convencional representa 52,2% e a modalidade agroecológica 30,4%, já a que teve menor porcentagem foi orgânica não certificada 13%. Conquanto, aos produtos comercializados 73,9% são artesanais, 17,4% são produtos agrícolas e 8,7% são produção de pequena indústria. Nesse aspecto, os dados revelam que a Feira tem uma diversidade de produtos, embora possua mais de 70% de produção artesanal. Por sua vez, 90% da produção é local, oriunda do próprio município de Vitória da Conquista, correspondendo a 21 produtores. Esses fatores reforçam a importância da Feira Agroecológica como estratégia comercial para produtores do município.

No que se refere ao espaço de produção, o equivalente a 16 pessoas, a maioria, não possuem um estabelecimento de atuação. Deste total, 14 responderam que produzem em sua própria residência, totalizando 61%. Cabe dizer que 17,4% são produtores residentes no campo e que a mesma proporção de pessoas dizem produzir em outros espaços. É importante destacar que mais de 65% dos entrevistados informaram que atuam de forma solitária na produção.

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E DIREITOS HUMANOS: DESAFIOS ÉTICOS PARA O SÉCULO XX

Fator de extrema importância para a realidade dos feirantes são os gastos na produção. Conforme foi identificado na pesquisa, os maiores custos dizem respeito a matéria prima, compondo 69,6% do investimento. Em seguida, destacam-se os custos com transporte (62,2%) e insumos e sementes (43,5%), tal como pode ser identificado no Gráfico 1 abaixo. Os dados evidenciam, portanto, que os principais desafios financeiros concentram-se nos elementos diretamente vinculados à manutenção e operacionalização da atividade produtiva.

Gráfico 1: Principais gastos dos (as) feirantes



Fonte: Elaboração própria.

Em relação ao custo mensal de produção, a maioria dos comerciantes (60,8%) investem até R\$1.000,00 na produção, sendo que a metade dessa proporção investe menos de R\$500 (30,4%). Uma minoria dos produtores (17,4%) declararam ter custos superiores a R\$1000,00, mas 21,7% afirmaram ter despesas mensais maiores que R\$2000,00. Assim, vê-se que, embora haja uma diversidade de valores, a maior parte dos comerciantes mantém custos relativamente baixos. Ademais, ao analisar os principais gastos relacionados à comercialização, observa-se que o transporte representa a maior parcela (34,8%), pois mais de 90% dos participantes comercializam os seus produtos em outros espaços além da Feira Agroecológica. Segundo estes, mais de 68% dos produtos são comercializados em feiras ou em mercado público, evidenciando que a logística é um dos fatores mais onerosos e indispensáveis para a etapa de comercialização.

No que diz respeito à periodicidade, os resultados demonstram que mais de 90% dos comerciantes participam desta Feira em todas as semanas do mês. Porém, mesmo com a frequência constante, o faturamento semanal levantado indica que os ganhos são baixos, pois cerca de 78,2% declaram faturar entre R\$150,00 e R\$300,00 por semana. Apenas 17,4% dos entrevistados alcançam rendimento superam esse valor, e somente 4,3% afirmaram obter um



INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E DIREITOS HUMANOS: DESAFIOS ÉTICOS PARA O SÉCULO XX

faturamento superior a R\$600,00. Portanto, apesar da participação desses comerciantes ser assídua, haja vista que a Feira é realizada frequentemente uma vez por semana (às sextas feiras), o retorno financeiro para a maioria é limitado.

Segundo o público entrevistado, as vendas se concentram na segunda semana do mês, atingindo 56,5%. Este fenômeno se relacionaria ao recebimento de salários e benefícios sociais que flexibilizava o interesse do consumidor. Cabe observar que 47,8% dos comerciantes responderam que a feira compõem até 25% do seu faturamento total, ou seja, servindo como renda complementar. Por outro lado, mais de 50% dos participantes têm um faturamento entre 26% a 100% da Feira Agroecológica, sendo um espaço essencial para sua manutenção financeira.

Por fim, os dados revelam que mais de 70% dos participantes da Feira definem a precificação do produto de acordo com os custos de produção. Poucos utilizam-se da concorrência ou da média dos valores dispostos na feira para precificar os seus produtos. Portanto, importa mais aos produtores os gastos auferidos com a produção. E ainda é válido ressaltar que mais de 90% dos comerciantes não têm acesso a crédito, o que confere uma limitação em investimentos na infraestrutura produtiva e nos retornos positivos que poderia proporcionar.

Conclusões

O presente trabalho buscou identificar e descrever as principais características da Feira Agroecológica realizada periodicamente na UESB. De acordo com os dados levantados, constata-se que a Feira é um espaço de mercado territorial, local e institucional, constituindo-se como um espaço tradicional e estratégico na Universidade para comerciantes e consumidores. Sobretudo, os dados revelaram que a realização da Feira tem um impacto significativo no fomento à renda dos feirantes.

Uma característica notória identificada foi o fato de que, para precificar seus produtos, os produtores levam em consideração seus gastos com a produção e não a concorrência, podendo levar a estimar que há mais laços de reciprocidade entre os feirantes do que de concorrência aberta. Neste sentido, este modelo de feiras agroecológicas constitui-se como uma importante política pública na medida em que permite que pessoas/comerciantes possam transacionar seus produtos em espaços alternativos, visto que não teriam condições de arcar com custos elevados para participar de feiras tradicionais, nas quais os custos logísticos.

Deve-se ponderar que uma das limitações enfrentadas pela presente pesquisa foi em relação aos clientes que consomem nestes estabelecimentos. Como etapas subsequentes pretende-se ampliar esta pesquisa buscando caracterizar também o público que demanda este tipo de atividade para que possamos estabelecer conexões e identificar obstáculos acerca da estrutura de funcionamento da Feira.

Agradecimentos

O Programa de Educação Tutorial Institucional-PETI é uma política pública educacional, financiada pela própria Universidade (UESB), que incentiva atividades extracurriculares e visa promover a capacidade crítica do (a) estudante por meio de uma formação ampla e de qualidade dos (as) estudantes da graduação, a princípio, o nosso campo de estudos e pesquisas, é na área do Desenvolvimento Regional, compreendendo e valorizando territórios de identidades no estado da Bahia.

Agredecemos os feirantes da Feira Agroecológica por aceitar participar da pesquisa. A Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia- UESB. A Prograd pela concessão de bolsas para as (os) petianas (as). A Josias Alves de Jesus e a Marcela de Oliveira Pessôa, pela tutoria e incentivo na elaboração deste trabalho.

Referências

- GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- GOMES, João Carlos Costa; ASSIS, William Santos de. **Agroecologia: princípios e reflexões conceituais**. Brasília, DF: Embrapa, 2013.
- OLIVEIRA, J. B. de et al. Feiras agroecológicas no Brasil: uma revisão de escopo da produção científica e suas contribuições para a sustentabilidade e os sistemas alimentares locais. **Contribuciones a las Ciencias Sociales**, [S. l.], v. 18, n. 8, e20457, 2025.
- SCHNEIDER, Sergio. **Mercados e agricultura familiar**. [S. l.]: [s. n.], 2016. Disponível em: <https://biblioteca.unisced.edu.mz/bitstream/123456789/2676/1/Mercados%20e%20Agricultura%20Familiar.pdf>. Acesso em: 29 set. 2025.