



## A FEIRA COMO ESPAÇO DE PRODUÇÃO DE MÚLTIPLOS SIGNIFICADOS: O CASO DOS CONSUMIDORES DA POLIFEIRA

Vanessa Lazzaretti Picolotto, Doutoranda em Extensão Rural, Universidade Federal do Santa Maria (UFSM).

Bruna Lunkes, Mestre em Extensão Rural, Universidade Federal de Santa Maria (UFSM).

Igor Binotto Benetti, Mestrando em Extensão Rural, Universidade Federal de Santa Maria (UFSM).

Roselaine Tereza Piber, Doutoranda em Extensão Rural, Universidade Federal do Santa Maria (UFSM).

**Resumo:** Tradicionalmente, as feiras são reconhecidas como lugares de compra e venda de produtos. Apesar disso, compreende-se que os consumidores buscam nas feiras elementos que vão além da comercialização, atribuindo-lhes os mais diversos significados. Dessa forma, essa pesquisa tem como objetivo compreender as feiras como sendo mais que simples espaços vinculados a circuitos econômicos. Para isso, realizamos uma pesquisa com abordagem quantitativa que é classificada como descritiva exploratória. Os resultados encontrados mostram que o perfil dos consumidores da PoliFeira é formado por um público predominantemente pertencente a UFSM, entre alunos e servidores da instituição, onde a presença do público jovem chama atenção. Identificou-se que 51% dos entrevistados gastam até R\$20,00 por feira. Percebemos que os entrevistados que têm uma relação de amizade gastam em média R\$ 41,32, os que não tem esta relação gastam em média R\$ 9,48. Identificamos que os motivos de ir à feira “porque gosto de comprar direto da pessoa que produz o alimento que irei comprar” e “para comprar produtos mais saudáveis” obtiveram os maiores níveis de concordância e os menores desvios padrões. A maior discordância foi encontrada nos motivos “porque tenho amizade com os feirantes” e “apenas para comprar produtos”. Porém é onde se encontram os maiores desvios padrões. Na PoliFeira estas relações humanas estão presentes, e ela se torna um espaço de lazer, educação e de troca de experiências entre consumidores e feirantes, onde o mero ato de comprar um alimento se torna um momento de lazer e convivência do urbano com o rural.

**Palavras-chave:** Feiras Livres. Cadeias Curtas. Comercialização. Sentidos.



## INTRODUÇÃO

A palavra “feira” tem origem no latim e significa “dia de festa” (FERREIRA, 1999). Em português, quer dizer lugar público, muitas vezes descoberto onde se expõem ou se vendem mercadorias. É também lugar de encontro e conversa. Historicamente percebidas como espaços de comercialização e troca de produtos, as feiras representam um importante elo entre rural e urbano, gerando alimento para o consumidor cidade e renda para o produtor do campo.

A partir do século XX com o avanço da industrialização e modernização, a agricultura realizada em pequena escala e, logo, as feiras passam a ser desvalorizadas principalmente pelo poder público (SOUZA, 2015). Considerados antiquados frente aos avanços tecnológicos, e substituíveis por redes de supermercados, esses grupos, enquadrados nos circuitos inferiores da economia, acabam sendo colocados à margem das políticas de crédito e dos olhares do Estado.

Segundo dados do Censo Agropecuário de 2017, 77% dos estabelecimentos (3,9 milhões) são classificados como agricultura familiar. Além disso, o levantamento, apresenta que agricultura familiar também emprega mais de 10 milhões de pessoas, um total de 67% da mão de obra dos estabelecimentos agropecuários. Segundo dados obtidos através do Banco Central do Brasil (BCB), sabe-se que a agricultura familiar foi responsável por 71% do total do número de contratos de crédito rural realizados no ano de 2018. Apesar de tamanha representatividade, em 2018 apenas 22% do total dos recursos para custeio foram destinados para a agricultura familiar. Ou seja, os bancos públicos ainda concedem a maior parte do crédito rural aos grandes agricultores além de disponibilizarem uma variedade muito maior de linhas de crédito para essa categoria, comprovando a desvalorização do poder público ao pequeno agricultor.

Nesse contexto se insere a PoliFeira do Agricultor, um projeto de extensão da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) que visa a construção e viabilização de uma feira livre dentro do ambiente universitário. Assim, o projeto tem por intenção o fortalecimento de processos de cadeias curtas de comercialização, o empoderamento social e cultural de agricultores familiares e a promoção de um campo de aprendizado para as mais diversas áreas do conhecimento.

O processo de cadeias curtas de comercialização permite uma série de reconfigurações da vida social que circunda os pequenos agricultores, permitindo uma resignificação social e econômica aos sujeitos envolvidos e fortalecendo as relações entre



vendedor e consumidor. Isso porque, as vantagens desse processo se concentram em uma maneira de alcançar esses objetivos é diminuir as distâncias entre os produtores e os consumidores finais. Isso resulta em processos mais ágeis, comunicação aprimorada entre todas as partes envolvidas, negociações facilitadas entre os grupos de interesse e um aumento na diversidade e qualidade dos alimentos disponíveis. Além disso, ajuda a fortalecer a identidade territorial, estimular o desenvolvimento local e criar novas oportunidades de mercado (MORAES et al, 2015).

Compreendendo este cenário, justifica-se esse trabalho pela importância da valorização das feiras, permitindo um outro olhar sobre a realidade colocada. Sendo assim, com essa pesquisa, realizada com os consumidores da PoliFeira do Agricultor, objetivou-se compreender as feiras para além de meros espaços vinculados a circuitos econômicos.

## **O RURAL X URBANO: OS CONFLITOS QUE PERMEIAM AS FEIRAS LIVRES**

As relações que permeiam o mundo rural e o urbano carregam uma série de significados. Como aponta Silva, “ao rural e ao urbano correspondem ao chão que caracteriza cada espaço mais a identidade das pessoas que ali vivem. Rural e urbano também compreendem o modo de vida de seus habitantes” (SILVA, 2011, p.182). Essa relação representa uma ligação que parte de um espaço físico e abrange todo o aspecto simbólico ali presente. Falar dessa relação envolve pensar sobre as pessoas, sua cultura e suas ideologias, as redes que elas estabelecem e acabam por formar o conjunto do território em que vivem.

Todavia, a diferenciação entre o rural e o urbano nem sempre existiu e essa compreensão apenas começou a se criar no princípio da urbanização das cidades. Isso só foi possível através da divisão do trabalho requerida na complexa organização social que necessitavam os aglomerados urbanos.

Isto ocorreu da seguinte maneira: em primeiro lugar, o desenvolvimento na seleção de sementes e no cultivo agrícola foi, com o correr do tempo, permitindo que o agricultor produzisse mais que o necessário para sua manutenção. Começou a haver um excedente alimentar. Isto permitiu a alguns homens livrarem-se das atividades primárias que garantiam a subsistência, passando a se dedicar a outras atividades. A produção do excedente alimentar é, portanto, condição necessária — embora não seja a única — para que efetivamente se dê uma divisão social do trabalho, que por sua vez abre a possibilidade de se originarem cidades (SPOSITO, 2010, p.10).



Sendo assim, com o crescimento e a concentração da população em núcleos urbanos as atividades desenvolvidas descentralizaram-se da agricultura. Surgem, então, distâncias (sociais e simbólicas) do campo para os centros urbanos consequentes de novas formas de relações sociais. Entre 1890 a 1930, o processo de acumulação de capital durante período foi amplamente impulsionado pelo setor exportador do subsetor Ssd<sup>1</sup>. Durante esse período, os produtos alimentares eram considerados secundários em termos de lucratividade, embora fossem fundamentais para atender às necessidades da força de trabalho e, conseqüentemente, às necessidades de acumulação de capital (MOREIRA, 1999).

Somente após a Segunda Guerra Mundial, devido a avanços tecnológicos em países já industrializados, viu-se na modernização do rural uma possibilidade de diminuição da fome que assolava diversos países, sendo um grave problema principalmente nos subdesenvolvidos. Nesse contexto, surge a expressão “Revolução Verde”, a qual se refere a promoção de modernização através da tecnologia de ponta no mundo rural, por meio da mecanização, uso intensivo de insumos agrícolas e modificação genética de sementes visando o aumento da produção.

No Brasil esse processo aconteceu de forma mais tardia e em consonância com os governos de ditadura militar nas décadas de 60 e 70. Já na década de 90, através das políticas e práticas do neoliberalismo e da abertura dos mercados, o país viveu o auge da Revolução Verde (MATOS, 2010; NUNES, 2007; BALSADI, 2001). A disseminação das tecnologias, promovidas com o auxílio do Estado através de incentivos por meio do crédito agrícola, promoveu um surto de desenvolvimento rural no Brasil.

Apesar de ser responsável por expressivo aumento na economia do país, a Revolução Verde trouxe uma série de graves conseqüências, isto é [...] houve um incremento brutal em termos de diferenciação social no campo; exclusão de massas de pequenos agricultores; êxodo rural e, como não podia deixar de ser, um fenomenal processo de deterioração ambiental, sem precedentes históricos” (CAPORAL, 2009 p.67).

O geógrafo Milton Santos (1979), refletindo sobre o processo de industrialização de países subdesenvolvidos, aponta dois sistemas de fluxo econômico que sinalizam esse processo, o circuito superior e o circuito inferior. Para o primeiro, o autor o compreende como as atividades então tidas como modernas, o mercado, a tecnologia de ponta e a informação. Já para o segundo, tem-se a parte inferior da economia direcionada ao comércio das classes média e baixas de pequena escala, que detém e a comunicação pouco modernizada e

<sup>1</sup> Moreira (1999) trabalha o texto considerando a subsetorialização da agricultura, e, dessa forma, atribui a sigla Ssd ao subsetor onde predomina a produção agrícola organizada com base no trabalho familiar.



tradicional. Nesse sentido, “as feiras livres, participando dessas redes urbanas, constituem um dos tipos de como está estruturado o circuito inferior da economia na rede de localidades centrais nos países periféricos” (MATOS, 2012, p.9).

Dessa forma, no contexto da Revolução Verde, o circuito inferior da economia, no qual se encontram pequenos agricultores, e conseqüentemente a comercialização através das feiras livres, podemos perceber que é desenvolvimento proposto não se apresentou da mesma forma. Conforme aponta Caporal “[...] não interessava atender a todos os agricultores, senão a aqueles que estivessem aptos a adotar os pacotes modernizantes e dar as respostas em termos de aumento de produtividade, independentemente de outras conseqüências que isto pudesse acarretar” (CAPORAL, 2009, p.69).

Sendo assim, os pequenos agricultores que não conseguiram se enquadrar nos pacotes propostos foram obrigados a viver a marginalização de todo o processo. A fragmentação do espaço rural através do capitalismo pode ser compreendida como um “fato inexorável e perverso que, de forma lenta e dolorosa, vai excluindo os pequenos produtores e comerciantes. A luta dos feirantes e dos consumidores pelo direito à feira, ao uso mais democrático e consciente de seus lugares, é um exercício de cidadania” (BERNARDINO e ROCHA, p.110).

Como visto anteriormente, com a revolução verde e a exclusão do pequeno produtor do processo de modernização, houve sérias conseqüências sociais para essa categoria. Na tentativa de minimizar tais problemáticas e cedendo a pressões do movimento sindical, o Estado cria em 1996 o Programa de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PRONAF). Assim, o programa foi criado com o objetivo de fornecer crédito agrícola e suporte institucional aos pequenos produtores rurais que estavam sendo excluídos das políticas públicas existentes até então e enfrentavam sérias dificuldades para se sustentar no campo (SCHNEIDER, MATTEI, CAZELLA, 2004).

Apesar da criação do PRONAF ter sido um marco histórico para agricultura familiar e representar um ponta pé inicial para a valorização da categoria, o cenário ainda está longe de ser o ideal, como pode ser visto anteriormente. Neste cenário encontram-se as feiras livres, visto que, em grande maioria, são ligadas a pessoas e produtos advindos da agricultura familiar.

## **A COMPREENSÃO DAS MOTIVAÇÕES DOS CONSUMIDORES DE FEIRAS LIVRES: O CASO DA POLIFEIRA DO AGRICULTOR**



O surgimento das feiras livres remete a períodos muito longínquos, fontes históricas apontam para a prática existente já entre astecas, gregos e romanos (ALMEIDA, 2009). Todavia, foi no período da revolução comercial no século XI que elas obtêm maior notoriedade e relevância.

Já na Idade Média, com o avanço do desenvolvimento e consequente aumento da produção agrícola nos feudos, inicia-se a comercialização dos produtos excedentes nas feiras livres localizadas em aglomerados urbanos (REIS e VIEIRA, 2011). Segundo Bernardino e Rocha (2015, p.102) “as trocas comerciais possibilitaram a padronização dos meios de troca e atuaram de maneira decisiva na superação do modelo feudal”.

No Brasil a prática das feiras livres foi trazida do continente europeu pelos portugueses, ainda no período colonial. Segundo Matos (2012, p.2), as feiras “[...] tiveram um papel relevante na formação de núcleos urbanos [...], que no início da colonização foram responsáveis pela formação de povoamento no interior”.

Com o passar do tempo, as feiras se organizaram e se estabeleceram como uma “[...] modalidade de mercado varejista ao ar livre, de periodicidade semanal, organizada como serviço de utilidade pública pela municipalidade e voltada para a distribuição local de gêneros alimentícios e produtos básicos” (MASCARENHAS e DOLZANI, 2008, p.75).

As feiras são responsáveis por um “papel relativamente importante no abastecimento urbano, apesar das políticas públicas adversas que tiveram de enfrentar nos últimos 30 anos” (MASCARENHAS e DOLZANI, 2008, p.75). Como foi apresentado anteriormente, apesar de sua importância, os pequenos produtores, responsáveis pelo abastecimento das feiras livres, tem sofrido com a falta de incentivo, principalmente, por intermédio do poder público. Isso porque, conforme aponta Souza (2015), frente às grandes redes de hipermercados, as feiras são consideradas antiquadas e ultrapassadas “por não estarem em compasso com as novas tendências econômicas, ditas mais lucrativas e mais seguras como as grandes redes de supermercados” (SOUZA, 2015, p.131). Todavia, percebe-se um movimento contrário por parte dos consumidores visto que o público que frequenta as feiras busca suprir necessidades que não são contempladas pelas grandes redes.

Conforme Specht et al (2019, p.185) “[...] têm-se verificado a crescente preocupação com a qualidade dos alimentos, principalmente com os efeitos que esses têm sobre a saúde e o bem-estar”. Visto que os consumidores tendem a considerar o espaço das feiras como local propício para a obtenção de alimentos saudáveis, as feiras têm-se fortalecido e valorizado frente aos circuitos superiores da economia.



Apesar das feiras serem reconhecidas tradicionalmente como um espaço de comercialização, as feiras englobam importantes papéis que vão além do viés econômico, assim como o importante papel na busca de uma alimentação mais saudável. Para Matos a feira vai além de ser apenas um local de venda de mercadorias, sendo também um espaço público onde ocorrem trocas não comerciais. É um lugar de importância fundamental para a produção e reprodução de práticas sociais (MATOS, 2012).

Nesse contexto, compreendemos que os consumidores atribuem às feiras os mais diversos significados, às tornando importantes espaço de comercialização e sociabilização dos sujeitos. Isso porque:

[...] a feira é, reconhecidamente, um espaço – um mundo – de percepções, sentidos e interações, no qual redes de educação, sociabilidades e culturas são tecidas, dominicamente, por feirantes e fregueses, sujeitos sociais que se constroem trocando produtos, saberes, fazeres, estratégias de comprar e vender por melhor preço, risos, jocosidades, enfim, realizam a feira e constroem pari passu sua história (LIMA e CÂMARA, 2010, p.3).

Segundo Soares e Silva (2021) a Polifeira tem impacto econômico e social na vida dos agricultores e também influência benéfica sobre os consumidores, pois muitos ressaltaram a excelente qualidade dos alimentos disponibilizados na PoliFeira. Além disso, a confiabilidade do comércio oferecida pela PoliFeira auxilia inúmeros consumidores na conscientização agroecológica e na valorização dos produtores locais.

Em estudo realizado por Rodrigues e Lehnhar (2023) estes encontram que os principais motivos para a compra na PoliFeira do Agricultor são a qualidade dos produtos devido ao baixo uso de agrotóxicos e à frescura, a conveniência da proximidade com a residência ou trajeto habitual, e o incentivo à agricultura familiar local. Preço e confiabilidade também influenciam a decisão de compra. Os consumidores valorizam a qualidade dos produtos e o contato direto com os produtores, que são amigáveis e transmitem confiança.

Carregadas de significados atribuídos pelos mais diversos sujeitos, compreendemos que as feiras são espaços onde o consumidor busca atender necessidades que vão além da compra. E é através do alimento como mediador desse processo que as feiras tornam-se espaços de múltiplos sentidos.

## METODOLOGIA

Esta pesquisa apresenta uma abordagem quantitativa e é classificada como descritiva exploratória, pois proporcionou uma visão geral em uma dimensão mais ampliada acerca dos



consumidores (HULLEY et al., 2008). Desse modo, a pesquisa foi realizada através da aplicação de questionário estruturado constituídos por perguntas fechadas de múltipla escolha e perguntas abertas de forma qualitativa e aplicado aos consumidores da PoliFeira. As perguntas foram divididas em duas categorias de forma a averiguar o perfil socioeconômico dos consumidores e às motivações por frequentarem a feira.

A PoliFeira se localiza dentro da UFSM, na cidade de Santa Maria, região central do estado do Rio Grande do Sul. Por se localizar dentro de um espaço universitário, as trocas de conhecimentos das mais diversas áreas entre consumidores e feirantes é rotineira. Da mesma forma, e também pelo fato de ser um projeto de extensão, a feira se torna um campo de estudo de fácil acesso para alunos e professores.

A feira acontece bissemanalmente, todas as terças-feiras pelo turno da manhã e as quintas-feiras pelo turno da tarde. Fazem parte da PoliFeira feirantes de localidades rurais de Santa Maria e de outras cidades da região central. O ingresso no projeto se dá mediante editais que buscam por feirantes com características específicas, tais como produtores advindos da agricultura familiar, a comercialização apenas de produtos produzidos nas propriedades dos próprios feirantes e a produção sem agrotóxicos. Para viabilização de tais requisitos, a universidade presta assistência técnica de profissionais e estudantes, sendo que estes têm a oportunidade de aprender na prática o conhecimento adquirido em sala de aula.

A aplicação dos questionários se deu de forma presencial e on-line. Ao total, obtivemos 47 respostas de consumidores da PoliFeira, durante o mês de novembro de 2019. Foram aplicados 16 questionários de forma presencial em três dias de feira e 31 de forma on-line através do questionário do Google, divulgado com o auxílio da equipe da coordenação da feira na página do *Facebook* da PoliFeira. A primeira parte do questionário, sobre o perfil socioeconômico dos consumidores. A segunda parte relacionada aos motivos pelos quais frequenta a feira foram realizadas com a escala *Likert* de 5 pontos onde o maior grau de satisfação com o (concordo totalmente) e o menor grau de satisfação com o (discordo totalmente). A terceira parte sobre os motivos pelos quais os consumidores frequentam a PoliFeira, onde se utilizou a escala *Likert* de 5 pontos onde o maior grau de satisfação com o (gosto muito) e o menor grau de satisfação com o (desgosto muito).

## RESULTADOS E DISCUSSÕES

Em relação ao perfil socioeconômico dos consumidores da PoliFeira, o Quadro 1 apresenta uma síntese dos entrevistados.



O perfil dos consumidores da PoliFeira é formado por um público predominantemente pertencente a UFSM, entre alunos e servidores da instituição. Conforme Specht et al, (2019, p.190), a localização espacial da feira tipifica o seu público, e pela PoliFeira “estar localizada em uma área central do campus da UFSM”, a feira acaba por se tornar “um ponto de encontro do público que hodiernamente convive no ambiente da cidade universitária, seja trabalhando, seja estudando”. Onde a presença do público jovem chama atenção pois é um público incomum neste tipo de ambiente. A feira está sediada na Cidade Universitária Prof. José Mariano da Rocha Filho<sup>2</sup> e abrange o público principalmente de estudantes e servidores da UFSM.

Quadro 1 – Perfil socioeconômico dos entrevistados

<b>Faixa Etária</b>	<b>N</b>	<b>%</b>	<b>Sexo</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Até 25 anos	18	38,30	Feminino	42	89,4
De 26 a 35	11	23,40	Masculino	5	10,6
De 36 a 45	8	17,02			
De 46 a 60	7	14,89			
Acima de 60	3	6,4			
Total	47	100,0	Total	47	100,0
<b>Estado Civil</b>		<b>%</b>	<b>Escolaridade</b>		<b>%</b>
Solteira (o)	30	63,8	Ensino Fundamental (1º grau) incompleto	1	2,1
Casada (o)	15	31,9	Superior incompleto	16	34,0
Divorciada (o)	2	4,3	Superior completo	6	12,8
			Pós-graduação completo/incompleto	24	51,1
Total	47	100,0	Total	47	100,0
<b>Distância que reside em KM da UFSM</b>	<b>N</b>	<b>%</b>	<b>Atual Ocupação</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Menos de 1 km	10	21,3	Agricultora (o)	1	2,1
De 1 a 5 km	15	31,9	Estudante	26	55,3

<sup>2</sup> A Cidade Universitária Prof. José Mariano da Rocha Filho é o Campus sede da UFSM.



De 6 a 10 km	9	19,1	Médica (o) veterinária (o)	1	2,1
De 11 a 20 km	10	21,3	Psicóloga (o)	1	2,1
De 21 a 50 km	2	4,3	Relações Públicas	1	2,1
Acima de 50 km	1	2,1	Servidor (a) público (a)	17	36,2
Total	47	100,0	Total	47	100,0
<b>Principal Fonte de Renda</b>	<b>N</b>	<b>%</b>	<b>Renda Média Mensal</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Aposentadoria	1	2,1	Até 1 salário mínimo	13	27,7
Auxílio da Família	12	25,5	De 1,1 a 3 salários mínimos	11	23,4
Bolsa de Estudos	13	27,7	De 3,1 a 5 salários mínimos	8	17,0
Assalariado	19	40,4	De 5,1 a 10 salários mínimos	8	17,0
Agricultura	1	2,1	Acima de 10 salários mínimos	3	6,4
Pensão alimentícia	1	2,1			
Total	47	100,0	Total	43	91,5
<b>Vínculo com a UFSM</b>	<b>N</b>	<b>%</b>	<b>Número de filhos</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Estudante	26	55,3	0	31	66,0
Projetos ou grupos da Universidade	1	2,1	1	9	19,1
Servidor Público	17	36,2	2	7	14,9
Não tem vínculo	3	6,4			
Total	47	100,0	Total	47	100,0

Fonte: Dados da pesquisa.

A feira mais é que um mero espaço de comercialização, é onde as relações de afeto estão presentes. Constatou-se que pessoas mais velhas frequentam a feira buscando essa aproximação com os feirantes e por construírem amizade com eles. A relação da idade também está presente nos valores gastos na feira, pois os entrevistados mais velhos acabam gastando mais que os mais jovens. Segundo Vedana (2013) com o tempo muitos clientes acabam se tornando amigos dos feirantes e essas relações de amizade reverte-se de forma positiva para os feirantes, essa aproximação não é apenas comercial, mas para manter e



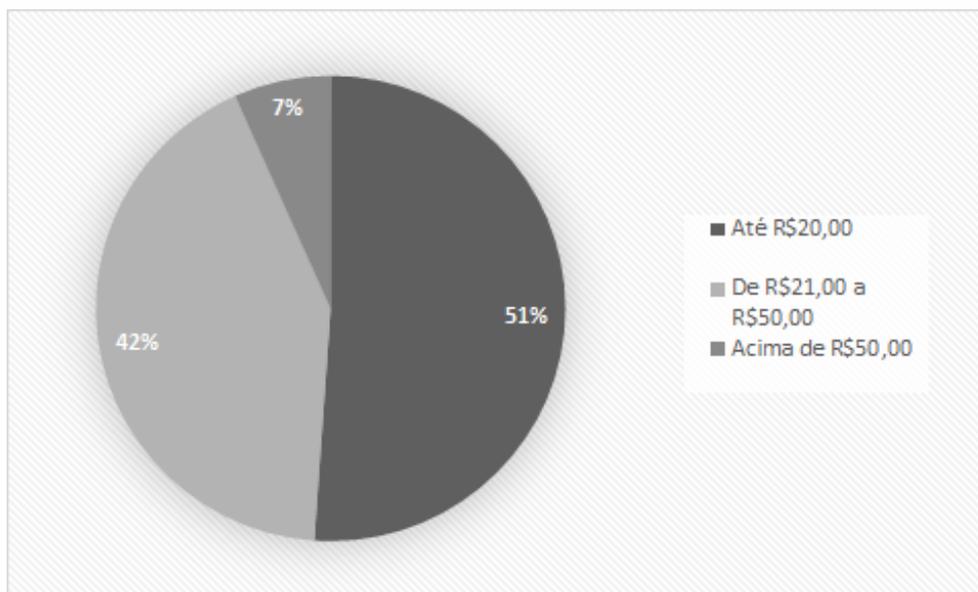
“preservar esses laços, tornando esse trabalho intenso e também prazeroso” (VEDANA, 2013, p.10).

O nível de escolaridade apresentou-se como um fator relevante na quantidade de vezes ao mês que os entrevistados frequentam a feira. Os dados mostram que entrevistados com pós-graduação completa ou incompleta, frequentam até 3,25 dias. Já entrevistados com superior completo frequentam 2,67 dias, com superior incompleto 2,38 dias e ensino fundamental incompleto 1 dia.

Observando o gasto médio por feira, identifica-se que 51% dos entrevistados gastam até R\$20,00 por feira. Estando a feira situada dentro de uma cidade universitária muitos entrevistados costumam fazer um lanche rápido e não gastam muito. Fazendo a relação entre o quanto gasta na feira e a atual ocupação, os servidores públicos gastam em média R\$ 44,38, os estudantes gastam em média R\$17,82 e às demais ocupações identificadas gastam em média R\$ 42,75. Através destes dados pode-se concluir que servidores que apresentam uma renda média mensal de R\$ 5312,00 gastam mais. E estudantes que apresentam uma renda média mensal de R\$ 2145,60 buscam principalmente lanches e alimentos mais baratos, assim, gastando menos.

Quando feita a relação entre quanto costuma gastar na feira e o frequentar a feira por ter amizade com os feirantes, percebemos que os entrevistados que têm uma relação de amizade gastam em média R\$ 41,32, os que não tem esta relação gastam em média R\$ 9,48 e os demais (não concorda, nem discorda) gastam em média R\$ 25,16. Assim, verificou-se que quando há relações de amizade com os feirantes os consumidores acabam gastando mais.

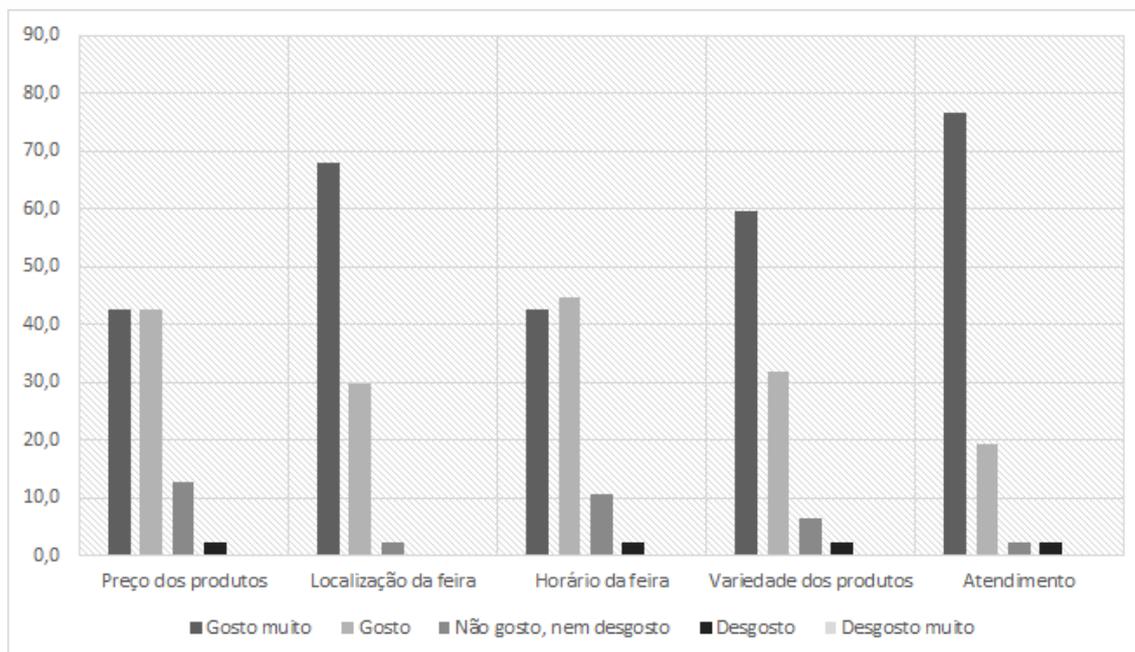
Figura 1 - Gasto médio por feira em reais



Fonte: Dados da pesquisa.

Buscando avaliar o grau de satisfação dos consumidores em relação a alguns aspectos da PoliFeira, foram analisadas percepções onde pode-se observar (Figura 2), que o grau de satisfação dos consumidores é elevado nos quesitos de localização da feira, variedade dos produtos e atendimento. Nos quesitos de preço dos produtos e horário da feira o identificou-se que o grau de satisfação não foi tão elevado.

Figura 2 - Grau de satisfação dos consumidores em relação ao preço, localização, horário, variedade e atendimento na PoliFeira



Fonte: Dados da pesquisa.

Os motivos apresentados buscam identificar se as relações presentes no espaço da PoliFeira vão além do comprar e vender produtos, e de que forma estas relações acontecem. Isso se deu através das perguntas escalonadas na escala *Likert* (Quadro 2) variando concordância total (1) até discordância total (5).

Desse modo, identificamos que os motivos de ir à feira “porque gosto de comprar direto da pessoa que produz o alimento que irei comprar” e “para comprar produtos mais saudáveis” obtiveram os maiores níveis de concordância e os menores desvios padrões, o que mostra uma menor variação nas respostas.

A maior discordância foi encontrada nos motivos “porque tenho amizade com os feirantes” e “apenas para comprar produtos”. Porém é onde se encontram os maiores desvios padrões, indicando que há uma maior variação nas respostas.

Quadro 2 - Motivos para frequentar a PoliFeira

Motivo	Média	Desvio Padrão
Gosto de comprar direto da pessoa que produz o alimento que irei comprar.	1,11	0,312
Para comprar produtos mais saudáveis.	1,24	0,524



Para fortalecer a iniciativa do projeto da UFSM.	1,26	0,793
Porque sei de onde vem o alimento.	1,30	0,749
Gosto de poder conversar com as pessoas de quem eu compro os produtos.	1,47	0,654
Porque tenho confiança nos produtos vendidos.	1,51	0,777
Porque tenho momentos de lazer.	1,89	0,866
Para ter oportunidade de aprender com os feirantes.	1,96	0,932
Apenas para comprar produtos.	2,59	1,309
Porque tenho amizade com os feirantes.	2,70	1,250

Fonte: Dados da pesquisa.

## CONCLUSÃO

Pode-se destacar a grande presença do público jovem, um diferencial encontrado sobre as funções socioeconômicas das feiras livres, visto que geralmente esse público não busca os mercados de proximidade proporcionados pelas cadeias curtas. A importância da iniciativa da PoliFeira acaba aproximando este público diferenciado por estar presente dentro de um ambiente universitário.

Os consumidores estão satisfeitos com o atendimento, localização da feira e variedade dos produtos. Por isso a variedade de produtos é importante, a localização é estratégica dentro a universidade e o atendimento se tornam o diferencial para plena satisfação dos consumidores.

Sendo assim, compreendemos que as feiras são mais que simples espaços de comercialização. É o ambiente onde as relações humanas estão presentes e são valorizadas. O afeto e a confiança estão presentes na relação dos consumidores e feirantes, onde os consumidores buscam além de um alimento o saber de onde vem este alimento e a convivência com quem o produziu. Na PoliFeira estas relações estão presentes, e ela se torna um espaço de lazer, educação e de troca de experiências entre consumidores e feirantes,



onde o mero ato de comprar um alimento se torna um momento de lazer e convivência do urbano com o rural.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, S. P. N. C. **Fazendo a feira: estudo das artes de dizer, nutrir e fazer etnomatemático de feirantes e fregueses da Feira Livre do Bairro Major Prates em Montes Claros – MG.** 2009. 135 f. Dissertação (Mestrado em Educação). Universidade de Montes Claros. Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Social. Montes Claros, MG, 2009.

BALSADI, O. V. **Mudanças no meio rural e desafios para o desenvolvimento sustentável.** São Paulo em Perspectiva: São Paulo, p. 155-165, 2001.

BERNARDINO, V. M. P.; ROCHA, M. M. **Mobilidades, comércio e consumo da feira de Leiria: conflitos de uma centralidade temporária.** Finisterra: Revista Portuguesa de Geografia, Lisboa, n.99, p. 101-117, 2015.

CAPORAL, F. R. (Org.) et al. **Extensão Rural e Agroecologia: temas sobre um novo Desenvolvimento Rural Sustentável.** 1.ed. Brasília: MDA/SAF, v.1, 2009.

DE SOARES, H. M; DA SILVA, T. N. FEW Nexus e sustentabilidade na agricultura familiar: um estudo de caso na PoliFeira da UFSM. **Desenvolvimento em Questão**, v. 20, n. 58, p. e12065-e12065, 2022.

FERREIRA, A. B. H. Dicionário Aurélio eletrônico: século XXI. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999.

HULLEY, S. B. et al. Delineando a pesquisa clínica: uma abordagem epidemiológica. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2008. p. 384.

IBGE. **Censo Agropecuário 2017.** Rio de Janeiro, 2018. Disponível em: <<https://sidra.ibge.gov.br/pesquisa/censo-agropecuario/censo-agropecuario-2017>>. Acesso em: 29 nov. 2019.

LIMA, T., CÂMARA, T. **Importância cultural da feira livre para a população do município de Parnamirim/RN.** Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte–IFRN, 2010.

MASCARENHAS, G., DOLZANI, M. C. S. **Feira livre: territorialidade popular e cultura na metrópole contemporânea.** Goiânia: Ateliê Geográfico, , v.2, n.4, p.72-87, ago. 2008.

MATOS, A.K.V. **Revolução verde, biotecnologia e tecnologias alternativas.** Cadernos da FUCAMP, v.10, n.12, p.1-17, 2010.

MATOS, B. E. S. **O centro da periferia: um recorte espacial da feira livre do Pedregal.** Distrito Federal. (IH/GEA/UnB, Licenciatura. Geografia, 2012). Monografia, Trabalho Final em Geografia II. Universidade de Brasília. Instituto de Ciências. Departamento de Geografia, 2012.



MORAES, F. W., NEDEL, M. V., MULLER, C. R., & DIAS, M. F. P. (2015). **Vantagens e desvantagens de suprimento através das cadeias curtas de fornecimento: o caso do restaurante da Universidade Federal de Pelotas-RS.** In *Congresso da Sociedade Brasileira de Economia e Sociologia Rural* (Vol. 53, pp. 01-20).

MOREIRA, R. J. **Agricultura familiar: processos sociais e competitividade.** Rio de Janeiro: Mauad Editora Ltda, 1999.

NUNES, S. P. **O desenvolvimento da agricultura brasileira e mundial e a idéia de Desenvolvimento Rural.** Boletim eletrônico, DESER–Departamento de Estudos Socioeconômicos Rurais, p.1-15, 2007.

REIS, F.; VIEIRA, S. M. F. **Tudo Junto: pessoas, relações e peculiaridades na feira livre de Viçosa.** In: ANAIS. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XVIII. Prêmio Expocom– Exposição da Pesquisa Experimental em Comunicação, 2011.

RODRIGUES, J. P.; LEHNHART, E. R. **QUAIS OS HÁBITOS DE CONSUMO DOS FREQUENTADORES DA POLIFEIRA DO AGRICULTOR?.** *Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo*, v. 8, n. 3, p. 9-33, 2023.

SANTOS, M. **O espaço dividido: os dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos.** Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1979.

SCHNEIDER, S.; MATTEI, L.; CAZELLA, A. A. **Histórico, caracterização e dinâmica recente do Pronaf – Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar.** Políticas Públicas e Participação Social no Brasil Rural. Porto Alegre, 2004.

SILVA, M. N. S. **O rural e o urbano: quantas questões!** *Caminhos de Geografia: Uberlândia* v. 12, n. 39, p.181 – 197, 2011.

SOUZA, C. R. **As feiras livres como lugares de produção cotidiana de saberes do trabalho e educação popular nas cidades: alguns horizontes teóricos e analíticos no campo trabalho-educação.** *Revista Trabalho Necessário* | ISSN: 1808-799X 13.22 (2015).

SPECHT, S., et al. **É dia de fazer feira na Universidade: análise do perfil do consumidor da PoliFeira.** *Redes: Santa Cruz do Sul.* p.183-197, 2019.

SPOSITO, M. E. B. **Capitalismo e Urbanização.** *Geografia Contexto*, edição digitalizada via Grupo Digital Source, 2010.

VEDANA, V. **Fazer a feira e ser feirante: a construção cotidiana do trabalho em mercados de rua no contexto urbano.** *Horizontes Antropológicos.* 2013, vol.19, n.39, p.41-68.