

## FEIRAS LIVRES E A CONSTRUÇÃO SOCIAL DE MERCADOS ALTERNATIVOS NO NOROESTE DE MINAS GERAIS

Amanda Sthefany Pereira Magalhães<sup>1</sup>

Thiago Vasconcelos Melo<sup>2</sup>

Anderson Alvarenga Pereira<sup>3</sup>

Ezequiel Redin<sup>4</sup>

Diego Azevedo Mota<sup>5</sup>

### Resumo:

Objetivou-se analisar o perfil dos feirantes que comercializam produtos nas diferentes feiras livres do município de Unaí no Noroeste de Minas Gerais. Para isso, foram elaborados e aplicados questionários semi-estruturados que após a análise de cluster possibilitou a divisão dos feirantes em 3 grupos. A maioria dos feirantes se identificam como sendo pertencentes ao gênero masculino, acima de 30 anos, com escolaridade entre fundamental e médio. A maioria dos feirantes produz o alimento que vende, sendo que a comercialização de frutas, legumes e verduras e a venda de comidas merecem destaque. É possível identificar nessa pesquisa a contribuição do tanto da agricultura familiar, quanto dos empreendedores de pequeno porte para a dinamização da economia local e preservação de uma herança cultural e geracional.

**Palavras-chave:** Feirantes; variedade de produtos; perfil.

## STREET MARKETS AND THE SOCIAL CONSTRUCTION OF ALTERNATIVE MARKETS IN THE NORTHWEST OF MINAS GERAIS

### Abstract:

The objective was to analyze the profile of the marketers who sell products in the different street markets of the municipality of Unaí in the Northwest of Minas Gerais. For this, semi-structured questionnaires were elaborated and applied, which after the cluster analysis made it possible to divide the marketers into 3 groups. Most identify themselves as belonging to the male gender, over 30 years old, with schooling between elementary and high school. Most of the marketers produce the food they sell, and the marketing of fruits and vegetables and the

<sup>1</sup> Acadêmica do Curso de Bacharelado em Ciências Agrárias da Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri - Campus Unaí (MG). E-mail: amandacayxeta@gmail.com.

<sup>2</sup> Doutor em Zootecnia pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho/ Campus FCAV/Jaboticabal (2010). Docente do Instituto de Ciências Agrárias do Campus Unaí da Universidade Federal dos Vales Jequitinhonha e Mucuri e docente do Programa de Mestrado Acadêmico em Estudos Rurais da UFVJM. E-mail: thiago.melo@ufvjm.edu.br.

<sup>3</sup> Doutor em Ciências - Bioinformática pela Universidade Federal de São Paulo - UNIFESP (2013). Professor Adjunto C4 e pesquisador do Instituto de Ciências Agrárias do Campus Unaí da Universidade Federal dos Vales Jequitinhonha e Mucuri, docente do Programa de Mestrado Acadêmico em Estudos Rurais da UFVJM. E-mail: anderson.pereira@ufvjm.edu.br.

<sup>4</sup> Doutor em Extensão Rural pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Professor Adjunto do Departamento de Ensino do Colégio Politécnico da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) e Professor do Programa de Pós-Graduação em Estudos Rurais (PPGER) da Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri (UFVJM). E-mail: ezequielredin@gmail.com.

<sup>5</sup> Doutor em Zootecnia pela Faculdade de Ciências Agrárias e Veterinárias (FCAV) - Unesp - Campus de Jaboticabal. Atualmente é Professor Associado II do Instituto de Ciências Agrárias (ICA) da Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri (UFVJM). E-mail: diego.mota@ufvjm.edu.br.

sale of food are worth mentioning. It is possible to identify in this research the contribution of both family farming and small entrepreneurs to the dynamism of the local economy and preservation of a cultural and generational heritage.

**Keywords:** Marketers; variety of products; profile.

## 1. INTRODUÇÃO

As feiras são eventos culturais, econômicos e sociais que envolvem uma herança tradicional repassada de geração em geração (Carvalho & Costa, 2019). Desde os tempos do Oriente Médio já existem indícios da existência das feiras livres, onde as pessoas utilizavam esse espaço para realizar a circulação de mercadorias, fazendo com que houvesse, através destas, a implementação do dinheiro, manutenção do capitalismo e até mesmo o surgimento de cidades. O processo de gênese das feiras livres no Brasil está associado à vinda dos colonizadores portugueses que as introduziram no período colonial com base nos modelos de mercado europeu ao qual estavam habituados, contudo elas não se estabeleceram de imediato devido a dificuldades de instalação (Souza et al., 2014).

Atualmente, existem muitos espaços construídos e estimulados pelas instituições públicas para comercialização de alimentos, artesanatos e demais gêneros com a finalidade de estimular a economia local (Silva et al. 2012; Azevedo & Nunes, 2013). A região sudeste é muito conhecida por possuir produtores de larga escala, em especial, dedicando-se a atividades como grãos, leite e hortifruticultura; e por outro lado, há um número muito expressivo de agricultores familiares que tem na unidade de produção uma ethos voltado a um modo de vida e reprodução econômica no meio rural. Diante das dificuldades de comercialização dos produtos da agricultura familiar houve uma mobilização para a construção das feiras livres no município de Unaí em Minas Gerais, no ano de 1997 (Prefeitura Municipal de Unaí – MG). Quando um município possui uma feira, constitui-se em um espaço que possui uma função social que modifica a organização espacial urbana. As feiras livres possuem um espaço repleto de pessoas, vozes, movimentos e personagens que interagem com suas histórias e sua relação com suas identidades; isso nos faz imaginar o quanto a feira é importante para cada cidade em que está localizada.

A feira é um espaço utilizado por pessoas de diversos locais, etnias e crenças apenas com a finalidade de mostrar o fruto do seu próprio trabalho, que na maioria das vezes é braçal ou artesanal. Nas feiras livres é possível encontrar todos os tipos de mercadoria, de comidas em geral, bem como, até barraquinhas com roupas. Ela pode ser considerada como um importante instrumento para o desenvolvimento local, pois garante que aqueles que não possuem oportunidades de estar no mercado de trabalho, possam ter uma fonte de renda, nem que seja em um emprego informal (Souza et al., 2014).

Os feirantes constroem através das feiras livres um espaço de comercialização direta com os clientes dos produtos que produzem (Rambo et al., 2019). O consumidor é o maior beneficiado, pois tem a garantia de um abastecimento regular e de qualidade, onde na maioria das vezes, os feirantes se adaptam aos seus gostos para melhor lhes satisfazerem. Para a feira o consumidor é de extrema importância, pois é ele que controlará a demanda de mercadorias; eles procuram encontrar em um único lugar vários produtos de preço razoável e de boa qualidade (Araújo & Ribeiro. 2018)

Além de possuir uma importância social, econômica e cultural para as cidades (Carvalho & Costa, 2019), as feiras também têm um grande vínculo com a geração de empregos para as pessoas da zona rural, fazendo com que os produtos provenientes de trabalho próprio tenham valor perante a sociedade. A feira assume um papel fundamental na transformação da vida dos moradores do município, pois a partir dela é possível identificar formas de organização espacial e as mudanças que ocorrem ao longo do tempo. As feiras livres, muitas vezes, criam um intercâmbio entre o campo e a cidade, além de constituir-se em espaços alternativos de produção e consumo em que privilegia o contato entre o consumidor e o produtor, estabelecendo laços de confiança e amizade nesses espaços de troca simbólicos e econômicos.

Cada feira possui uma característica própria, algo que a torna única e os feirantes são seus protagonistas, pois eles trazem vida para a feira, cada um estabelecendo a melhor estratégia de visibilidade para sua mercadoria, além do fato que são espaços que promovem os elementos intangíveis nas relações humanas, como o carinho e preocupação que os feirantes têm com os consumidores e o público presente.

Nesse contexto, considerando a importância das feiras livres, desde a contribuição para o município até a geração de renda e empregos para os moradores da cidade, procurou-se investigar e analisar o perfil dos feirantes que comercializam produtos nas seis diferentes feiras livres do município de Unaí em Minas Gerais.

## 2. MATERIAL E MÉTODOS: CAMINHOS DA PESQUISA

O município de Unaí, localizado na mesorregião Noroeste de Minas Gerais, é potencialmente produtor de commodities, geralmente uma agricultura de larga escala (feijão, soja, etc.). Por outro lado, há também inúmeros assentamentos rurais que, em certos momentos, aderiram as culturas comerciais e, em outros, adotam diferentes estratégias produtivas para fortalecer o autoconsumo da família e a comercialização do excedente. A feira, portanto, é um espaço de contra movimento que faz a inclusão dos agricultores e intermediários, movimentando a economia do local e no local.

Nesse contexto, foram elaborados questionários relacionados aos feirantes, de modo a entender e caracterizar o perfil das pessoas que trabalham nas feiras livres de Unaí, MG. Os questionários foram aplicados em seis feiras livres municipais que estão instaladas nos bairros Canabrava, Divineia, Cachoeira, Primavera, Centro e Canaã. O período foi de três meses, iniciando no mês de setembro de 2018 e finalizando a pesquisa em dezembro de 2018. Adiante, apresentam-se os detalhamentos dos funcionamentos das feiras que foram investigadas em Unaí (tabela 1).

Tabela 1: Descrição das feiras no município de Unaí, MG

Feira	Bairro	Dia da semana do funcionamento da feira	Horário de funcionamento	Número total de feirantes
1	Canabrava	Quarta – feira	16h às 23h	20
2	Divineia	Quinta – feira	16h às 23h	18
3	Cachoeira	Sexta – feira	16h às 23h	7
4	Primavera	Sexta – feira	17h às 23h	9
5	Centro	Sábado	05h30 às 13h	34
6	Canaã	Domingo	05h30 às 13h	21

Fonte: Elaboração própria.

Inicialmente, a coleta dos dados estava prevista para ser desenvolvida em todas as feiras e pessoas envolvidas neste espaço existentes, porém, para que a feira se constitua como um espaço formal, é necessário a criação de associação (com presidente e comissão), sendo obrigatório que a feira assim como os feirantes estejam registrados, possuindo alvará de funcionamento. Por não atender a esses quesitos, a feira que localizada no Bairro Mamoeiro não foi inclusa nesta pesquisa, bem como, não foi possível entrevistar todas as pessoas que participam das feiras, pois uma boa parte está inscrita na feira, sendo considerados como vendedores ambulantes. Vale lembrar que boa parte das feiras livres no Brasil não possuem registro e organização como as feiras de Unai em Minas Gerais, fato que demonstra uma organização de várias instituições para a construção social de um espaço com regras e legitimado socialmente e legalmente.

Nesta pesquisa 50 feirantes, que trabalham em diferentes feiras, responderam os questionários, sendo que, cada feirante pode trabalhar no máximo em 5 feiras por semana, pois as feiras do Bairro Cachoeira e Primavera acontecem no mesmo dia e horário.

Os questionários semiestruturado aplicados possuíam 18 perguntas abrangendo questões como gênero, escolaridade, renda, tipo de produto comercializado, tempo que trabalha na feira, entre outras questões.

Após os questionários, os dados coletados foram organizados em planilhas, na utilização do programa Microsoft Excel, de modo a se realizar a análise estatística descritiva dos resultados. Para a análise quantitativa, os dados coletados foram avaliados por meio da análise de cluster na utilização do método hierárquico e adotado o modelo Ward, o qual, agrupa as perguntas e respostas, de modo que cada sistematização formou grupos similares.

### **3. RESULTADOS E DISCUSSÃO: O CONTEXTO ATUAL DOS FEIRANTES EM UNAI, MINAS GERAIS**

Após análise de cluster dos dados obtidos pelos questionários, os feirantes foram agrupados em 3 grupos ou aglomerados. Ou seja, cada grupo foi representado pelos números 1, 2 e 3 de feirantes que apresentaram semelhanças entre si, conforme apresentado na Figura 1. O grupo 1 contou com 15 feirantes, o grupo 2 com 18 e no grupo 3 foram aglomerados 17 feirantes.

A tabela 2 apresenta a identificação dos feirantes nas variáveis gênero, idade, escolaridade e local de residência. Os dados demonstram que independente do grupo analisado, a maioria dos feirantes se identificam como sendo pertencentes ao gênero masculino. Devido ao trabalho na feira ser cansativo, exigir força para montar e desmontar barracas, ter que carregar caixas com mercadorias para venda, é possível entender o motivo pelo qual a maioria dos feirantes é do gênero masculino. SOUZA et al., (2017) analisando o perfil socioeconômico dos feirantes do Complexo do Ver-o-Peso, em Belém-PA, verificou-se que houve a maior participação do gênero masculino nos setores estudados, entretanto, os autores destacam como fundamental o papel das mulheres no desenvolvimento da atividade, seja como proprietária do espaço de venda ou como auxiliar.



O trabalho na feira é algo pesado e muitas mulheres que ali trabalham, já possuem uma idade mais avançada, não possuindo tanta força física para o trabalho braçal. A mulher na feira geralmente é vista como a esposa, filha ou neta do dono da barracinha, raramente é possível encontrar a mulher na condição de proprietária aquelas que são as donas da barraca, sempre possuem um ajudante para auxiliá-la com o trabalho pesado relativo aos ofícios exigidos em um espaço de feira livre. Devemos ressaltar que a quebra desse paradigma, e a utilização das feiras livres como ferramenta de empoderamento feminino vem sendo analisado em outras regiões (Gomes et al., 2016), fato que pode também ser estimulado em nossa região, e que de certa forma já ocorre, visto que nos grupos 1; 2 e 3 apresentaram 46,67; 38,89 e 35,29% dos feirantes responsáveis pelo ponto se identificando como pertencente ao gênero feminino. Vale ressaltar que no questionário aplicado existia as opções (não se identifica com os gêneros anteriores e prefere não opinar, contudo estas opções não foram selecionadas por nenhum dos entrevistados)

Com os dados de idade dos feirantes é possível verificar que, boa parte deles, estão na fase adulta e destacou-se que a maioria está com idade mais avançada. De acordo com dados publicados em 2018 pela Organização Internacional do Trabalho (OIT) o trabalho informal é mais comum entre jovens e pessoas com mais de 54 anos.

Observou-se que 100; 94,44 e 82,36% dos feirantes dos grupos 1; 2 e 3, respectivamente possuem mais de 30 anos de idade, sendo que 60; 50 e 41,18% dos feirantes dos grupos 1; 2 e 3 possui mais que 45 anos de idade. É possível afirmar que a feira possui um número elevado de trabalhadores mais velhos devido à falta de capacitação, oportunidade e experiências no ramo de trabalho profissional. Outro ponto que se aplica é que muitos feirantes estão neste espaço por tradição, como se trabalhar na feira fosse uma espécie de herança deixada pelos pais e pelos avós. Um outro motivo que se pode aferir é a volta ao trabalho como um método de distração, uma estratégia de ocupar um tempo que seria improdutivo.

No processo de caracterização dos feirantes Unaienses procurou-se compreender o nível de escolaridade (Tabela 3). De acordo com a OIT, em 2018 metade das pessoas que estão no posto informal não têm educação formal ou não ultrapassam o nível primário, apenas 7% têm um grau de educação elevado. Os feirantes que não possuem nenhuma escolaridade ou possuem apenas ensino fundamental, que são 53,34; 50 e 35,29% dos feirantes dos grupos 1; 2 e 3, respectivamente, são os que provém do meio rural e, por diversos problemas vivenciados quando jovens, não tiveram uma oportunidade de continuar os estudos. Pessoas com baixo nível de escolaridade normalmente são originárias de famílias que possuem um histórico de dificuldades, em que os filhos precisavam ajudar os pais com o serviço na fazenda no sentido de auxiliar no sustento da família.

Já os feirantes que conseguiram concluir o ensino médio e até mesmo realizaram uma graduação, representam 46,66; 50 e 64,70%, nos grupos 1; 2 e 3, respectivamente. Tal fato é explicado em função de que muitos vivem no meio urbano, com maiores oportunidades de estudo. Maiores níveis de escolaridade permitem aos feirantes a possibilidade de ampliar seus conhecimentos e a melhoria nas atividades de gestão e comercialização dos seus produtos (Schuster et al., 2020), fato extremamente importante para a saúde financeira de qualquer atividade.

Tabela 3. Relacionamento e tempo de trabalho dos feirantes e opinião sobre as localizações de realização das feiras do município de Unaí, MG.

Grupos	Trabalha apenas nas feiras	
	Sim	Não
G1	60,00	40,00
G2	38,89	61,11
G3	11,76	88,24

  

Grupos	Tempo que trabalha nas feiras			
	Desde quando começou	Menos de 4 anos	Entre 4 e 8 anos	Mais de 8 anos
G1	6,67	13,33	60,00	20,00
G2	11,11	5,56	61,11	22,22
G3	11,76	29,41	35,29	23,53

  

Grupos	Quantidade de feiras trabalhadas semanais					
	Só quando tem mercadoria	1 feira	2 feiras	3 feiras	4 feiras	5 feiras
G1	0,00	0,00	20,00	26,67	33,33	20,00
G2	0,00	55,56	33,33	11,11	0,00	0,00
G3	0,00	52,94	41,18	5,88	0,00	0,00

  

Grupos	Feiras nas vias públicas atrapalham o trânsito e a população	
	Sim	Não
G1	6,67	93,33
G2	0,00	100,00
G3	17,65	82,35

  

Grupos	As feiras deveriam ter um local fixo	
	Sim	Não
G1	60,00	40,00
G2	61,11	38,89
G3	41,18	58,82

Fonte: Elaboração própria.

Em relação ao local de residência das famílias dos feirantes, os grupos 1 e 3, que representam um total de 32 feirantes, responderam que residem na cidade. Já no grupo 2, o qual é composto de 18 feirantes, 22,22 e 77,78% dos entrevistados relataram que residem na cidade e na zona rural (pequenas chácaras, assentamentos ou em áreas da agricultura familiar), respectivamente.

Os feirantes que vivem no meio rural e possuem oportunidade de trabalhar na feira são aqueles que têm um meio de transporte próprio, o que facilita o deslocamento, devido muitos morarem em locais afastados, sendo que o veículo é um dos principais fatores da permanência deles nas feiras livres. Os feirantes que residem na cidade, por sua vez, têm maior facilidade para acesso aos locais de trabalho, e mesmo que alguns não possuam veículo próprio, estes alugam algum veículo para transporte das mercadorias até as feiras livres, além de alguns deles serem revendedores das mercadorias que comercializam. As feiras de Unaí podem ser denominadas de acordo com (Guerra & Souza 2010) como um misto de “feira urbana de

abastecimento” ou “feira do produtor” quando há presença do vendedor direto, ou como “feira de mercado” quando existem intermediários.

A Tabela 3 apresenta o relacionamento e tempo de trabalho dos feirantes e opinião sobre as localizações de realização das feiras do município de Unaí, MG. Em relação a exclusividade de trabalho dos feirantes somente ser nas feiras livres somente o grupo 1 apresentou maioria, sendo que 60% dos entrevistados responderam que somente trabalha com as feiras. Já os grupos 2 e 3 apresentaram, 61,11 e 88,24%, maioria dos feirantes, tendo além da feira um outro vínculo emprego/geração de renda.

Os entrevistados relataram que com o aumento do custo de vida, o pouco ingresso financeiro da feira, para muitos, não é suficiente para manutenção da família, principalmente para os feirantes que exercem essa função em somente 1 feira semanal, que são 55,56 e 52,94% dos entrevistados dos grupos 2 e 3, respectivamente. Os feirantes que afirmaram trabalhar apenas na feira, são aqueles que trabalham em mais de 2 feiras durante a semana, o que lhes permite aumentar os indicadores de comercialização, enquanto os feirantes que trabalham apenas em uma feira por semana, procuram outra fonte para complementar sua renda. Segundo Santos et al. (2014), avaliando o impacto na renda de produtores oriundos da agricultura familiar agroecológica que revendem seus produtos semanalmente na Feira Agroecológica em Mossoró, destacou que 90% dos grupos familiares tem a feira como sua única geração de renda, sendo que tal fato se aplica pelo motivo desta feira ter como único objetivo o escoamento da produção da associação destes produtores e que esta feira comercializa somente produtos agroecológicos, o que busca um nicho de mercado específico de consumidores que querem este tipo de produto.

Foi perguntado há quanto tempo cada feirante participava das feiras (Tabela 3) e 6,67; 11,11 e 11,76% dos entrevistados dos grupos 1; 2 e 3 participam de pelo menos uma das feiras desde quando ela começou em 1997 e isso mostra o quanto eles batalharam para continuidade neste local de comercialização. Muitas famílias que iniciaram as atividades nas feiras não estão presentes em função da desistência e o baixo retorno das vendas, expectativas estas que foram frustradas. Além disso, muitas, não possuem condições de deslocamento para a feira ou não têm pessoas suficientes para o trabalho que se exige no espaço. A maioria dos feirantes, independente do grupo analisado, está na feira de 4 a 8 anos, fato que pode estar relacionado com algumas feiras, como dos bairros Canabrava, Divinéia, Cachoeira e Primavera, serem espaços novos na cidade e esses feirantes terem iniciado seus trabalhos no momento de sua fundação.

Como a maioria das feiras livres estão instaladas nas ruas, procurou-se saber qual a opinião dos feirantes sobre a localização (Tabela 3). Do total de 50 entrevistados apenas 4, o que representa 6,67 e 17,65% dos feirantes dos grupos 1 e 3, acreditam que as feiras que estavam instaladas em vias públicas atrapalhavam o trânsito ou as pessoas que residiam no local, enquanto 46, que representa 93,33; 100 e 82,35% dos feirantes dos grupos 1; 2 e 3, afirmam que as feiras não atrapalham as vias.

Vale destacar também a opinião de um dos participantes da feira: “A tradição de uma feira é que você sempre verá ela na rua com toda aquela bagunça”, afirma o senhor Manoel Pereira dos Santos, um dos feirantes de Unaí. Essa menção do entrevistado explica o motivo pelo qual a maioria dos feirantes pensam que as feiras não são fator de perturbação logística e social.

Os dados apontam que 60; 61,11 e 41,18 dos entrevistados acreditam que as feiras deveriam ser em um local fixo para a feira (com cobertura, banheiro, sala de reunião),

enquanto 40; 38,89 e 58,82% dos feirantes dos grupos 1;2 e 3 discordam dessa institucionalização de local (Tabela 3). É característico da feira, o fato de ser instalada em uma rua da cidade, e também se sustenta que feiras fixas não chamam atenção dos consumidores, enquanto as feiras que estão cada dia em uma rua diferente atraem mais as pessoas daquele bairro. Isso é um fator social determinante na dinâmica das feiras livres em Unai, ou seja, uma questão de compra por identidade territorial, ou seja, o consumidor estimula a compra para incentivar a feira do seu bairro e também como uma forma de sociabilidade no espaço geográfico local.

Os feirantes que preferem um local próprio para a feira afirmam que eles teriam mais comodidade para trabalhar, que na época das chuvas eles não estariam preocupados com o estrago da mercadoria e que existiria maior segurança em um local fixo e apropriado. Enquanto os feirantes que não apoiam um local próprio defendem que a feira perderia sua principal característica, que é aquela bagunça organizada, em outras palavras, uma construção social e auto-organizada com o tempo das suas racionalidades e dinâmicas de instalação, comercialização e consumo

Tabela 4. Relacionamento de trabalho dos auxiliares das barracas e capacitação do poder público visando melhorias nas feiras

Grupos	As pessoas que trabalham na barraca são?	
	Apenas funcionários	Familiares
G1	13,33	86,67
G2	5,56	94,44
G3	29,41	70,59
<b>Todos recebem remuneração?</b>		
	Sim	Não
G1	33,33	66,67
G2	5,56	94,44
G3	41,18	58,82
<b>Recebe apoio e/ou capacitação de órgão público visando a melhoria na feira</b>		
	Sim	Não
G1	6,67	93,33
G2	16,67	83,33
G3	11,76	88,24

Fonte: Elaboração própria.

A tabela 4 mostra o relacionamento de trabalho dos auxiliares das barracas e capacitação do poder público visando melhorias nas feiras. Foi possível identificar que 42 feirantes trabalham apenas com pessoas da família, o que representa 86,67; 94,44 e 70,59% dos feirantes dos grupos 1, 2 e 3, respectivamente, enquanto 8 feirantes possuem funcionários, o que em porcentagem representa 13,33; 5,56 e 29,41% dos feirantes dos grupos 1; 2 e 3, respectivamente. Além disso, 66,67; 94,44 e 58,82% dos feirantes não remuneram as pessoas que ajudam no trabalho da feira, enquanto 33,33; 5,56 e 41,18 pagam as pessoas que o ajudam (Tabela 4). É possível ver que a maioria dos feirantes Unaienses contam com a ajuda de seus familiares e não os remuneram, isso porque muitos feirantes são casados com seus ajudantes, ou

colaborador é o (a) filho (a) que mora no mesmo domicílio. Ramos et al., 2019 caracterizando as feiras-livres, os feirantes e os alimentos comercializados na cidade de Pelotas/RS, verificaram que a maioria dos feirantes contava com o trabalho de até duas pessoas, explicando que os familiares constituem a principal força de trabalho, tanto na produção como na comercialização e coloca a feira como um negócio de família.

Por outro lado, aqueles que remuneram seus funcionários, são aqueles feirantes que não contam com ajuda de seus familiares para o trabalho, tendo assim que contratar alguém para auxiliá-los. E os feirantes que remuneram os familiares que os ajudam, compreendem que a remuneração é um estímulo para continuar recebendo o auxílio da família no trabalho. Vega & Hidalgo (2013), avaliaram que a remuneração percebida é um dos fatores importantes que afetam a satisfação e a produtividade de trabalhadores em feiras livres chilenas. Diferente do mercado formal, onde existem leis trabalhistas rigorosas, o mercado informal, como por exemplo as feiras livres, tem como patrão e funcionário o próprio trabalhador ou sua família.

A falta de uma remuneração regular, sem carteira assinada associada a não contribuição à previdência social, acarretam que os feirantes e a maioria dos seus auxiliares ficam de fora dos benefícios sociais, como aposentadoria. Tal fato, desperta a importância de auxílio governamental visando uma melhor educação financeira e de gestão por parte dos feirantes na condução dos seus negócios. O fato discorrido acima, demonstra muito bem a resposta sobre se o feirante recebe apoio e/ou capacitação de órgãos públicos visando a melhoria das feiras, onde a grande maioria (93,33; 83,33 e 88,245 dos feirantes dos grupos 1; 2 e 3) não recebem nenhum tipo de auxílio governamental na melhoria das estrutural e logística das feiras nem na capacitação na produção dos produtos vendidos, sejam eles produzidos ou confeccionados na cidade ou na zona rural.

Na tabela 5 apresenta-se a produção e tipo de mercadorias comercializadas das feiras do município de Unaí, MG. Foi indagado os feirantes se os mesmos produziam a mercadoria que vendiam, sendo que 80,00; 94,44 e 64,71% dos entrevistados dos grupos 1; 2 e 3, responderam de maneira positiva e esse questionamento. Neste grupo estão os vendedores de comidas diversas (pastel, tapioca, caldos, pão de queijo, porções diversas) somado os parte dos feirantes que produzem e vendem fruta, legume, verdura (FLV), carnes em geral e laticínios e/ou derivados. Contudo, 20,00; 5,56 e 35,29 dos feirantes dos grupos 1; 2 e 3 não produzem o que vendem, que consistem exclusivamente de feirantes que vendem fruta, legume, verdura (FLV), mas que são atravessadores ou buscam sua mercadoria no CEASA de cidade de Brasília, a qual é próxima de Unaí, para revender. Souza et al., (2014), estudando a feira livre do município de Guarabira, situada na mesorregião do Agreste Paraibano constatou que as mercadorias vendidas na feira provêm tanto do trabalho próprio quanto de pequenas fábricas e de lojas de cidades próximas.

Mostrar seu próprio trabalho é o que motiva os feirantes, isso em virtude de que a maioria produz o que vende, pois usam a feira para divulgação de seu trabalho. Porém, existem aqueles feirantes que não possuem um local para produzir, comprando, como por exemplo, suas verduras no Ceasa em Brasília -DF, e trazendo para revender na feira; ou alguns, como o senhor Juleice Alves que comercializa carne de porco, são estes que estão com estratégias de revender produtos para ajudar um parente que não possui condições de ir à feira. Esse caso é um fator relevante na dinamização das estratégias colaborativas de reprodução das famílias, uma auxilia no ingresso de renda da outra, em parceria. Os motivos pelo qual os feirantes não produzem sua própria mercadoria são diversos, como falta de tempo, local apropriado, pouco dinheiro para se investir.

Tabela 5. Produção e tipo de mercadorias comercializadas das feiras do município de Unaí, MG.

Grupos	Produz o que vende	
	Sim	Não
G1	80,00	20,00
G2	94,44	5,56
G3	64,71	35,29
<b>Venda fruta, verdura e legume</b>		
	Sim	Não
G1	0,00	100,00
G2	77,78	22,22
G3	11,76	88,24
<b>Venda de carnes e embutidos</b>		
	Sim	Não
G1	6,67	93,33
G2	0,00	100,00
G3	5,88	94,12
<b>Venda de laticínios e/ou derivados</b>		
	Sim	Não
G1	0,00	100,00
G2	22,22	77,78
G3	0,00	100,00
<b>Venda de comidas</b>		
	Sim	Não
G1	86,67	13,33
G2	22,22	77,78
G3	35,29	64,71

Fonte: Elaboração própria.

Essa diversidade de produtos comercializados também pode ser observada por Costa & Santos (2016) que trabalharam analisando as dinâmicas econômicas espaciais da feira livre de São Bento em Cascavel/CE, onde os autores classificaram os produtos comercializados em quatro grupos, sendo eles, manufaturados, alimentos, artesanais e animais e plantas.

É possível verificar a existência de uma enorme variedade de produtos comercializados nas feiras de Unaí, entretanto, comida e FLV se destacam, pois são as barraquinhas em maior quantidade. As barraquinhas que vendem FLV foram representadas por 77,78 e 11,76% dos feirantes dos grupos 2 e 3, já em relação a venda de comidas em geral, 86,67; 22,22 e 35,29% das barracas dos grupos 1; 2 e 3 revendem alguma comida. Estas características demonstram que as feiras de Unaí além de serem um ponto de abastecimento são um local de encontro de amigos que visa a confraternização familiar e fortalecimento dos laços de amizade.

Ainda pode-se destacar que 6,67 e 5,58% dos feirantes dos grupos 1 e 3, além de 22,22% dos entrevistados do grupo 2, revendem carnes e/ou embutidos ou leite ou seus derivados. O consumo de alimentos provenientes diretamente dos agricultores ou produtos direto da roça, realmente é algo bem apreciado na região do Noroeste de Minas, região onde está situada a cidade de Unaí-MG. Silveira et al., (2018) discutem-se os usos e significados do termo *Roça* como atributo de produtos comercializados no Brasil, onde os resultados indicaram que, para produtores e distribuidores, roça apresentava-se relacionada a significados que remetiam à tradição e à nostalgia e para os consumidores, além do significado relativo à tradição, também houve alusões à origem confiável dos alimentos associando-os à natureza, daí o seu valor, remetendo-os, portanto, a um mercado, por vezes, considerado informal contrapondo-se aos produtos de origem industrial.

Não há registro de feirantes, independente dos grupos analisados, que vendem artesanato, plantas e vestuários (Tabela 5) e por esse motivo não foram colocados estes dados expressos numericamente na tabela. Souza et al. (2014), em suas pesquisas sobre as feiras livres em 2014 destacaram que as mercadorias vendidas nas feiras provêm de propriedades agrícolas, pequenas fábricas e artesanato.

Neste aspecto, destaca-se que a comercialização de produtos nas feiras livres é um dos elos da cadeia produtiva, a qual que cinge vários personagens sociais que se diferem sob diversos aspectos. Esse processo tem o objetivo de levar as mercadorias desejadas pelo consumidor final, ao lugar e no tempo definido, na forma e nas quantidades solicitadas com preços justos para todos os atores dessa cadeia. Além disso, o ambiente da feira promove a convivência da comunidade proporcionando além de espaço de comercialização, um ambiente cultural.

#### 4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo dos feirantes do município de Unaí em Minas Gerais trouxe um diagnóstico do perfil das pessoas que contribuem para a cultura da cidade, geração de emprego e criação de um espaço de socialização para os Unaienses.

As feiras livres abrem um espaço não apenas para as pessoas mostrarem o potencial do seu trabalho, mas também para a quebra de um paradigma de que apenas produtores de larga escala podem movimentar a economia do município. É possível identificar nessa pesquisa a contribuição tanto da agricultura familiar, quanto dos empreendedores de pequeno porte (ambulantes e revendedores) para a dinamização da economia local e preservação de uma herança cultural e geracional.

Nesta pesquisa é possível identificar que a maioria dos feirantes Unaienses utilizam a feira como uma fonte de renda extra, sendo que boa parte são do gênero masculino e possuem um bom nível de escolaridade. Existem nas feiras uma grande variedade de produtos que são comercializados, que abrange desde gêneros alimentícios até o vestuário, sendo os produtos, os mais comercializados são comidas e verduras, e que a maioria dos feirantes são atravessadores e não produtores. Esses resultados, em especial, apontam que as feiras livres são espaços de diversidade, de negócios alternativos e que apresentam elementos econômicos e não econômicos nas transações e na dinamização de espaços alternativos de comercialização e consumo, em que produtor e consumidor se conhecem e estabelecem vínculos de confiança e amizade em suas relações.

## REFERÊNCIAS

- ARAÚJO, A.M.; RIBEIRO, E.M. Feiras, feirantes e abastecimento: uma revisão da bibliografia brasileira sobre comercialização nas feiras livres. **Estudos Sociedade e Agricultura**, v.26, n.3, p.561-583, 2018. DOI: <https://doi.org/10.36920/esa-v26n3-4>.
- AZEVEDO, M.B.A.; NUNES, E.M. As feiras da agricultura familiar: um estudo na Rede Xique Xique nos territórios Açu-Mossoró e Sertão do Apodi (RN). **Revista Geotemas**, v.3, n.2, p.59-70, 2013.  
Disponível em: <http://periodicos.apps.uern.br/index.php/GEOTemas/article/view/613>.
- CARVALHO, D.M.; COSTA, J.E. Comercialização agrícola em Itabaiana/SE: o caso da feira livre. **Revista GeoNordeste**. v.1, p.239-257, 2019. DOI: <https://doi.org/10.33360/RGN.2318-2695.2019.i1p239-257>.
- COSTA, M.R.; SANTOS, D.M. Feiras livres: dinâmicas espaciais e relações de consumo. **Geosaberes**, v.6, n.3, p.653 – 665, 2016. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5548158>.
- GUERRA, G.A.D.; SOUZA, C.A.M. Feiras em Altamira, Pará: Confluências de universos de significação. *Amazonica* - **Revista de Antropologia**, v.2, n.1, p.116-131, 2010. DOI: <http://dx.doi.org/10.18542/amazonica.v2i1.345>.
- GOMEZ, M.; LUCENA, E.A.R.M.; MANDARINO, A.C.S.; GOMBERG, E. Emponderamento da mulher através de feiras agroecológicas na cidade de Ilhéus, Bahia/Brasil. **Fórum Sociológico**, v.29, n.6, p.1-15, 2016. Disponível em: <http://sociologico.revues.org/1505>.
- RAMBO, A.G.; POZZEBOM, L.; VON DENTZ, E. Circuitos curtos de comercialização e novos usos do território: considerações sobre o PNAE e as feiras livres. **Revista Grifos**, v.28, n.46, p.10 – 26, 2019. DOI: <https://doi.org/10.22295/grifos.v28i46.4415>.
- RAMOS, C.I.; GIGANTE, D.P.; BENDER, E.G.; VALÉRIO, I.D. Feiras livres de Pelotas/RS: uma análise sob a perspectiva da Segurança Alimentar e Nutricional. **Ágora**, v.21, n.1, p.55-65, 2019. DOI: <https://doi.org/10.17058/agora.v21i1.13088>.
- SANTOS, C.F.; SIQUEIRA, E.S.; ARAÚJO, I.T.D.; MAIA, Z.M.G. A agroecologia como perspectiva de sustentabilidade na agricultura familiar. **Ambiente & Sociedade**, v.17, n.2, p.33-52. 2014. DOI: <https://doi.org/10.1590/S1414-753X2014000200004>.
- SCHUSTER, T.A.; PAGNUSSAT, A.; SILVA CUNHA, D.R.; PROCHNOW, K. Contabilidade gerencial e o uso das ferramentas de gestão: Estudo com Feirantes de um Município do Noroeste de Mato Grosso. **RCA-Revista Científica da AJES**, v.9, n.19, p.107-131, 2020. Disponível em: <http://www.revista.ajes.edu.br/index.php/rca/article/view/392>.

SILVA, M.P.; MERCANTE, M.A.; SILVA, V.P. Efeitos territoriais de grandes empreendimentos urbanos: o território da feira central de Campo Grande e as transformações no espaço. **Novos Cadernos NAEA**, v.15, n.2, p.85-109. 2012. DOI: <http://dx.doi.org/10.5801/ncn.v15i2.755>.

SILVEIRA, L.N.; FIÚZA, A.L.C.; BRITO, L.M. A roça como atributo qualificativo dos produtos alimentares naturais e tradicionais em Minas Gerais, Brasil. **Agroalimentaria**, v.24, n.46, p.133-148. 2018. Disponível em: [https://www.redalyc.org/journal/1992/199257822009/199257822009\\_2.pdf](https://www.redalyc.org/journal/1992/199257822009/199257822009_2.pdf).

SOUSA, E.; ALVES, R.J.M.; SILVA, J.M.S.; DIAS, N.M.; SILVA, L.C. Prospecção socioeconômica em feiras livres: o caso do Complexo do Ver-o-Peso, Belém, Pará, Brasil. **Revista ESPACIOS**, v.38, n.36. p.60-65. 2017. Disponível em: <https://www.revistaespacios.com/a17v38n36/a17v38n36p05.pdf>.

SOUZA, D.H.B.; DANTAS, J.C.; MATIAS, T.H.B.O.; MOREIRA, E. Feira livre e cultura popular: espaço de resistência ou de subalternidade. **Anais do VII congresso dos geógrafos**. Vitória. Brasil. 2014. Disponível em: [http://www.cbg2014.agb.org.br/resources/anais/1/1404426677\\_ARQUIVO\\_FEIRALIVREECULTURAPOPULARESPACODERESISTENCIAOUDESUBALTERNIDADE.pdf](http://www.cbg2014.agb.org.br/resources/anais/1/1404426677_ARQUIVO_FEIRALIVREECULTURAPOPULARESPACODERESISTENCIAOUDESUBALTERNIDADE.pdf).

VEGA, M.M.C.; HIDALGO, J.F.O. Estudio de la relación entre satisfacción laboral y el desempeño de los trabajadores de las ferias libres. **Contaduría y Administración**, v.58, n.2, p.39-60, 2013. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0186-1042\(13\)71209-9](https://doi.org/10.1016/S0186-1042(13)71209-9).

*Recebido em 18/04/2023*  
*Aprovado em 03/07/2023*