



FEIRAS INSTITUCIONAIS E MERCADOS LOCAIS: o caso da feira da Universidade Federal do Pará

INSTITUTIONAL FAIRS AND LOCAL MARKETS: the case of the Federal University of Pará fair

Jean Michel Silva Gualdez¹
Luís Mauro Santos Silva²
Iris C. S. Rodrigues³
Luiz Carlos Neves da Fonseca⁴

Área Temática 4: Agroecologia, Agricultura Familiar Camponesa e Soberania Alimentar
Modalidade: Artigo Científico

Resumo

Os circuitos curtos de comercialização são movimentos que buscam a revalorização dos mercados regionais, contrapondo-se ao sistema agroalimentar globalizado. Nesse contexto, as feiras institucionais vêm sendo apoiadas por Instituições de Ensino Superior (IES) como espaços mais democráticos de comercialização e aprendizagem. O artigo buscou identificar as iniciativas de feiras institucionais e analisar contribuições da feira da agricultura familiar da Universidade Federal do Pará, na renda das famílias e na construção de mercados locais. Como ferramentas utilizamos a pesquisa bibliográfica e documental, observação não participante e entrevistas semiestruturadas, aplicadas às famílias feirantes e aos representantes institucionais. O processo de constituição da feira da UFPA mostra-se sem uma lógica organizacional clara, o que reflete diretamente na consolidação desse espaço. A institucionalização é necessária para que a feira de fato se constitua em um programa de extensão, tal como outras experiências em nível nacional. Apesar disso, essa iniciativa já cumpre um importante papel para o fortalecimento dos mercados locais, contribuindo diretamente na renda dos feirantes, além de ser uma ação estratégica na divulgação de produtos de base agroecológica.

Palavras-Chave: Circuito Curto; UFPA; Agricultura Familiar; Projeto de Extensão.

Abstract

The short marketing circuits is a movement that seeks to revalue regional markets in opposition to the globalized agro-food system. Inserted in this context, we have institutional fairs, which have been supported by higher education institutions as more democratic spaces for commercialization and learning. The article sought to identify institutional fair initiatives and analyze the contributions of the family farming fair at the Federal University of Pará to family income and the construction of local markets. As tools we used bibliographical and documental research, non-participant observation and semi-structured interviews, applied to the fairground families and institutional representatives. The process of setting up the UFPA fair shows itself without a clear organizational logic, which directly reflects on the consolidation of this space. Institutionalization is necessary for the fair to actually become

¹ Mestre em Agriculturas familiares e desenvolvimento sustentável MAFDS/PPGAA/UFPA; jean.gualdez@hotmail.com

² Professor efetivo da UFPA/INEAF/PPGAA e FACDES. E-mail: lmsilva2012@gmail.com

³ Bacharel em Desenvolvimento Rural FACDES/INEAF/UFPA; E-mail: irisilvarr@gmail.com.

⁴ Doutorando do PPGAA/INEAF/UFPA; E-mail luizneves.agro@gmail.com



an extension program, like other experiences at the national level. Despite this, this initiative already plays an important role in strengthening local markets, contributing directly to the income of the stallholders, in addition to being a strategic action in the dissemination of agroecologically based products.

Key words: Short Circuit; UFPA; Family farming; Extension project.

1. Introdução

O último censo agropecuário, realizado no Brasil, indicou o registro de mais de cinco milhões de estabelecimentos agrícolas (IBGE, 2017). Desse total, 3,8 milhões praticam a atividade agrícola com emprego da mão de obra familiar, isso significa 77% do total de estabelecimentos e 80,9 milhões de hectares, sendo responsáveis por 23% de toda a produção agrícola do país.

Apesar da importância atribuída ao grupo social, a atividade agrícola familiar sofre com o processo histórico de marginalização e desvalorização socioeconômica mediante a consolidação de mercados agroalimentares inseridos na lógica da agricultura capitalista (rede de empresas fundamentada no modelo agroexportador) e industrial (que prioriza produções em larga escala) (PLOEG, 2008).

A constituição desses mercados globalizados passa a exercer pressão sobre as formas de organização produtiva e comercial da agricultura familiar, o que, de certa forma, fragilizou “inúmeras produções alimentares locais; distanciou produtores de consumidores, ampliando as cadeias de distribuição [...]” (DAROLT; ROVER, 2021, p. 20), consequências atribuídas às exigências produtivas especializadas e da distribuição em escalas superiores à realidade do contexto familiar.

Para Darolt e Rover (2021), essa realidade social tem estimulado o surgimento de diferentes redes agroalimentares com dinâmicas de abastecimento regional, que incorporam, dentre outras características, a garantia de alimentos com preços justos e com qualidade, e que consolidam a permanência das famílias no campo.

Destaca-se um crescimento considerado de iniciativas e fortalecimento dos Circuitos Curtos de Comercialização – CCC, um movimento baseado na implementação de políticas públicas para revalorização dos mercados regionais, reaproximação do produtor com o consumidor final e disseminação da lógica dos povos do campo.



A consolidação desses novos mercados está associada, especialmente, com a implementação de um conjunto de políticas direcionadas ao combate à pobreza e à promoção do desenvolvimento rural, além de oportunizar o fortalecimento dos princípios da produção de base agroecológica⁵ (DAROLT, 2013). Além disso, a inserção de famílias nos CCC deve ser estimulada como um princípio de adesão às políticas públicas regionais, de forma a garantir o acesso à terra, condições e tecnologias para o desenvolvimento sustentável e a comercialização da produção familiar (BITTENCOURT, 2002).

No contexto dos mercados locais, estão inseridas iniciativas como: Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE) e Programa de Aquisição de Alimentos (PAA), grupos de consumo consciente, as feiras temáticas (agroecológicas, orgânicas, agricultura familiar etc.), e mais recentemente as feiras institucionais realizadas no âmbito das Instituições de Ensino Superior – IES.

Além da iniciativa dos projetos que valorizam a produção agrícola familiar, as IES vêm apoiando e apostando na criação de feiras temáticas como espaços mais democráticos de comercialização, consumo e aprendizagem, como o caso da feira da agricultura familiar da Universidade Federal do Pará – UFPA, *campus* Belém, que apesar de recente, demonstra um retorno promissor à sociedade e aos envolvidos.

A UFPA é uma das maiores instituições de ensino público do Brasil, considerada a maior da Amazônia. Essa Instituição de Ensino Superior – IES foi criada 1957 por meio da Lei nº 3.191, a qual tem como princípio fundamental a integração das funções de ensino, pesquisa e extensão. Atualmente, possui mais de 40.000 (quarenta mil) estudantes matriculados, distribuídos em diversos cursos de graduação, mestrado e doutorado, incluindo os programas de pós-graduação nos 12 *campi* do interior do Estado (UFPA, 2006; 2022). Cabe ressaltar que o *campus* Belém da UFPA situa-se em uma zona da periferia, estando no entorno de bairros populares.

O projeto de extensão da feira da agricultura familiar do *campus* Belém é realizado desde 2015 nas dependências da UFPA e concentra mais de 30 famílias que comercializam diversos alimentos e produtos. O projeto envolve unidades acadêmicas das mais variadas áreas

⁵ A produção agroecológica se caracteriza pela adoção de técnicas produtivas ecológicas como exclusão de agrotóxicos e manejo ecológico do solo. Esse modelo agrícola deriva do movimento da agroecologia.



do conhecimento que, tomam a iniciativa como uma oportunidade pedagógica para o ensino dos acadêmicos. Também, envolve diretamente agricultores familiares de diferentes localidades da região metropolitana de Belém e nordeste do estado do Pará.

Dessa forma, o artigo buscou identificar iniciativas de feiras institucionais no território brasileiro, bem como analisar contribuições da feira da agricultura familiar da Universidade Federal do Pará, *campus* Belém, na renda das famílias e na construção de mercados locais.

2. Circuitos curtos de comercialização e feiras temáticas

Circuitos Curtos de Comercialização – CCC – são movimentos baseados na implementação de políticas públicas para revalorização dos mercados regionais, reaproximação do produtor com o consumidor final e a disseminação da lógica dos povos do campo. Esse modelo de mercado pode ser compreendido como alternativa viável para a agricultura familiar e estratégico por dispor oportunidades de comercialização de alimentos (DAROLT, 2013) produzidos por diferentes grupos familiares.

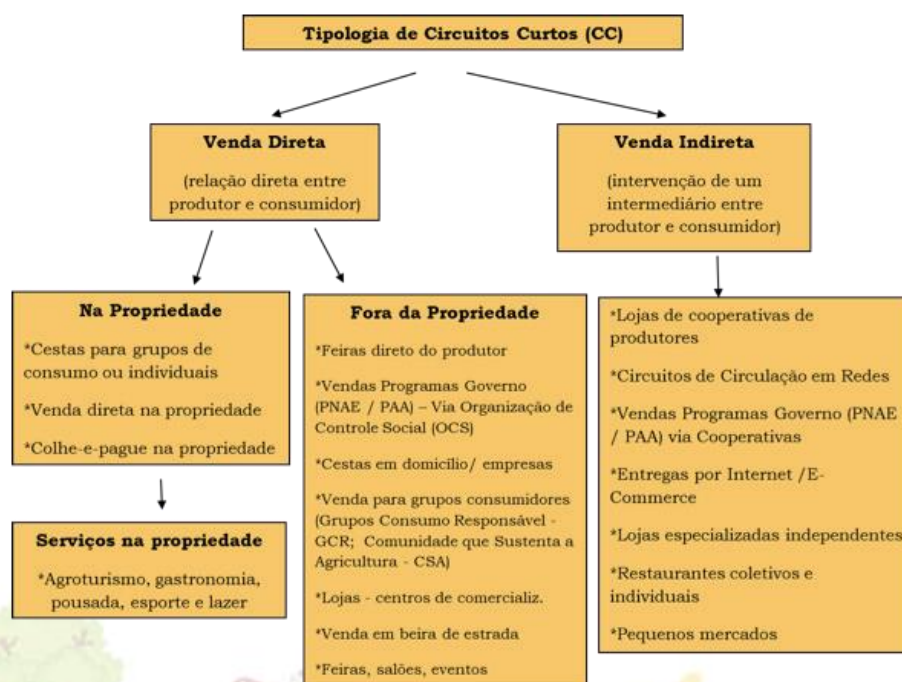
No Brasil, a definição dos CCC tem sido adotada com fortes influências francesas, considerando-se a participação de um intermediário entre produtor e consumidor. Bava (2012) apresenta uma definição ampla, afirmando que os CCC como modelos de mercados locais ou regionais priorizam, entre outras características,

[...] a busca pela aproximação entre os locais de produção e consumo; a utilização de mão de obra do território; a maior participação dos atores sociais nos processos de decisão política; o maior cuidado com o meio ambiente do lugar em que vivem (BAVA, 2012, p.181).

Darolt (2013), inclui os CCC sob a perspectiva de dois modelos (Figura 01). O primeiro refere-se as vendas indiretas que permite a intervenção de um intermediário entre o produtor e o consumidor final, a exemplo das lojas virtuais, pequenos mercados, lojas de cooperativas e especializadas. O segundo modelo trata das vendas de forma direta, ou seja, não há intervenção do intermediário. Esse modelo de CCC está dividido ainda em vendas direta na propriedade (grupos de consumo consciente e venda na propriedade) e as vendas diretas fora da propriedade. Para este último caso, pontuam-se as cestas em domicílio, programas governamentais como PAA, PNAE, e feiras agroecológicas, sendo os dois últimos exemplos os mais adotados no Brasil por agricultores de base agroecológica (MODEL; DENARDIN, 2014).



Figura 01: Tipos de circuitos curtos de comercialização de alimentos orgânicos e agroecológicos, segundo a tipologia apresentada por Darolt e Rover (2021).



Fonte: Darolt e Rover, 2021.

Esses circuitos têm crescido, consideravelmente, nos últimos anos em nível global, sendo um movimento construído com a participação de diferentes segmentos da sociedade civil, bem como com a participação e incentivo das instituições públicas em todo o território nacional (DAROLT; ROVER, 2021).

Schimitt e Guimarães (2008) enfatizam que os mercados institucionais são considerados meios de comercialização direta para o consumidor final. Esse recente formato de comercialização estabelece a compra de alimentos produzidos de forma agroecológica através da agricultura familiar, a negociação é feita diretamente com os agricultores ou por meio das representações, nesse caso associações e/ou cooperativas.

Darolt (2013), Bava (2012) e Schimitt e Guimarães (2008) defendem a ideia de que esses mercados, por meio de seu processo histórico de construção, valorizam aspectos sociais, como saberes, práticas, cultura local, fortalecimento da articulação de grupos e representações,



a exemplo das feiras agroecológicas, cooperativas de consumo e a entrega direta de cestas de alimentos que reforçam as iniciativas coletivas e de organização social da agricultura familiar.

No contexto dos CCC, enfatiza-se o recente movimento de instauração das feiras temáticas, como espaços democráticos e que buscam ressignificar o processo de comercialização de produtos alimentícios, bem como os não alimentícios.

As feiras temáticas podem ser denominadas de feiras agroecológicas ou de produtos agroecológicos, feiras orgânicas ou de produtos orgânicos, feira do produtor rural, da reforma agrária, da agricultura familiar ou as chamadas “feirinhas” agroecológicas, como mencionam Machado e Machado Filho (2014, p. 68). Esses espaços, de maneira geral, têm como característica a busca pela (re)aproximação dos consumidores e comerciantes, que no caso de feiras da agricultura familiar, também, são produtores dos alimentos comercializados.

À luz do que explica Godoy (2005), as feiras livres convencionais dispõem da utilização intensiva da mão de obra familiar, de uma forma desorganizada, enquanto as feiras tematizadas representam uma trajetória e lógica de funcionamento relacionada aos aspectos de vida dos agentes envolvidos, prevalecendo dessa forma diferentes objetivos que vão além do comercial.

Vale destacar que esses espaços têm papel fundamental na consolidação econômica, social, ambiental e cultural para a agricultura familiar, sendo um espaço público, justo do ponto de vista econômico e diversificado no entendimento dos consumidores (GODOY, 2005). Corroborando com o exposto, De Sousa (2004) destaca que a diversificação observada nos espaços de feiras é marcada pela presença de alimentos, desde os mais simples (*in natura* como hortaliças, legumes, verduras e frutas), aos produtos sofisticados (alimentos processados e beneficiados; artesanatos, cosméticos e produtos fitoterápicos) que buscam atender a uma demanda específica do público consumidor.

Esse recente processo de criação de feiras temáticas tem sido apoiado por diferentes Instituições de Ensino Superior – IES, em diferentes regiões do Brasil. Diversas instituições de ensino adotaram a prática como um processo de extensão e diálogo com a sociedade, oportunizando a criação de feiras em ambientes acadêmicos como um espaço de consumo e aprendizado, mas também na perspectiva de aprimoramento de estudos sobre o tema.

Por outro lado, alguns espaços acadêmicos mostram-se resistentes em assumir o papel vinculado, na maior parte, aos movimentos sociais que buscam aprimorar seus espaços de



direito. Lima (2021) associa esse embate ao fato de esses territórios terem sido “historicamente, institucionalizado para servir à elite econômica e intelectualizada.”

Por outro lado, muitos educadores e educandos nas universidades públicas têm buscado novas orientações para o ensino superior no país, na perspectiva de ir ao encontro dos interesses daqueles que foram socialmente excluídos, mas que fazem parte de um elo fundamental no tecido social (LIMA, 2021, p. 166).

Iniciativas que integram os CCC, como as feiras temáticas em IES, surgem como alternativas em resposta às crises socioambientais. No contexto da transição agroecológica, essas iniciativas minimizam as práticas convencionais e são alternativas para o abastecimento alimentar da população. Não se trata de uma novidade, mas sim do processo de disseminação de tais iniciativas que acabaram por se modernizar mediante as distintas realidades digitais e novos formatos de organização, elementos estes que contemplam as condições produtivas e formas organizacionais específicas da população rural e periurbana (DAROLT; ROVER, 2021).

2. Metodologia

2.1 Um pouco sobre a feira da agricultura familiar na UFPA

A Feira da Agricultura Familiar da Universidade Federal do Pará, *campus* Belém, é resultado de um processo de articulação do grupo de trabalho da Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares e Economia Solidária – ITCPES vinculado ao Instituto de Ciências Sociais e Aplicada – ICSA, e demais representações da Universidade. Esse espaço foi, inicialmente, organizado com a perspectiva de contribuir com o processo de comercialização das famílias agricultoras, as quais mantinham relação com os grupos de trabalhos da UFPA.

A primeira edição da feira foi realizada em 2015. O evento acontece quinzenalmente, no complexo cultural do Vadião⁶, às margens do Rio Guamá, nas dependências do *Campus* Belém (Figura 03), e é realizado sempre na primeira e terceira sexta-feira de cada mês, com exceção dos meses de férias (janeiro e julho). As vendas iniciam às 8h da manhã e terminam às 13h, e as famílias começam a chegar antes das 6h para iniciar o descarregamento dos alimentos e produtos. Muitos viajam horas para chegar ao local e assim vão dando vida a mais um dia de feira (GUALDEZ, 2021).

⁶ Nome atribuído ao espaço de realização de eventos, localizado no território da cidade Universitária.



Atualmente, a feira da UFPA é composta por mais de 35 famílias agricultoras, que residem em 15 diferentes municípios do estado, concentrados em sua maioria na região metropolitana de Belém. Entre os municípios estão Santa Isabel, Santa Barbara e Castanhal, distantes 35, 40 e 70 km de Belém, respectivamente.

Além da feira da UFPA, as famílias participam de outras redes de comercialização incorporadas na lógica dos CCC. A maioria são feiras temáticas, idealizadas na perspectiva de oferecer aos consumidores alimentos de qualidade e produzidos de forma agroecológica. Esses espaços, se concentram na região metropolitana de Belém, nos municípios de Marituba, Santa Isabel, Vigia de Nazaré, Santa Bárbara, e na própria cidade de Belém.

2.2 Procedimentos metodológicos

A pesquisa que deu origem a esse texto tem enfoque na abordagem qualitativa (MINAYO, 2001), sendo uma análise exploratória, com procedimentos voltados ao estudo de caso, os quais consistem em investigações de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento (GIL, 2010).

A coleta de informações ocorreu entre 2019 e 2020, com as primeiras imersões no espaço da feira da agricultura familiar da Universidade Federal do Pará - UFPA, *Campus Belém*. Para embasamento das reflexões nos baseamos no levantamento bibliográfico e na pesquisa de campo. Assim, realizamos o levantamento de informações através de consultas em livros, artigos, revistas, sites e periódicos, e pesquisa documental que buscou agregar informações acerca do histórico de criação da feira e registros dos últimos cinco anos.

Para a elaboração do mapeamento das feiras a nível nacional, utilizamos de visitas em sites institucionais, noticiários e páginas jornalísticas, o que resultou em uma extensa lista de fontes consultadas.

Concomitante, realizamos entrevistas semiestruturadas (GIL, 2010), com auxílio de roteiro, que foram aplicadas a dez agricultores familiares representantes de cada família, em diferentes edições da feira, a fim de compreender o protagonismo de cada qual enquanto participante desse mercado local.



Um segundo roteiro também foi aplicado à quatro representantes institucionais da UFPA (professores e técnicos administrativos) que participaram do processo de construção da feira ou mantinham algum vínculo com o evento.

As entrevistas foram gravadas transcritas em sua integridade com auxílio de aplicativo digital para essa atividade. A transcrição, conforme descreve Minayo (2001), é um procedimento metodológico capaz de auxiliar na interpretação das falas, que muitas das vezes não são capazes de serem percebidas no momento da entrevista.

3. Resultados e discussão

3.1 Algumas iniciativas de feiras institucionais no Brasil

O crescente processo de criação de feiras temáticas em espaços institucionais se intensificaram nos últimos anos. O mapeamento dessas iniciativas foi sistematizado, em parte, pelo Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor - IDEC que, desde 2012, vem registrando iniciativas de feiras agroecológicas e orgânicas, em todo o território nacional, através de um site elaborado a partir da campanha “Brasil Saudável e Sustentável” em parceria com o Ministério do Desenvolvimento Social - MDS (IDEC, 2017).

O IDEC mapeou 773 iniciativas de feiras temáticas em todo o território nacional, no período entre 2015 e 2020, sendo a maioria feiras de produtos orgânicos ou agroecológicos. Os registros indicam que o Sudeste (36,7%) mantém o maior número de iniciativas, seguido das regiões Sul (26,9%), Nordeste (23,9%), Centro-Oeste (7,6%) e Norte (4,9%), sendo Tocantins e Pará os estados com as maiores concentrações do Norte (IDEC, 2017).

No estado do Pará, especialmente em Belém, é possível observar a proliferação de feiras temáticas realizadas em espaços específicos, como as feiras de produtos orgânicos da praça Batista Campos, praça Brasil e Shopping Grão Pará (SANTOS et al., 2017). Outros exemplos são as iniciativas de empresas privadas e sociedades de economia mista como a “feirinha” de produtos orgânicos do banco da Amazônia - BASA e feira do parque Estadual do Utinga (GADELHA, 2018), que ocorrem ocasionalmente.

Nesse contexto, enfatiza-se um mapeamento inicial que aponta diferentes iniciativas de projetos de extensão e feiras institucionais realizadas em ambientes das IES, a nível nacional (Figura 02). Sob diferentes fontes, detectamos 48 feiras institucionais, nas cinco regiões do



Brasil. Dentre essas, Nordeste (17) e Sul (12) concentram o maior número de iniciativas em IES, mas acreditamos que esse quantitativo seja ainda maior se considerarmos as experiências não sistematizadas na literatura.

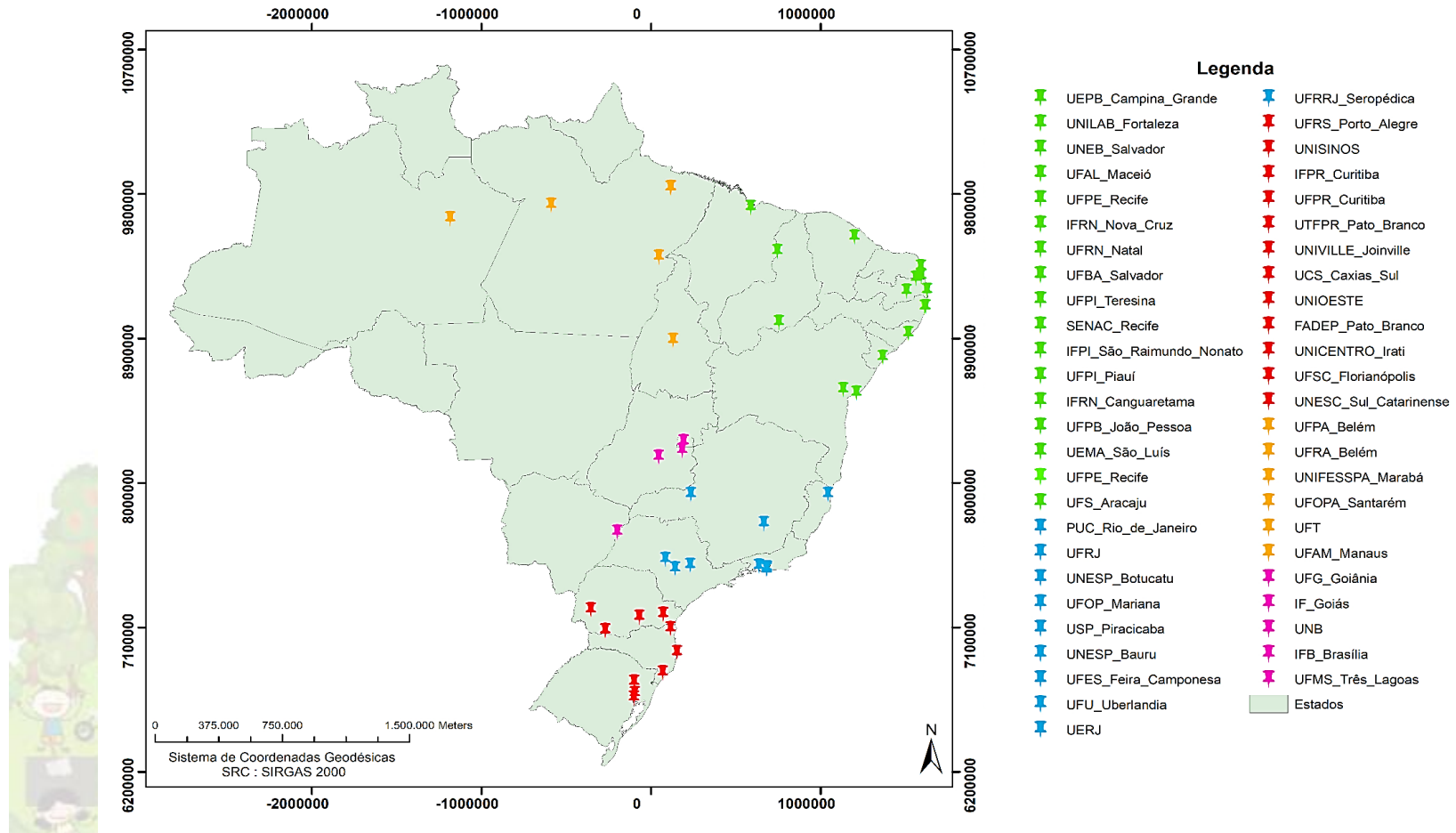
É importante destacar que as feiras mapeadas apresentam homogeneidade no que se refere à natureza da constituição, ou seja, no processo de construção e reconhecimento por parte da IES assemelham-se por derivarem de algum projeto de extensão universitária, parcerias com comunidades rurais, incubadoras tecnológicas ou como resultados de feiras experimentais de eventos nas dependências das universidades.

Nossas afirmativas corroboram com Lima (2021). A autora explica que, na prática as feiras nas IES surgem de diferentes formas, mas no geral esse processo é consequência da ação de grupos articulados como associações e/ou cooperativas de produtores agrícolas, consumidores e setores públicos. Acrescentaríamos ao conjunto o papel dos movimentos sociais dos Trabalhadores e Trabalhadoras Sem Terra – MST.

Por exemplo, os casos da institucionalização das feiras da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE), Universidade Federal do Piauí (UFPI) e Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ), incluídas em nosso levantamento.

As feiras mapeadas são nomeadas de acordo com as características da população ocupante, considerando a relação de origem dos agricultores, os produtos, os alimentos e a forma socioprodutiva (orgânica, agroecológica etc.). Por sua vez, a maioria das feiras são denominadas de “feiras agroecológicas”, mas essa titulação não é homogênea, varia de acordo com a realidade e o contexto de cada público, a saber: feira da agricultura familiar; do produtor rural; da produção familiar; de produtos orgânicos; dos povos do campo; da reforma agrária e agricultura familiar; economia solidária e agroecológica; camponesa; e feira de orgânicos: mulheres da terra.

Figura 2: Mapa ilustrativo do mapeamento das feiras temáticas realizadas em IES no Brasil.



Fonte: Gualdez, 2022.



Concordamos com Darolt e Rover (2021) quando expressam que iniciativas de natureza que integram os CCC podem ser entendidas como o lado comercial da transição agroecológica, de forma que os alimentos são comercializados de forma justa a partir da organização social atribuída aos sujeitos envolvidos. As IES aderem, nesse contexto, um importante papel social: o de disseminação do conhecimento a partir da cooperação entre os agricultores familiares. Esse processo, segundo os autores, demanda minuciosos esforços educativos das IES, “Também exigiria maior engajamento e protagonismo de organizações e instituições locais com o sistema agroalimentar de seu território.” (DAROLT; ROVER, 2021, p. 38).

Percebemos que a maior parte das feiras estão concentradas em Instituições Públicas Federais, com algumas iniciativas de IES estaduais e particulares, a exemplo da UERJ, UNICENTRO, UNESP e Faculdade SENAC - Recife-PE. Por outro lado, as iniciativas não se restringem às capitais dos estados e mostram-se promissoras em *campi* descentralizados dos grandes centros urbanos, fato que pode estar associado a característica atribuída à população rural.

Nossos achados mostram que o movimento das feiras em IES tem se expandido nos últimos anos entre a população acadêmica, em especial as feiras agroecológicas. Mas, ainda assim é necessário que esses espaços cumpram o papel social de (re)configuração e (trans)formação no processo socioprodutivo das famílias feirantes. Contudo, as feiras são indicadores de que é possível o trabalho em formato de redes de cooperação. É como lembra Lima (2021, p. 169) “Elas funcionam como fios condutores, preâmbulo que conduz a desafios maiores, que somente poderão ser alcançados com a participação e colaboração de todos nós. Pensar no global e agir no local.”.

As feiras temáticas em IES buscam contribuir na organização da produção e no incentivo à comercialização dos produtos oriundos da agricultura familiar, motivando as agricultoras e os agricultores a desenvolverem estratégias junto às instituições de ensino. Por meio desses espaços as universidades contribuem com os produtores, estimulam o associativismo e à inserção de jovens e mulheres em ações dessa natureza, promovendo o fortalecimento dos mercados locais (SANTOS, 2018).



3.1 A Institucionalização da feira da UFPA para o fortalecimento dos mercados locais

Inserindo-se no contexto das feiras institucionais e fortalecimento dos mercados locais, enfatizamos o atual estado da feira da agricultura familiar da UFPA. Como já descrito, a feira da UFPA ocorre desde 2015, com apoio do Instituto Amazônico de Agriculturas Familiares – INEAF, desde 2018, que passou a protagonizar relevante atuação na organização do espaço e vínculo com os feirantes, assumindo então a coordenação da feira junto à PROEX.

O Instituto, desde então, sugeriu a aprovação da minuta do programa de extensão universitária “Saberes, sabores e vivências: fortalecimento da feira de agricultura familiar – UFPA/Belém”, com o objetivo de fortalecer a feira dentro de uma perspectiva da sustentabilidade socioeconômica. Sugerindo também, que a coordenação não fosse concentrada em uma única representação, mas uma coordenação colegiada com a inclusão de um agricultor como representante das famílias, elaboração de planos anuais de trabalhos com competências específicas para cada unidade do conhecimento, entre outros.

Esse processo de institucionalização já ocorre em outras IES (UFBA, IFG, UFG, UNILAB, UEPB), as quais consagraram suas iniciativas como uma atividade que integra o currículo de formação, mostrando-nos ser efetivas no contexto acadêmico.

Como exemplo, citamos a Feira agroecológica da Universidade Federal da Bahia – UFBA que consagrou, através de suas idealizadoras, o eixo integrante da disciplina “Comercializando a Produção Agroecológica”, a partir de então buscou fortalecer o projeto da feira agroecológica da UFBA (LIMA, 2021).

No contexto Amazônico, ocorre na Universidade Federal do Amazonas – UFAM, desde 2014, a AGROUFAM, uma rede de comercialização que ultrapassa os muros da universidade e busca (trans)formar princípios dos agentes que dela participam. Essa experiência, conforme Santiago (2017), se transformou em um conjunto de políticas públicas integralizadas inicialmente pelo corpo universitário em parceria com as famílias agricultoras, somando-se a absorção de outros projetos que objetivam acompanhar o processo produtivo por meio do assistencialismo aos agricultores familiares.

Contudo, a UFPA ainda não consolidou a feira da agricultura como programa de extensão da universidade, uma vez que este evento é reconhecido como um projeto de extensão (GUALDEZ, 2021). Inferimos que o reconhecimento da minuta do projeto pela universidade



constitui-se como uma iniciativa indispensável para o fortalecimento no meio acadêmico, bem como para a consolidação de um mercado local para às famílias que integram a feira, visto que este espaço pode ultrapassar as correntes comerciais, e notoriamente se caracteriza pela constituição de laços sociais entre os feirantes e consumidores.

Por outro lado, ressalta-se que, ao longo de cinco anos de existência, a feira da UFPA foi sendo construída em meio as mudanças organizacionais, recebeu relevante apoio financeiro, acompanhamento para criação de tecnologias aplicadas ao comércio, entre outras ações que transformaram esse espaço em um laboratório vivo, mas com uma série de fragilidades que implicam no avanço e fortalecimento do projeto.

Na relação constituída feira-agricultores familiares, acreditamos que, este espaço desempenha um importante papel além da dimensão econômica, abarcando funções estratégicas na produção e no modo das relações político-cultural (AMADOR; SILVA, 2017). Assim, atribuímos à feira, duas principais percepções apontadas por nossos entrevistados: a) a feira da UFPA como uma oportunidade de ganhos comerciais e para ingresso em novos canais de comercialização e; b) como uma estratégia para a divulgação de produtos de base agroecológica.

Nossas afirmações estão fundamentadas nos relatos de sete dos dez entrevistados (identificados como A, B, C, D, E, F, G) na feira da UFPA. O entrevistado A ingressou recentemente na feira, afirma que este ambiente tem sido significativo para impulsionar as vendas dos produtos, o ganho de mercado, atribuir visibilidade à atividade agrícola, e destacou a importância da Universidade como um excelente espaço para construção das relações socioeconômicas junto aos clientes.

Na mesma lógica, os entrevistados B, C e D (representantes das famílias) afirmam que a feira impulsionou a estrutura econômica do grupo familiar, fato percebido no relato do entrevistado B

No aspecto econômico a feira é a maior fonte de arrecadação, contribui pra complementar o recurso total da família. É da renda da feira que mantenho meus filhos na universidade... a feira fortalece o escoamento do que eu produzo. Olha! Só com o dinheiro das vendas aqui eu já consegui estruturar a minha casinha, acredita? é por isso que faço questão de vim pra cá (PESQUISA DE CAMPO, 2019).



A participação na feira soma um importante ganho financeiro para os grupos familiares, especialmente, para aqueles que se encontram fragilizados ou em processo de readaptação. Esse fator, também, é uma motivação para participar do evento, mesmo com a distância percorrida entre o local de produção e o da comercialização. A partir desse incremento na renda, por exemplo, o agricultor fortalece o sistema de produção, amplia os arranjos produtivos, redesenha os planos familiares, entre outros fatores.

Dalrot e Rover (2021) reforçam a ideia ao afirmarem que os diferentes circuitos curtos de comercialização proporcionam ganhos incomparáveis aos agricultores inseridos nessa dinâmica, fato talvez não visualizados sob a perspectiva dos canais que distanciam os consumidores dos produtores.

Sousa et al. (2020) relataram experiências parecidas ao dar visibilidade à realidade UNILAB, mostrando o crescimento comercial dos feirantes, assim como na Feira da Agricultura Familiar da UFRRJ – FAF Rural, que a partir da realização do evento duas vezes por semana, impulsionou um crescimento até 30% na renda mensal dos participantes (SANTOS, 2018).

Além da contribuição financeira, a feira da UFPA tem incentivado alguns feirantes a buscarem novos espaços para o comércio dos produtos (GUALDEZ, 2021), fato relatado pelos entrevistados C e D que, principiaram uma feira experimental em um condomínio particular no município de Marituba (Região metropolitana de Belém). Essa ação possibilitou ainda mais confiança para as famílias no sentido de buscar a inserção em outros espaços propícios à agricultura de base familiar. A partir desta iniciativa, a agricultora (entrevistada C) afirma que tem, cada vez mais, incentivado aos demais agricultores da comunidade onde reside a buscar esses espaços de comercialização, bem como iniciou a venda dos produtos dos vizinhos em nome da associação que integra, visando fortalecer os laços entre agricultores da comunidade.

Esses resultados mostram que a participação em Circuitos Curtos de Comercialização em âmbito regional é uma estratégia para o fortalecimento da agricultura familiar que busca, cada vez mais, se apropriar da construção desses espaços, visando a autonomia socioeconômica. O resultado condiz com o proposto por Buenaventura Ramirez (2019) que mostrou a realidade de famílias da comunidade de Boa Vista no Acará-PA onde parte delas se limitava ao comércio



via atravessadores. Com a participação em outros canais, passaram a receber os valores justos de acordo com os custos de produção e fortaleceram as vendas dos moradores.

Considerando as exemplificações e as diferentes realidades, defendemos que a feira da UFPA poderia exercer um papel social ainda mais efetivo e contribuir para a permanência das famílias no campo, incentivando-as a produzir alimentos e mostrando possibilidades de mercados justos, construídos de forma democrática e coletiva, uma vez que por meio dessa rede famílias descapitalizadas (como o caso do entrevistado A) se animam para fortalecer os espaços produtivos e assumem os riscos quando adotam novas estratégias e tecnologias socioprodutivas em seus estabelecimentos agrícolas.

Nesse sentido, reforçamos a necessidade da transformação imediata do projeto de extensão em programa efetivo da universidade. Lembramos ainda os pensamentos de Wilkinson (2008), ao reforçar que novos mercados locais são possíveis de serem construídos para agregar a agricultura familiar, para isso é preciso traçar estratégias que valorizem a tradição, a natureza, estratégias voltadas ao artesanal e ao conhecimento local.

Além das atribuições já mencionadas, também identificamos a percepção que a feira é oportuna para a divulgação dos produtos que são produzidos de forma agroecológica e orgânicos, além de ser uma oportunidade para estreitar laços com a própria universidade (conforme os entrevistados E, F e G).

A feira, de certa forma, é um espaço de incentivo para as atividades agrícolas de base agroecológica dessas famílias, que tem os consumidores como componentes fundamentais na consolidação e troca dos saberes, fato esse associado à dimensão socioeconômica e cultural da agroecologia (GUZMÀN, 2013) por considerar as relações sociais e a valorização da pluralidade cultural.

À luz do que menciona Darolt (2013), as feiras temáticas (agricultura familiar, agroecológica, orgânicas etc.) têm sido, cada vez mais, fortalecidas e disseminadas a nível nacional e local. Essa expansão não se justifica apenas pelos ganhos financeiros, mas também, ao fato de serem espaços alternativos, construídos historicamente em respeito aos princípios da realidade camponesa onde o produtor é também o comerciante do alimento e demais produtos que são incorporados na dinâmica da comercialização.



Assumimos o fato de que o evento “feira da agricultura familiar da UFPA” não pode ser generalizado como um espaço de (trans)formação para todos os feirantes, uma vez que este espaço apresenta fragilidade em seu processo organizacional e institucional. Essas afirmações são claramente expressadas por dois entrevistados, representantes institucionais, integrantes do INEAF, quando questionados sobre a importância da feira da agricultura familiar para a universidade e os feirantes.

A universidade tem que encarar a feira como um experimento, e agora tem que ampliar já que tá funcionando. Tem que ampliar a história e os passos, pra mim são esses três que te falei: o primeiro é a universidade que tem que colocar “ordem na casa”; depois criar um espaço de governança com representação dos agricultores; e operacionalizar isso como um espaço de discussão pra ampliar, porque demanda existe (PESQUISA DE CAMPO, 2019).

Tivemos várias sugestões de outros espaços que queriam se beneficiar da participação dos agricultores da feira da UFPA pra compor o deles, ou seja, tu tem uma dinâmica, uma demanda social pra esses produtos, mas o fato é que a universidade não consegue equacionar a relação. Administrativamente corta as pernas, porque você não tem nenhum espaço de decisão para, por exemplo, negociar uma parceria com uma prefeitura, com uma EMATER, etc., isso corta as pernas, porque tu não pode depois fazer crescer a discussão, construir outras ações em prol do coletivo (PESQUISA DE CAMPO, 2019).

O exposto reforça a existência da fragilidade na governança administrativa, a carência de espaços para decisões coletivas e definição de políticas institucionais, deixando de incorporar eventualmente a participação de outros parceiros que poderiam contribuir na estruturação da rede de comercialização.

A instituição, nesse contexto, pode se apoiar em iniciativas exitosas da mesma natureza, para ampliar e fundamentar a feira. Podemos citar novamente a FAF Rural, que mediante aprovação do projeto pelo órgão responsável, atribuiu credibilidade para o alcance dos objetivos propostos inicialmente. A institucionalização da feira pela UFRRJ permitiu a ampliação do espaço, aquisição materiais de apoio aos agricultores, acompanhamento técnico e o fortalecimento da feira com a introdução de agentes especializados para acompanhar as famílias feirantes.

Vale considerar nesse espaço reflexivo o modelo organizacional da feira de alimentos orgânicos da Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC, o qual prioriza o bom funcionamento da feira a partir da gestão financeira, do controle dos alimentos comercializados



(respeitando os critérios de alimentos orgânicos), a divulgação, integração com os estudantes etc. (GRADE; ROMÃO, 2021). Também, a importância de iniciativas de espaços de formação para o alcance de todos os feirantes, como o chamado “bate-papo agroecológico” executado a partir da feira agroecológica da UFBA, descrito por LIMA (2021, p. 41)” como uma arena para a exposição e discussão de conhecimentos, duas atividades essenciais para se pensar a feira enquanto prática pedagógica inovadora [...]”.

Nessa perspectiva, a UFPA, enquanto órgão com forte influência nas relações extra institucional, poderia assumir um papel não somente de abastecimento interno dos próprios funcionários, mas impulsionar uma relação com as prefeituras dos municípios de origem das famílias, bem como com a própria região de Belém, incentivando iniciativas que busquem aproximação entre consumidor-produtor e a oferta de alimentos com qualidade. Para isso, se faz necessário aprofundar o trabalho de reconhecimento das famílias e suas lógicas de produção agrícola, incorporando aspectos das Unidades Produtivas Familiares – UPF envolvidas com a feira.

4. Considerações Finais

O mapeamento das iniciativas de projetos de extensão e feiras institucionais realizadas nas IES apontou uma concentração nas regiões nordeste e Sul do Brasil. Consideramos que o movimento das feiras em IES tem se expandido nos últimos anos entre a população acadêmica, em especial as feiras agroecológicas. Essas iniciativas buscam estreitar os laços da universidade com a agricultura familiar e fortalecer os mercados locais, mas é necessário que esses espaços cumpram o papel social de (re)configuração e (trans)formação no processo socioprodutivo das famílias feirantes.

O processo de criação da feira da agricultura familiar da UFPA, *campus* Belém, apresentou importantes marcos e mudanças ao longo dos anos. Esse espaço, inserido na dinâmica dos circuitos curtos de comercialização, foi instituído a partir da demanda dos agricultores familiares não incluídos nas chamadas públicas para compras institucionais. No entanto, por não ter se consolidado como um Programa de Extensão Universitária, o processo de constituição mostra-se ainda sem uma lógica organizacional de agregação dos feirantes. Detectamos, em consequência a isso ausência de reuniões de avaliação e planejamento, assim



como falta de espaços para decisões. Isso evidencia a necessidade de maior atenção e fortalecimento da feira da agricultura familiar na UFPA.

Acreditamos que a feira da UFPA possui um importante papel para o fortalecimento dos mercados locais, já que a feira da UFPA contribui diretamente na renda dos feirantes, e é estratégica para a divulgação de produtos agroecológicos. Logo, a institucionalização do projeto “Saberes, sabores e vivências: fortalecimento da feira de agricultura familiar – UFPA/Belém”, faz-se necessário para que a feira de fato se constitua parte da universidade, tal como outras experiências a nível nacional.

5. Agradecimentos

Agradecemos às famílias que se dispuseram a contribuir com este estudo. Aos professores e representantes institucionais que colaboraram para o resgate histórico da feira. A concessão de bolsa de demanda social concedida via Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES ao MAFDS-PPGAA. Também, o apoio do Núcleo de Estudos Agroecológicos – AJURI/UFPA e Ao grupo de pesquisa APOENA.

6. Referências

AMADOR, A. M. **A feira como espaço de valorização da agricultura familiar: o caso da feira da agricultura familiar, no município de Marabá, sudeste do estado do Pará.** 2017. 104 f. (Dissertação de mestrado) - Programa de Pós-graduação em dinâmicas territoriais e dinâmica na Amazônia: Universidade Federal do Pará. 2017.

BAVA, S. C. Circuitos Curtos de Produção e Consumo. In: BARTELT, D. D (Org). **Um Campeão Visto de Perto: uma Análise do Modelo de Desenvolvimento Brasileiro.** Rio de Janeiro/RJ: Heinrich-Böll-Stiftung, editora e Gráfica, 2012.

BITTENCOURT, Gilson. Agricultura familiar e agronegócio: questões para pesquisa. In: LIMA, Dalmo M. de Albuquerque; WILKINSON, John (Orgs.). **Inovações das tradições da agricultura familiar.** Brasília: CNPq, 2002.

BUENAVENTURA RAMIREZ, I. M. **Circuitos curtos de comercialização (CCC): o caso das comunidades agroextrativistas na Amazônia Paraense no Norte do Brasil.** 138 f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Rural e Gestão de Empreendimentos Agroalimentares) - Instituto Federal do Pará: Castanhal. 2019.

DAROLT, M. R. Circuitos curtos de comercialização de alimentos ecológicos: reconectando produtores e consumidores. In: NIEDERLE, P. A.; ALMEIDA, L. de.; VEZZANI, F. M.



(Orgs). **Agroecologia: práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura**. Curitiba: Kairós. 2013. p. 139-170.

DAROLT, Moacir Roberto; ROVER, Oscar José. **Circuitos curtos de comercialização, agroecologia e inovação social**. Florianópolis, SC: Estúdio Semprelo. 2021.

DE SOUSA, L. G. **Memórias de Economia: Ensaios: a realidade brasileira**. Edição eletrônica. 2004. Disponível em: www.eumed.net/cursecon/libreria/. Acesso em: 08 jan. 2021.

GADELHA, D. **Feira no parque do Utinga apresenta produção da agricultura familiar**. Disponível em: <https://redepara.com.br/noticia/166604/feira-no-parque-do-utinga-apresenta-producao-da-agricultura-familiar>. Acesso em: 16 de setembro de 2020.

GUALDEZ, J. M. da S. A feira e o campo: impactos da experiência da UFPA em lógicas familiares de produção. 2021. 153 f. Dissertação (Mestrado em agriculturas familiares e desenvolvimento sustentável) Universidade Federal do Pará. Programa de Pós-Graduação em Agriculturas Amazônicas. 2021.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010. 184 p.

GODOY, W. I. **As Feiras Livres de Pelotas-RS: Estudo Sobre a Dimensão Socioeconômica de um Sistema Local de Comercialização**. 284 f. Tese (Doutorado em Produção Vegetal) - Faculdade de Agronomia Eliseu Maciel. Universidade Federal de Pelotas: UFPEL. 2005.

GRADE, Marlene; ROMÃO, Anderson Luiz. Feira de alimentos orgânicos do centro de Ciências Agrárias de Florianópolis-SC. In: DAROLT, Moacir Roberto; ROVER, Oscar José. **Circuitos curtos de comercialização, agroecologia e inovação social**. Florianópolis, Estúdio Semprelo. 2021.

GUZMÁN, E. S. **El despliegue de la sociología agraria hacia la agroecología**. Cuides. Cuaderno Interdisciplinar de Desarrollo Sostenible, n. 10, p. 85-109, 2013.

INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR - IDEC. Disponível em: [https://feirasorganicas.org.br/o-que-e/\(brasil\)](https://feirasorganicas.org.br/o-que-e/(brasil)). Acesso em: 18 mai. 2020.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. **Censo agropecuário 2017: agricultura familiar – primeiros resultados. 2017**. Disponível em: <https://censos.ibge.gov.br/agro/2017/>. Acesso em: 17 set. de 2020.

LIMA, Josanidia Santana. **Feira agroecológica: um diálogo entre saberes**. Salvador: EDUFBA. P. 171. 2021.

MACHADO, L. C. P; MACHADO FILHO, L. C. P. **A dialética da agroecologia. Contribuição para um mundo com alimentos sem veneno**. ed 1, São Paulo: expressão popular, 2014. p. 189-197.

MINAYO, M. C. de S. (Org.). **Pesquisa Social. Teoria, método e criatividade**. ed. 18. Petrópolis: Vozes. 2001.



MODEL, P. A.; DENARDIN, V. F. **Agricultura familiar e a formação de circuitos curtos de comercialização através das feiras livres: o caso da Matinfeira-PR.** Encontro Internacional sobre Gestão Empresarial e Meio Ambiente (ENGEMA). 2014.

PLOEG, J. D. V. D. **Camponeses e Impérios Alimentares; lutas por autonomia e sustentabilidade na era da globalização.** Porto Alegre: UFRGS Editora, 2008. 372 p.

PROGRAMA DE EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA. **Saberes, sabores e vivências: fortalecimento da feira da Agricultura Familiar – UFPA/Belém.** Universidade Federal do Pará: minuta de projeto. 2018.

SANTIAGO, J. L. **Teias de vida: um estudo ambiental da Rede AGROUFAM.** 2017. 255 f. (Tese de doutorado) - Programa de pós-graduação em ciências do ambiente e sustentabilidade na Amazônia: Universidade Federal do Amazonas. 2017.

SANTOS, D. S. do C.; BOTELHO, M. I. V; LOPES, A. L. C.; SANTOS, M. A. O.; BRAGA, G. B. Desempenho de agricultores familiares na comercialização de produtos orgânicos e agroecológicos no estado do Pará. **Acta Biológica Catarinense.** p.16-29. 2017.

SANTOS, L. R. P. dos. **Residência agrônômica com enfoque agroecológico: o caso dos canais de venda direta na Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro.** 2018. 119 f. Dissertação (Mestrado em Agricultura Orgânica) - Instituto de Agronomia, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Seropédica-RJ, 2018.

SCHIMITT, C. J.; GUIMARÃES, L. A. O mercado institucional como instrumento para o fortalecimento da agricultura familiar e base ecológica. **Revista Agriculturas,** Rio de Janeiro: AS-PTA. v.5, n.2, p. 7-13, 2008.

SOUSA, Henderson Castelo; FREIRE, Ana Karolyne Ancelmo; SILVA, Clébia Mardônia Freitas; SCHNEIDER, Fernanda. Feira agroecológica da UNILAB: criação de um espaço didático com troca de saberes. **Cadernos de Agroecologia,** v. 15, n. 2, p. 5. 2020.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ - UFPA. **Regimento Geral.** 2006. Disponível em: https://portal.ufpa.br/images/docs/regimento_geral.pdf. Acesso em: 29 de set. 2021.

WILKINSON, J. **Mercados, redes e valores: o novo mundo da agricultura familiar.** Porto Alegre: UFRGS, 2008.