



**A DINÂMICA DE CONSUMO E PRODUÇÃO NA FEIRA LIVRE DE MEDINA,
MINAS GERAIS¹**
AN ANALYSIS OF THE CONSUMPTION AND PRODUCTION DYNAMICS AT THE
MEDINA FREE FAIR, MINAS GERAIS

Lucas Fernandes
Mestrando em Sociedade, Ambiente e Território - UFMG/Unimontes
lucas.fernandes@trias.ngo
Eduardo Magalhães Ribeiro
Professor Titular do Instituto de Ciências Agrárias - UFMG
eduardoribeiromacuni@gmail.com
Flávia M. Galizoni
Professora Associada do Instituto de Ciências Agrárias – UFMG
flaviagalizoni@yahoo.com.br
Patrícia Correia
Mestranda em Sociedade, Ambiente e Território - UFMG/Unimontes
patriciamileno@gmail.com

Grupo de Trabalho (GT): 5 Agricultura familiar e ruralidades

INTRODUÇÃO

Feiras livres são entidades sólidas que se movem pelas sociedades ao longo do tempo. Esses espaços são carregados de tradições e crenças, além disso, revelam sua importância na expressão da cultura e da identidade dos territórios. Aspectos econômicos e sociais estão presentes também, pois as feiras livres são importantes meios para a geração de renda, ocupação, para o abastecimento, e fomento da economia local; ademais, nelas, há um fluxo intenso de trocas sociais.

Numa parceria entre grupo de pesquisa da UFMG e o Sindicato de Trabalhadores e Trabalhadoras Rurais de Medina (STTR Medina), foi organizada uma pesquisa qualitativa para delinear perfil geral, hábitos e costumes de feirantes e consumidores da feira livre do município de Medina, Minas Gerais, no propósito de apoiar o conjunto de estudos realizados na região e lançar possibilidades para o fortalecimento desse equipamento.

Dentre os objetivos acordados entre as organizações, foi estabelecido, como objetivo geral, analisar a importância da feira livre para consumidores e feirantes da agricultura familiar, investigando as condições de atuação dos feirantes e o perfil dos compradores.

A pesquisa foi organizada em três etapas, que ocorreram entre os meses de janeiro e março de 2020. A primeira etapa balizou-se na pactuação dos objetivos e no levantamento preliminar de campo; o segundo momento concentrou-se na aplicação das entrevistas aos feirantes e aos consumidores; por fim, realizou-se o tratamento dos dados e a devolução para as partes envolvidas.

Este trabalho está organizado em sete seções. A primeira parte introduz os temas que serão tratados e objetivos deste trabalho. No segundo tópico, é realizada uma breve contextualização teórica, na terceira parte, é feita uma apresentação do município de Medina, a seguinte, quarta seção, refere-se ao percurso metodológico realizado. Na quinta parte, são apresentadas informações relacionadas ao perfil dos consumidores e aos seus hábitos de consumo, além de recomendações e considerações gerais. No sexto tópico, os resultados

¹ A pesquisa que originou este artigo foi apoiada pelo CNPq e Fapemig, aos quais os autores agradecem.



discutidos são relativos ao perfil dos feirantes, à dinâmica produtiva das famílias produtoras de alimentos, às características de consumo, considerações e recomendações gerais. Ao final, na sétima parte deste estudo, é feita a apresentação das considerações parciais gerais.

AGRICULTURA FAMILIAR, FEIRA LIVRE E ABASTECIMENTO URBANO

A produção familiar agrícola foi tratada como uma categoria analítica por diversas correntes dos estudos econômicos e sociológicos. Como efeito, a agricultura familiar e camponesa – tipologia utilizada para ilustrar, entre outros aspectos, a produção familiar agrícola – está presente no desenvolvimento das sociedades e dos sistemas econômicos. Para Abramovay (2012), essa categoria tem um papel relevante no sistema capitalista, devido a sua capacidade para responder às políticas públicas, incorporação técnica em seu sistema de produção e integração total ou parcial aos mercados locais e nacionais.

As unidades familiares agrícolas de produção tiveram função decisiva para o desenvolvimento econômico e a distribuição de renda em países europeus, por meio da garantia do abastecimento da população urbana. O processo produtivo guiado pela agricultura familiar e camponesa contribui para o equilíbrio necessário para a reprodução da vida, isto é, elementos como produção e consumo familiar estão relacionados ao balanço de satisfação das necessidades do grupo doméstico e ao grau de exploração de trabalho, seja por meio das atividades agrícolas ou não agrícolas (CHAYANOV, 1974).

Embora haja certa confusão e difícil conceituação entre as diferentes tipologias da produção agrícola familiar, como sugerido por Wanderley (2003), cabe pensar nessas categorias (camponeses e agricultores familiares) como pontos de continuidade e rupturas; ainda, aspectos considerados na vida tradicional do camponês continuam presentes na dinâmica reprodutiva da agricultura familiar, por exemplo, a centralidade da família nos processos produtivos e reprodução dos modos e costumes.

Ressaltam-se, nas duas categorias, a resiliência e a capacidade de promover inovações face aos contextos e conjunturas apresentadas a essas categorias. Não se deve negar o processo de transformação nos modos de produção e de consumo nas sociedades camponesas ou na agricultura familiar e, inegavelmente, isso está relacionado ao processo de integração aos mercados e à modernização da agricultura. Entretanto, em ambas as categorias, o fator originário continua sendo a família, pois é de lá que se tem a fonte das estratégias de produção e de reprodução, operando em uma lógica particular em um sistema econômico que, cada vez mais, dirige-se à especialização.

A integração aos mercados agroalimentares e aos circuitos locais de comercialização fazem parte da vida econômica, social e cultura dessas famílias. De acordo com Wilkinson (2008), a integração acontece a partir da produção, compra, venda e troca de alimentos. Tais situações são condições para reprodução dessa categoria política, seja no propósito de garantir a segurança alimentar da população, a geração de renda no campo e a inclusão socioeconômica dessa parcela da população.

Entre as manifestações mais antigas e tradicionais da agricultura familiar e camponesa, é a presença semanal nos mercados - a feira livre. Segundo Ribeiro *et al.* (2007), feiras livres são componente vivazes na economia local e na cultura dos territórios, que têm como função o abastecimento de cidades pequenas, servir como espaço para vender a produção familiar e animar o comércio local como um todo. Em alguns casos, a feira é a única possibilidade de se gerar renda monetária para agricultores familiares, em outras situações, o recurso advindo da feira representa uma parcela significativa no orçamento familiar e ocupação no meio rural (ANGULO, 2003).



Como apresenta Forman (2009), para além da lógica econômica presente na feira livre, o local é carregado pelos aspectos identitários e da cultura local. É uma chance semanal para nutrir as relações sociais e realizar ritos e trocas simbólicas.

O abastecimento da população urbana é outra função que compete às feiras livres, seja na garantia da segurança alimentar ou na promoção de uma pauta alimentar regionalizada e característica daquele território. De acordo com Freitas (2015), nos anos de 2008/09, as feiras corresponderam a 10,36% dos locais de compra de frutas; e 2,34% dos produtos alimentícios nas regiões metropolitanas. Em cidades do interior, esses números são ainda mais expressivos, sendo 23,72% para locais de compra de frutas; 6,41% para carnes e 5,64% para produtos alimentícios.

Segundo Araujo e Ribeiro (2018), as feiras livres reúnem diversidade de produtos e garantem abastecimento regular com qualidade, em diversos casos, tendem a responder demandas regionalizadas e a garantir a segurança alimentar da população rural e urbana. Para além da oferta e da garantia do alimento, sobretudo em cidades pequenas e médias, as feiras livres dispõem de produtos que agradam o paladar regionalizado e são orientados pelos gostos locais na promoção da soberania alimentar e no rompimento da tendência de homogeneização da produção agrícola.

O MUNICÍPIO DE MEDINA (MG)

O município de Medina está localizado na mesorregião Jequitinhonha, no Estado de Minas Gerais. O município pertence à Região Geográfica Imediata de Pedra Azul e à Região Geográfica Intermediária de Teófilo Otoni. O município situa-se no Semiárido mineiro, em uma faixa de transição dos biomas da Mata Atlântica e Caatinga (IBGE, 2010).

A mesorregião é caracterizada pela atividade pecuarista, intermediada por regimes agrários específicos e estabelecidos por comunidades rurais, redutos camponeses. Elementos como disponibilidade de recursos naturais, produção para o sustento, incidência de políticas públicas sociais, escassez de água e integração aos mercados locais são importantes para construção de estratégias produtivas e para a vida social das famílias lavradoras da região (RIBEIRO e GALIZONI, 2003; GALIZONI, 2005).

Segundo o IBGE (2010), a população total do município é de 21.026 habitantes, sendo que 15.092 (71,7%) vivem em domicílio urbano e 5.934 (28,3%) são residentes no meio rural. De acordo com Augusto e Ribeiro (2006), embora o município tenha uma grande extensão territorial, o perímetro urbano é reduzido e tem algumas dificuldades de infraestrutura urbana, sobretudo, em redes de esgoto e energia elétrica.

O Produto Interno Bruto (PIB) per capita anual a preços constantes foi de R\$10.065,40 em 2017. O salário médio mensal dos trabalhadores formais no município é de 1,7 salário mínimo e o PIB, a preços correntes, em 2017, foi de R\$ 215.490.240,00. O valor adicionado da produção agropecuária ao PIB foi de 4,4%, a indústria contribuiu com 10,74%, o valor adicionado com serviços sem a participação pública de 42,92% e, por fim, o valor adicionado bruto da administração, da defesa, da educação, da saúde pública e da seguridade social foi de 41,90%. O setor “serviços públicos” foi o que mais contribuiu para o valor bruto da produção do município, seguido pelo setor de “demais serviços” e “comércio e reparação de veículos automotores e motocicletas”. No âmbito da agricultura, o município de Medina reúne 1.658 estabelecimentos agropecuários, sendo que 72,9% são da agricultura familiar. Em relação à condição das terras para a o público da agricultura familiar, 67,4% são proprietários; 22,6% vivem no regime de comodatário; 4,1% em situação de ocupante; 2,9% são assentados ou com posse provisória; 0,2% como arrendatário e 0,2% produtor sem área (IBGE, 2019)

A área média para a agricultura familiar é de 29,3 hectares, enquanto para os estabelecimentos não familiares a média é de 150,1 hectares. Em relação ao número de



pessoal ocupado em estabelecimentos não familiares é de 1.269 pessoas, já em estabelecimentos familiares esse número é de 2.710. A média de pessoal ocupado por hectare na agricultura familiar é de 13 hectares, por outro lado, a ocupação média de pessoas em estabelecimentos não familiares é de uma pessoa por 53,3 hectares. Com relação ao tipo de produção, a agricultura familiar se concentra, sobretudo, na pecuária e criação de outros animais (54,1%), seguido da produção de lavouras temporárias (23,5%) e da produção florestal - florestas nativas (18,3%) (IBGE, 2019).

Em 2010, o Índice de Desenvolvimento Humano - IDH do município de Medina foi 0,624, colocando em uma faixa de IDHM médio. O aspecto longevidade é o que apresenta melhor resultado (0,821), seguido pela renda (0,624) e pela educação (0,475). O índice do município fica abaixo da média nacional que é de 0,755 e do Estado de Minas Gerais que é de 0,731. Em termos gerais, Medina ocupa o 3607º de 5565 posições no ranking do IDHM Brasil (BRASIL, 2013).

MÉTODO

O trabalho de pesquisa que originou este artigo foi organizado em quatro etapas.

Na primeira etapa, os objetivos da pesquisa foram definidos com a participação de dirigentes do STTR Medina e do grupo de pesquisadores. Foi definido como propósitos centrais: identificar a relevância da feira para consumidores e agricultores familiares feirantes e, além disso, considerar possíveis sugestões e alternativas para melhoria nas condições de consumo, produção e organização dos participantes da feira livre.

Na segunda etapa, a partir do levantamento preliminar de campo, foi estimada a quantidade de pontos de vendas na feira e o número total de consumidores. Ao todo, foram contabilizados 179 (cento e setenta e nove) pontos de vendas e estimados 1.440 (um mil e quatrocentos e quarenta) consumidores. O número estimado de consumidores se deu por um cálculo amostral em que se considera em média oito consumidores por ponto de venda, conforme a literatura acerca do tema (RIBEIRO, 2007). Essa valência foi utilizada em função da limitação de recursos humanos e financeiros, e também pela enorme dificuldade espacial que o local da feira apresenta para realizar uma contagem total do fluxo de consumidores.

Na penúltima etapa, a terceira, foi realizada a pesquisa na feira livre de Medina com consumidores e agricultores familiares feirantes. Para aplicação dos roteiros dos consumidores, considerou-se uma amostra total de 4% da população total estimada, distribuídos por sexo e horário de compra, totalizando a aplicação de 59 (cinquenta e nove) entrevistas. Com base nos dados levantados, a feira livre de Medina reúne 179 (cento e setenta e nove) pontos de comercialização e, conforme as classes deste estudo, agruparam-se os pontos de venda de acordo com a tabela 1.

Tabela 1 - Distribuição dos pontos de venda por classes

Classes	Total por classe	Total por classe (%)
FVL	61	34,1
IDR	21	11,7
FVL e IDR	27	15,1

Agroextrativismo	1	0,6
Diversificado	20	11,2
Açougue	2	1,1
Animais vivos	5	2,8
Alimento pronto	9	5,0
Medicinais	1	0,6
Mudas	1	0,6
Manufaturas	19	10,6
Artesanato	7	3,9
Outros	1	0,6
Total	179	100,0

Fonte: elaboração dos autores, pesquisa de campo (2020).

Nota: FVL = Frutas, verduras e legumes

IDR = Indústria doméstica rural

Para a pesquisa, classificou-se as bancas em 13 classes sendo elas: 1) frutas, verduras e legumes (flv); 2) indústria doméstica rural (idr); 3) frutas, verduras e legumes e indústria doméstica rural; 4) agroextrativismo; 5) diversificados; 6) açougue; 7) animais vivos; 8) alimento pronto; 9) medicinais; 10) mudas; 11) manufaturas; 12) artesanato e 13) outros.

De acordo com os objetivos negociados, a amostra investigada para pesquisa privilegiou “feirantes produtores”², pontos de alimentos prontos e artesanato, reduzindo o universo inicial de 179 (cento e setenta e nove) pontos de venda para 145 (cento e quarenta e cinco). Foram realizadas 21 (vinte e uma) entrevistas, obedecendo aos critérios anteriormente mencionados.

Os roteiros para consumidores e agricultores familiares feirantes foram aplicados no mês de fevereiro de 2020, tradicionalmente caracterizado como tempo de chuvas, período das “águas”. Nesse período, geralmente há menor disponibilidade de alimentos do grupo de hortaliças e vegetais; entretanto, nesta época observa-se maior diversidade dos produtos da lavoura “branca” (grãos) e leguminosas.

Por fim, na quarta e última etapa, as informações levantadas e tratadas foram socializadas com o público participante e as organizações locais interessadas.

PERFIL E HÁBITOS DOS CONSUMIDORES DA FEIRA LIVRE

A feira livre é uma alternativa para o abastecimento das famílias urbanas que, a partir de uma pauta alimentar regionalizada, tem a possibilidade de garantir segurança e soberania alimentar para as famílias que vivem naquele território. Para Godoy e Rech (2013), é sempre desafiador qualquer esforço no sentido de conhecer ou delimitar o perfil dos consumidores de feiras livres, embora seja relevante a percepção desse público nas formas de representação e no ato de consumo.

Nesta seção, tem-se como objetivo delimitar o perfil e hábitos de consumo das famílias abastecidas pela feira livre de Medina. Foram realizadas 59 (cinquenta e nove) entrevistas aleatórias para uma população total estimada de 1.440 consumidores. Os resultados estão organizados em dois tópicos que apresentam o perfil socioeconômico e hábitos de consumo dessa população.

Faixa etária e gênero

De acordo com a pesquisa de campo realizada, as mulheres são quem mais compram na feira, contabilizando 54,3% dos consumidores. Historicamente, homens são maioria entre os

² Considera-se como feirantes produtores aqueles que vendem produtos das suas unidades familiares de produção. Mais informações em Araujo e Ribeiro (2018).



consumidores das feiras livres, e essa situação expõe uma menor masculinização da feira livre e uma maior participação do sexo feminino nos processos de aquisição dos alimentos.

Tabela 2 - Distribuição dos consumidores por sexo e faixa etária

Sexo	21 a 30 anos	31 a 40 anos	41 a 65 anos	maior 65 anos
Feminino	8,5%	11,9%	25,4%	8,5%
Masculino	5,1%	6,8%	23,7%	10,2%
Total	13,6%	18,6%	49,2%	18,6%

Fonte: elaboração dos autores, pesquisa de campo (2020).

Os dados coletados apresentam uma predominância do público adulto na feira, especialmente do extrato de 41 a 65 anos. A relevante participação da população jovem e com idade de até 40 anos pode ser justificada pela pirâmide etária do município, em que há uma forte concentração da população jovem e de meia idade. Os casados representam a maior parcela dos consumidores na feira, com 45,8%, seguido pelos (as) solteiros (as), com 30,5%. Cerca de 27,1% dos consumidores são aposentados, em sua maior parte, são do sexo masculino e esse grupo representa quase um terço dos consumidores.

Renda

A renda média mensal das famílias que consomem na feira, em sua grande parte, é de até 1 salário mínimo, representado por 44,1% do total, seguido por 27,1% de 1 até 2 salários mínimos e 28,8% responderam ter uma renda familiar mensal superior a 2 salários mínimos. De maneira agregada, 71,2% da renda média das famílias de consumidores é de até 2 salários mínimos, caracterizando, assim, a feira como espaço acessível para esse público.

Os programas sociais de transferência de renda compõem a renda mensal de algumas famílias: cerca de 8,5% dos consumidores recebem o Bolsa Família e 6,8% têm acesso ao Benefício de Prestação Continuada (BPC). Em geral, a feira livre pode ser considerada como importante canal para segurança e soberania alimentar de famílias que ganham até 2 salários mínimos e participam de programas sociais de transferência de renda.

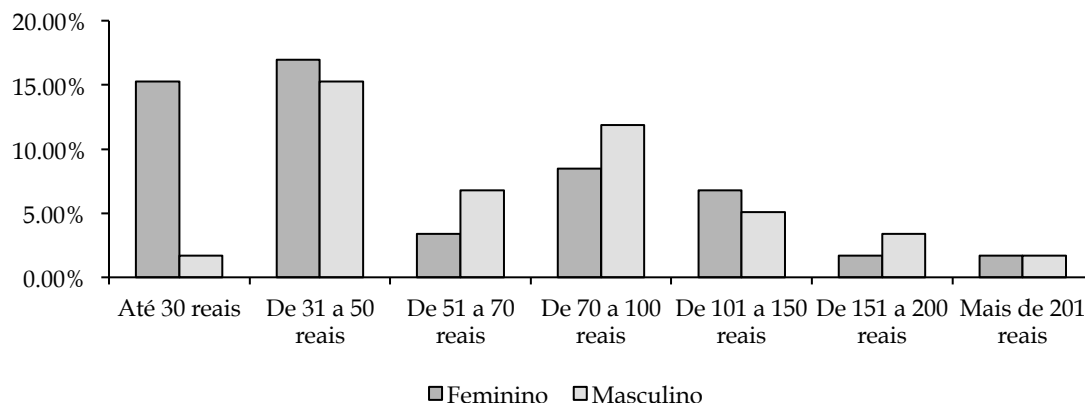
Hábitos de consumo

Em geral, os produtos comprados na feira são direcionados ao consumo em domicílios urbanos (89,9%). Sobre a assiduidade dos consumidores, 78% dos entrevistados responderam que costumam ir semanalmente à feira, 11,9% frequentam de maneira quinzenal e 10,2% de forma mensal.

Valor médio gasto

O valor médio gasto semanal pelos consumidores é R\$ 79,49, sendo que comprador do sexo masculino tende a ter um gasto semanal médio de R\$ 89,26, enquanto do sexo feminino faz uso do valor médio aproximado de R\$ 71,25, como apresenta figura 1.

Figura 1 - Gasto médio semanal na feira livre por sexo



Fonte: elaboração dos autores, pesquisa de campo (2020).

Semanalmente, o valor total gasto pelos consumidores é cerca de R\$ 114.467,80, aproxima-se de R\$ 457.871,19 mensalmente e, ao ano, o valor total chega a cerca de R\$ 5.968.682,87. Se comparado ao valor do PIB a preços correntes, o valor gasto na feira livre pelos consumidores representa 2,8% do PIB municipal a preços correntes em 2017 e 25,8% do valor adicionado pela produção agropecuária no mesmo ano.

Os aposentados, em sua maioria, têm um gasto médio superior ao grupo analisado. O montante do gasto médio é R\$ 80,94. Segundo os dados abertos do Instituto Nacional de Previdência Social (2017), em Medina, o total de aposentados é de 3.191 pessoas, sendo 87,4% aposentados por idade, 8,5% aposentados por invalidez e 4,1% por tempo de contribuição. Com base na população pesquisada, aproximadamente 391 aposentados frequentam a feira semanalmente e o gasto anual do grupo de aposentadorias é de R\$ 1.614.189,95. Por outro lado, o grupo que é beneficiário do Bolsa Família gasta o valor médio de R\$ 40,00, e o conjunto de pessoas que recebem o BPC, o valor médio é de R\$ 68,75.

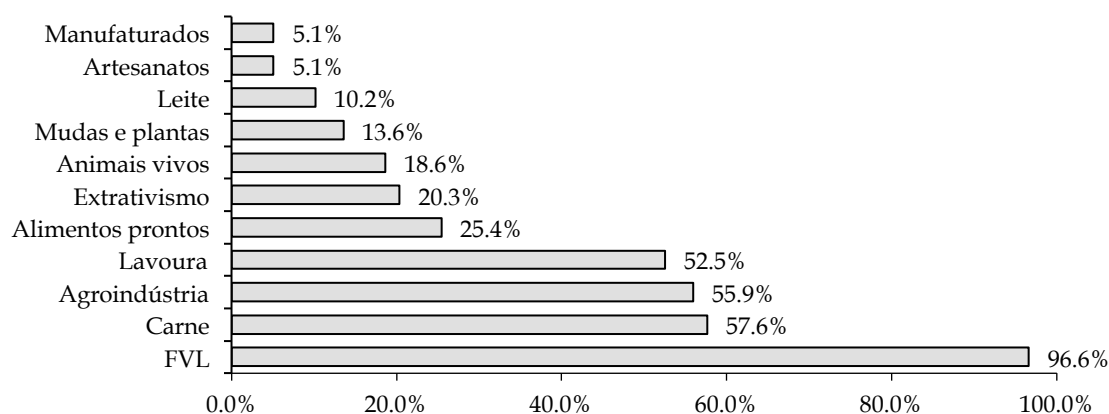
Quanto ao gasto médio durante a feira, percebe-se que os valores médios vão reduzindo com o passar das horas. Entre 6:00 e 7:00 horas, o valor médio gasto é de R\$ 94,33, na seguinte hora, das 7:00 às 8:00 horas, o valor é reduzido para R\$ 90,00, e a tendência de queda é apresentada nos intervalos seguintes, até que no último intervalo, das 10:00 às 11:00, o valor médio gasto é de R\$ 55,63. Essa curva de tendência pode estar relacionada à disponibilidade de quantidade e a qualidade dos alimentos, adicionalmente, pode haver influência também da variação do preço dos produtos, conforme vai se aproximando o final da feira. Outra hipótese a ser considerada é o perfil dos consumidores, nos intervalos mais próximos do término da feira, o gasto médio dos consumidores é menor, isso pode influenciar também na variação dos preços.

Preferência dos consumidores por segmento

De acordo com a preferência dos consumidores de Medina, o grupo de “Frutas, Verduras e Legumes (FVL)” é o mais demandado entre os compradores da feira, seguido pelos itens “Carne”, “Agroindústria (IDR)” e produtos da “Lavoura”.



Gráfico 2 - Preferência dos consumidores por grupo alimentar



Fonte: elaboração dos autores, pesquisa de campo (2020).

A partir da consulta espontânea, os consumidores apresentaram os produtos que são preferidos durante as compras na feira. Como apresentado na figura 2, alimentos que pertencem ao grupo FVL são mais procurados pelos clientes. Entre os alimentos mais demandados, segundo a ordem de preferência do consumidor de Medina, temos: alface (9,62%); tomate (6,41%); banana (5,77%), queijo (3,85%); cheiro verde (3,21%); farinha (3,21%) e requeijão (3,21%).

Abastecimento

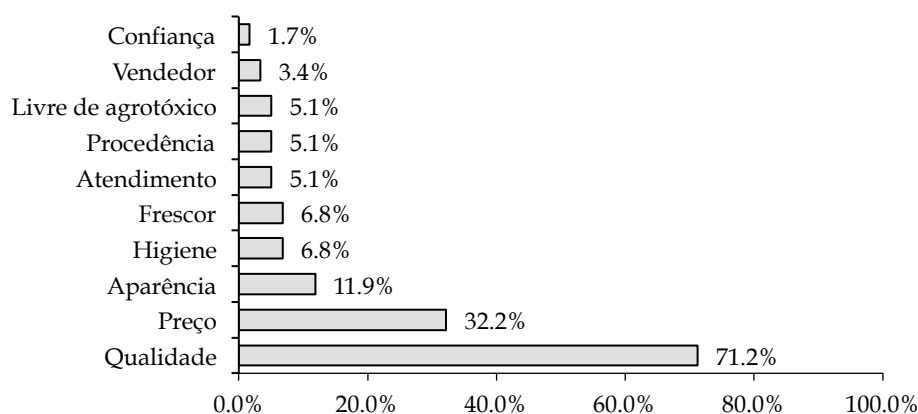
O número médio de consumidores que são abastecidos com produtos oriundos da feira livre é de 3,51 pessoas por domicílio. Estimando que o total semanal de consumidores na feira livre de Medina é de aproximadamente 1.440 pessoas, multiplicado pelo número médio de pessoas atendidas por domicílio (3,51), o total de pessoas abastecidas é de 5.052 pessoas. Comparado à população urbana de Medina – maior parte dos consumidores – que é de 15.015 pessoas, a feira livre abastece 33,4% da população com domicílio urbano no município.

Já 61% dos consumidores acreditam que só é possível encontrar determinados produtos na feira, entre eles produtos que apresentaram maior destaque foram: alface; requeijão; feijão verde e queijo. Com base nas entrevistas, 50,8% dos consumidores deixam de consumir algum produto caso não seja ofertado na feira. Ou seja, 2.566 pessoas no município de Medina não consomem determinados alimentos indisponíveis na feira, situação que se relaciona diretamente com a importância da feira como condição necessária de segurança e soberania alimentar da população analisada. Com base nesses dados, a feira livre de Medina é um canal relevante para a garantia da segurança e da soberania alimentar da população urbana. Os dados apresentam que até 1/3 do abastecimento urbano vem da feira livre semanal, e esses dados são mais significativos se considerar-se que a maior parcela da população abastecida é a que possui a renda mensal de até 2 salários mínimos mensais.

Decisão de compra

Com relação aos aspectos que são mais considerados durante as compras, observa-se que a qualidade do produto é o que tem maior relevância na escolha do que comprar. A figura 3 abaixo apresenta os principais aspectos considerados pelos consumidores durante as compras semanais na feira.

Figura 3 – Variáveis considerados durante a compra.



Fonte: elaboração dos autores, pesquisa de campo (2020).

É possível perceber que o consumidor da feira livre de Medina tende a preferir a qualidade do produto em relação ao preço praticado. Além disso, critérios como aparência, higiene e frescor³ são elementos importantes no momento da compra. Segundo Araujo e Ribeiro (2018), a qualidade dos produtos pode ser determinada de maneira objetiva ou subjetiva, aspecto comum nas feiras livres.

Na literatura acerca de feiras livres, a qualidade apresenta centralidade no processo de decisão dos consumidores. Outros aspectos se relacionam diretamente com esse elemento, por exemplo, a procedência e o sabor são condições associadas à qualidade do produto; ademais, esse sentido é fortalecido pela relação de proximidade existente entre consumidor e feirante, como apresentam Cassol e Schneider (2015) e Maluf (1999).

Em específico às condições de preço, segundo os dados da pesquisa, 56,9% dos consumidores declararam que os preços praticados na feira são superiores aos do comércio local, 20,7% consideram que os preços são menores e 22,4% concordaram que há uma variação entre os preços praticados na feira livre e no comércio local. Embora haja uma noção de preços superiores praticados na feira quando comparado ao comércio local, percebe-se que o aspecto é secundário com relação à qualidade dos produtos.

Com base em respostas espontâneas, em sua grande maioria, os produtos comercializados na feira são de boa ou ótima qualidade, associados à ausência de agrotóxico e a uma produção local: “os produtos são muito bons, quase sem agrotóxicos e produzidos na região” (ENTREVISTADO 20). No entanto, há presença de alguns fatores negativos, como a falta de variedade, conforme apresentado: “a quantidade e a qualidade diminuem em função da seca” (ENTREVISTADO 39).

Em geral, percebe-se que a feira é um espaço de valorização da qualidade e da identidade dos produtos. Como exposto, o preço é um aspecto secundário no momento de decisão da compra, essa condição fundamenta uma dinâmica que não está apoiada apenas em uma lógica mercantil, fortalecendo uma concepção de que feira livre é espaço caracterizado por relações de proximidade e de valorização de identidades (ANGULO, 2003; RIBEIRO *et al.* 2007).

Recomendações e sugestões dos consumidores

Entre os objetivos inicialmente propostos, tinha-se como necessidade levantar recomendações e sugestões para melhoria da feira livre de Medina. Neste tópico, são

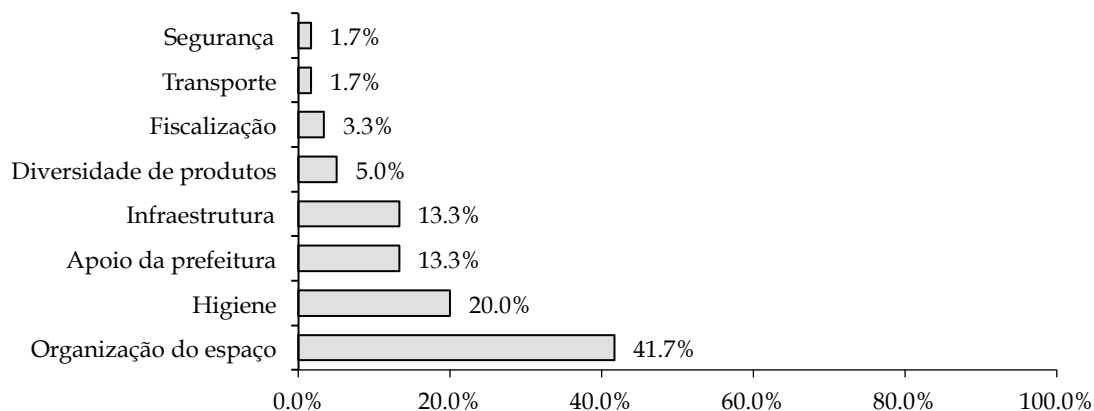
³ O consumidor tende a considerar o "produto fresco" aqueles que são produzidos artesanalmente e soma-se ao fato do momento em que o produto foi colhido ou beneficiado, em geral, até dois dias antes da feira.



apresentadas algumas observações dos consumidores para melhores condições da feira na perspectiva de quem compra.

No primeiro momento, foram levantados os principais problemas da feira, majoritariamente, as dificuldades apresentadas pelos consumidores estão associadas ao espaço da feira, à condição sanitária e à forma de exposição dos produtos. A figura 4 apresenta os aspectos de melhoria que deveriam ser priorizados na feira livre.

Figura 4 - Aspectos a serem melhorados na feira, segundo consumidores.



Fonte: elaboração dos autores, pesquisa de campo (2020).

Com base na opinião dos consumidores, a organização do espaço da feira é a condição que mais precisa de aperfeiçoamentos, isso está relacionado principalmente aos produtos que ficam no chão; à separação entre agricultores feirantes produtores e feirantes revendedores; à padronização das bancas e à organização dos produtos por seções. Os “kits-feira”⁴ são alternativas apresentadas pelos consumidores para modificar a situação dos produtos no chão e a desorganização do espaço.

O aspecto sanitário é um desafio apresentado pelos consumidores, as condições de higiene é um dos fatores a ser melhorado. Com relação ao apoio da Prefeitura Municipal, os consumidores sugerem melhores condições e limpeza de banheiros públicos, investimentos na feira e valorização e apoio aos feirantes.

PERFIL E CONDIÇÃO DOS FEIRANTES DE MEDINA

A feira livre de Medina acontece exclusivamente aos sábados ao entorno da praça Max Machado e do Mercado Municipal. No Mercado, propriamente, ficam mais pontos de vendas permanentes, de vendedores não produtores. Os pontos de venda dos sábados estão distribuídos ao longo de sete vias que fazem intercessão com o lote do Mercado Municipal. As bancas de vendas da agricultura familiar estão dispostas na Avenida Sete de Setembro e ao longo da Travessa São Geraldo, concentrando-se no galpão coberto cedido pela Prefeitura. Ao longo do espaço, feirantes comerciantes, bancas de manufaturas, de artesanatos e de alimentos prontos concentram-se nas ruas laterais.

Para Forman (2009) há tipologias para classificação das feiras, no caso do município de Medina, a feira assemelha-se à condição de feira de consumo, pois tem participação expressiva de agricultores familiares e de camponeses e estão organizados em uma região central da cidade, além disso, tem-se um sentido duplo para alguns que participam do espaço:

⁴ Em geral, os kits feiras são compostos por: barracas, balanças, jalecos, caixa de isopor e balanças, direcionados aos agricultores familiares por programas públicos.



vender e comprar. É economia de proximidade, marcada pela informalidade e uma forte interação entre o campo e a cidade carregada pelos costumes e hábitos.

Com base na pesquisa realizada, não foi possível identificar a quantidade dos diferentes tipos de feirantes: produtores e comerciantes. Embora seja possível indicar que a feira possui bases familiares, para Ribeiro *et al.* (2007) não há presença maciça do intermediário ou do feirante comerciante nas feiras livres do Jequitinhonha e esses, quando presentes, estão associados à venda de produtos beneficiados e à indústria doméstica rural.

Faixa etária e gênero

No âmbito da relação de gênero entre os feirantes observa-se maior participação do público feminino, com 66,7%. Geralmente, as feiras são marcadas por uma forte presença de homens, mas percebe-se que há uma valorização do trabalho e da autonomia das mulheres nos processos de comercialização da produção familiar.

Do grupo total pesquisado, cerca de 76,2% dos feirantes não são aposentados, para o grupo de feirantes aposentados, o sexo masculino é o que apresenta números mais significativos se comparado ao feminino, isto é, 14,3% dos feirantes são homens aposentados, já mulheres aposentadas feirantes são de apenas 9,5%.

Com relação à distribuição etária, o grupo entre 30 e 45 anos é o que mais apresenta feirantes, com 42,9%, seguido pelos grupos de 46 a 60, com 33,3%, e feirantes acima de 60 anos, com 23,8%. Destaca-se a presença significativa de feirantes adultos com meia idade, aspecto geracional importante para a sucessão e a continuidade da feira livre.

Escolaridade

Quanto à escolaridade, os feirantes têm em média 6 anos de estudo e 95,3% sabem ler. Cerca de 47,6% dos entrevistados cursaram até o Ensino Fundamental I, 38,1% frequentaram até o Ensino Fundamental II e 4,8% finalizaram o Ensino Médio. O total de 9,5% dos entrevistados possuem Ensino Superior. Em sua grande maioria, o sexo feminino apresenta mais tempo de estudo se comparado ao sexo masculino; por exemplo, entrevistados que declararam possuir até o Ensino Superior são todas do sexo feminino.

Localização

Semanalmente, feirantes percorrem até 64 quilômetros para ir de seus domicílios até a feira. Em média, a distância dos domicílios até a feira é de 16,61 quilômetros e grande parte dos feirantes (42,9%) está entre 10,1 a 15,0 quilômetros da feira livre, seguidos pelos feirantes (19,0%) que moram entre 15,1 e 25,0 quilômetros.

As formas de deslocamento que a maioria dos feirantes usa são meios próprios de deslocamento para a feira livre, como carro próprio (71,4%); motocicleta própria (4,8%); caminhando (9,5%); animais próprios (4,8%) e demais feirantes utilizam de transportes coletivos como caronas pagas (4,8%) e transporte feirante (4,8%). Cerca de 85,7% dos feirantes utilizam de combustível, fóssil ou renovável, para o deslocamento até a feira, e 14,3% usam força humana ou animal para irem à feira.

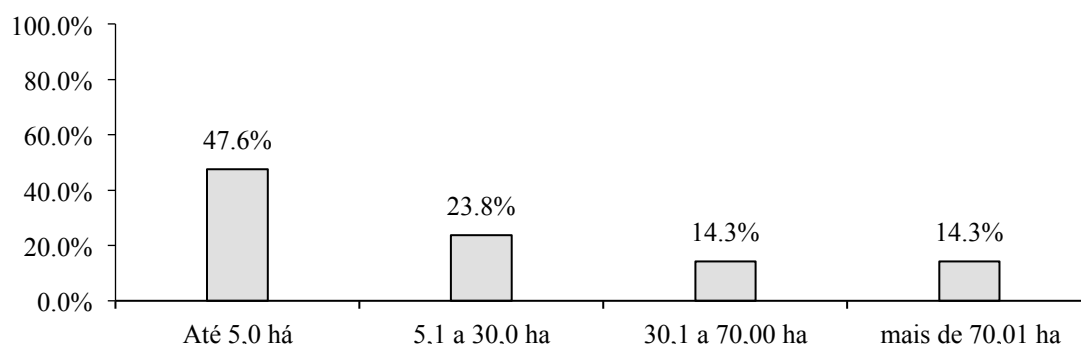
Entre os entrevistados, 90,5% dos feirantes têm domicílio no município de Medina, outros feirantes que vivem nos municípios de Cachoeira do Pajeú e Itaobim estão também presentes, representando 9,5%. A frequência semanal dos feirantes apresenta números expressivos, cerca de 95,2% deles costumam ir todos os sábados à feira, enquanto, 4,8% declararam que vão quinzenalmente.

Dinâmica de produção

No âmbito da dinâmica produtiva, grande parte dos feirantes possuem seus próprios terrenos (76,2%), com uma área média de 33,38 hectares. Entretanto, percebe-se uma falta de homogeneidade entre os tamanhos das propriedades, quase a metade (47,6%) dos feirantes têm uma área total de produção com até 5 hectares, ou seja, uma parte significativa do

abastecimento fornecido pela feira livre vem de pequenos terrenos e, possivelmente, do uso intensivo de trabalho humano, como apresenta a figura 5.

Figura 5 – Distribuição da área total dos feirantes por classes



Fonte: elaboração dos autores, pesquisa de campo (2020).

Aproximadamente 85% dos feirantes não utilizam trabalho mecânico na produção, ou seja, há uma produção familiar pouco intensiva em máquinas e tecnologias mecânicas. Quanto aos insumos para produção, cerca de 70% das sementes são compradas no comércio local e, quanto aos adubos, apenas 15% dos feirantes compram esse insumo para produzir. Em nenhuma produção utiliza-se agrotóxico ou defensivo químico, e apenas 5% dos feirantes adquirem adubos químicos para produzir, fator que pode se relacionar diretamente com a qualidade dos produtos e com a preferência de diversos consumidores que buscam um produto mais “saudável”.

A água representa um importante recurso para produção e beneficiamento dos alimentos. Cerca de 57,1% dos feirantes relataram problemas com o acesso e com a disponibilidade desse recurso no cotidiano. Entre os entrevistados que disseram ter problemas em relação ao uso e disponibilidade da água, 83,3% disseram que essas dificuldades impactam diretamente a produção e o beneficiamento de alimentos. Sobre os problemas levantados com relação à água, a falta de chuva e a redução de água em minas, nascentes, açudes e rios vem afetado, sobretudo, a lavoura e, conseqüentemente, a criação de animais e a produção de hortaliças durante o período da seca.

Para assistência técnica, a grande maioria dos feirantes não recebe nenhum tipo de acompanhamento técnico; apenas 25% disseram que em algum momento recebem assistência da EMATER-MG.

Valor Bruto da Produção familiar destinado à feira livre

Neste trabalho, considerou-se Valor Bruto da Produção (VBP) a soma de todos os produtos levados à feira para serem comercializados pelo feirante. Para feira de Medina, o VBP médio destinado a feira é de R\$ 517,85. O VBP médio considerou apenas as classes: “FVL+IDR”; “IDR”; “Diversificado” e “FVL”.

A tabela 4 apresenta dados relativos ao VBP que as famílias destinam à feira, ressalta-se que os valores apresentados não devem ser considerados naturalmente como receita monetária, já que parte da produção que é levada à feira, em alguns casos, não é vendida.



Tabela 3 – Valor médio bruto da produção destinada à feira por classe (em reais)

Segmento	Semanal	Mensal	Anual
FVL e IDR	769,35	3.331,28	40.006,13
IDR	558,29	2.417,41	29.031,20
Diversificado	472,41	2.045,55	24.565,52
FVL	271,34	1.174,90	14.109,67

Fonte: elaboração dos autores, pesquisa de campo (2020).

Nota: FVL = Frutas, verduras e legumes.

IDR = Indústria doméstica rural.

Com base nos dados apresentados, famílias que possuem maior diversificação produtiva e capacidade de beneficiamento da produção tende a ter um VBP médio superior em relação as demais famílias. O segmento FVL e IDR são os que apresentam o maior VBP médio, se comparados ao segmento de apenas FVL esse valor é superior quase 3 vezes.

Produtos como queijo (vários tipos), biscoitos, requeijão, frango caipira e feijão, em geral, apresentam maiores valores agregados se comparados aos demais produtos. Isso pode ser justificado pelo processo de beneficiamento que acontece em alguns desses produtos. Nesse sentido, percebe-se que a agregação de valor e a diversificação produtiva é uma importante estratégia para o aumento da renda monetária das famílias feirantes.

Com relação aos produtos vendidos na feira, cerca de 80,7% do VBP total tem origem da produção no terreno e domicílio das famílias. Isso representa um fluxo intenso de recurso monetário circulando na economia local, já que, se essa produção é comercializada, como acontece semanalmente, essa riqueza é produzida localmente e tende a ser distribuída também na economia local a partir do consumo das famílias feirantes.

Diversificação

O quadro 1 apresenta a diversificação das unidades familiares. Cerca de 61 (sessenta e um) produtos comercializados na feira têm origem na produção familiar. Em números totais, os produtos originários da indústria doméstica rural, e verduras e legumes apresentam uma maior diversificação.

Quadro 1 – Lista de produtos ofertados na feira por classes

Classe	Produtos	Quantidade
Tubérculos	Batata doce, batata inglesa e mandioca.	3
Frutas	Acerola, banana, fruta-pão, jaca, limão, mamão, manga, maracujá, seriguela e umbu.	11
Verduras e legumes	Abóbora, alface, alho-poró, caxixe, cebola, cebolinha, cheiro verde, coentro, couve, erva doce, espinafre, feijão, feijão catador, maxixe, mostarda, pepino, pimenta, pimentão, quiabo, rúcula, salsa, semente de coentro, tomate e urucum.	24
Indústria Doméstica Rural	Açúcar, beiju, biscoito, biscoito de queijo, biscoito doce, corante, doce de leite, farelo de mandioca, farinha, frango caipira, goma, goiabada, manteiga de garrafa, ovo caipira, pamonha, pão, pão de queijo, pimenta curtida, queijo artesanal, queijo cabacinha, queijo trança, requeijão, rosca caseira e tempero.	23

Fonte: elaboração dos autores, pesquisa de campo (2020).

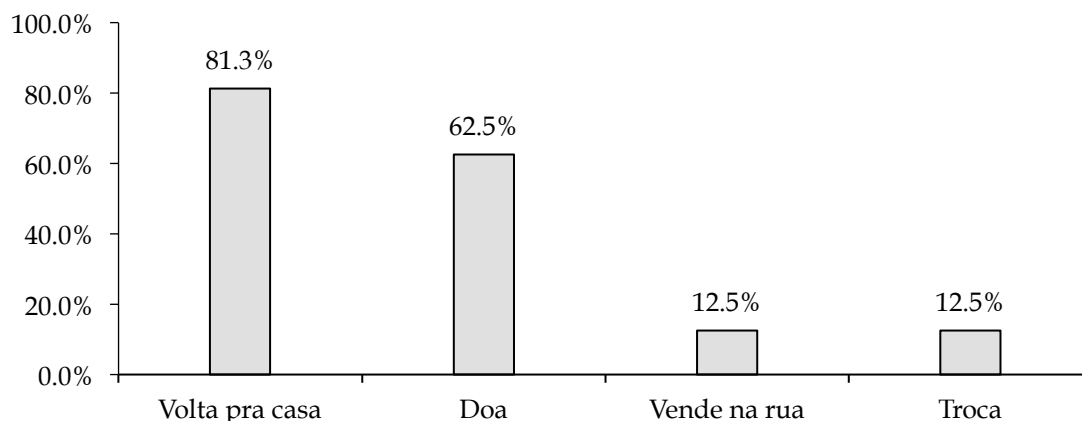


A diversidade apresentada relaciona-se à garantia da segurança alimentar dessas famílias e da população rural. Para mais, considera-se, nas dinâmicas de produção, uma pauta alimentar regionalizada, garantindo a oferta de alimentos do gosto regional e presente na dieta local da população urbana, por exemplo, manteiga de garrafa; farinha de mandioca, queijo “cabacinha”, rapadura, frango e ovo caipira.

Oferta

A quantidade dos produtos levados à feira se relaciona com a disponibilidade de alimentos produzidos na unidade familiar, época do ano e mês, e pelas encomendas realizadas durante a semana. Em datas de pagamento, começo do mês, a feira tende a ter maior oferta de produtos, já que há maior circulação de consumidores e de dinheiro. Quanto às vendas, cerca de 80% dos feirantes informaram que costumam sobrar produtos ao final da feira, e os principais destinos desses produtos são apresentados na figura 6.

Gráfico 6 – Destino da produção familiar não vendida na feira



Fonte: elaboração dos autores, pesquisa de campo (2020).

Alimentos e produtos que não são comercializados pelos feirantes retornam às unidades familiares para o autoconsumo da família e alimentação de animais e criações. Além disso, percebe-se um fluxo de doações e trocas de alimentos pelos feirantes, caracterizando uma forte circulação de alimentos desconsiderando, na maioria dos casos, aspectos monetários e comerciais por parte das famílias. Cerca de 85,7% dos feirantes ofertam produtos regularmente na feira há mais de 5 (cinco) anos, e observa-se uma forte tendência de continuidade dos negócios de feirantes, aspecto importante ao analisar a viabilidade e a continuidade do espaço.

Preço

Entre os elementos considerados para formação dos preços de venda, o movimento da feira e o período do mês e do ano são os que mais influenciam para essa composição. Outros aspectos também são considerados como qualidade e disponibilidade do produto em relação aos demais e custo de produção calculado durante a elaboração do produto. Além disso, 61,9% dos entrevistados consideram que o valor dos produtos varia ao longo da feira, especialmente, ao final dela, quando ocorre o “feirão” – momento que preços tendem a baixar.

Com relação às formas de pagamento, as mais comuns são o pagamento à vista e fiado; quase a metade dos feirantes considera vender seus produtos nessa última modalidade. A



forma de pagamento em cartão de débito e crédito é pequena, apenas 4,8% das bancas aceitam essa modalidade.

Renda e consumo das famílias feirantes

De acordo com a pesquisa, a renda obtida pelas famílias originárias da feira compõe grande parte do orçamento doméstico. Para 35% das famílias a renda proveniente da feira representa toda renda familiar, ainda, para 25% dos feirantes as vendas na feira representam mais da metade da renda mensal da família. Isto é, mais de 60% dos feirantes declararam que a renda vinda da feira representa mais da metade ou todo o orçamento familiar.

O destino da renda resultante das feiras é, em grande parte, a compra de alimentos e o sustento da família (81,0%). Outras despesas como energia elétrica (33,3%) e manutenção da produção agropecuária, criações e animais (23,8%), estão entre os principais gastos realizados. Além disso, o gasto com combustível, envio de renda para outras cidades e contratação de mão de obra temporária (camarada) são realizadas a partir do recurso adquirido com as vendas na feira.

De acordo com Coêlho (2008), as feiras livres podem ser caracterizadas como termômetros da economia local, pois, além de assegurar o consumo por parte da população urbana, gera a renda necessária para os feirantes realizarem as compras imprescindíveis para a manutenção da família e para atender a outras necessidades. Durante a pesquisa, todos os feirantes relataram que compram no comércio local durante e após a feira semanal. Os estabelecimentos citados com maior frequência foram os supermercados: Bela Vista, Mercearia Gomes, Ornelas e o Mercado Municipal.

Nesse processo, os feirantes se relacionam de duas maneiras com os supermercados do município, em um primeiro momento, podem ser tipificados como rivais nos comércios de alimentos e similares, secundamente, são categorizados consumidores durante a aquisição de diversos alimentos – aqueles não produzidos no terreno familiar rural – e de outros itens necessários para manutenção da família.

Incentivar uma maior cooperação entre supermercados e feirantes pode trazer benefícios mútuos e ampliar a produção local, baseado na ampliação da renda monetária dos feirantes e conseqüentemente em uma maior capacidade de consumo dessas famílias nos supermercados.

Políticas públicas e rede de apoio

Com base nas informações levantadas, figura-se uma rede ativa de seguridade social e acesso às políticas públicas sociais. Em relação aos programas de transferência de renda, quase 28,6% dos feirantes são beneficiários do Programa Bolsa Família. A maior presença dos beneficiários encontra-se na faixa etária de 31 a 45 anos. Com relação às políticas públicas, 57,1% dos feirantes entrevistados possuem a Declaração de Aptidão ao Pronaf (DAP) e 15% acessam os programas de alimentação escolar e doação de alimentos como o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE) e Programa de Aquisição de Alimentos (PAA).

O Programa de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PRONAF) é a política pública de financiamento mais presente na vida dos feirantes, aproximadamente metade dos entrevistados já utilizaram empréstimos, como o PRONAF B, para melhoramento da produção familiar e investimento em infraestrutura nos domicílios. Por outro lado, com base nas informações coletadas, na percepção dos feirantes, perdura um distanciamento do poder público local, estadual ou nacional no apoio à feira livre. Cerca de 73,0% dos feirantes relataram não receber nenhum apoio dessas esferas governamentais ou organizações locais, aos que responderam receber algum tipo de apoio, essa assistência estava relacionada à doação dos “kits-feira” realizada por meio de emenda parlamentar estadual.

Fama e identidade



A fama dos produtos é um aspecto na feira livre para valorização da identidade, controle de qualidade e capricho dos produtos. Segundo respostas espontâneas, 65% dos feirantes consideraram a existência de produtos famosos com boas referências e ótima qualidade. Para Angulo (2003) a fama dos produtos da feira livre se relaciona diretamente com o cuidado e o capricho dos feirantes, esse último elemento se manifesta nos aspectos como qualidade do produto, boa aparência, higiene e boa aparência do produto.

O queijo e o requeijão foram os produtos mais citados, segundo os próprios feirantes há cinco produtores que são especialistas na produção desses artigos, são eles: Dona Nôna, Caçula, Ermá, Armando e Vanderlan. Na sequência, a farinha de mandioca foi a mais citada com três produtores, são eles: Reinaldo, Geralda e Lourivaldo. Além desses itens, foram citados o beiju doce, o biscoito e o tijolo (doce).

Em todos os casos, nota-se que os produtos com maior fama requerem certa especialização no preparo e beneficiamento da produção, ademais, uma certa tradição na venda ou produção destes produtos. Ainda, esses artigos fazem parte da dieta local e do paladar regionalizado.

Recomendações dos feirantes sobre a feira

Os feirantes entrevistados apresentaram um conjunto de sugestões e recomendações, tendo como objetivo a melhoria da feira nos seguintes aspectos: organização da feira e do sistema de transporte. Quanto à organização da feira, as principais demandas estão direcionadas para à organização do espaço, limpeza do local, número maior de barracas para evitar contato dos produtos com o chão e melhores condições de higiene para os feirantes. Em relação ao sistema de transporte, as recomendações apresentadas estão direcionadas à gratuidade ou ao fornecimento de um transporte público aos feirantes.

Outras demandas também foram expostas, alguns feirantes pediram maiores investimentos na cobertura do galpão cedido pela Prefeitura, manutenção dos banheiros públicos, acessibilidade para idosos e instalação de bebedouros. Aspectos relacionados à parte produtiva, como a falta de chuva e dificuldade com o crédito, também foram relatados.

CONSIDERAÇÕES PARCIAIS

Este trabalho propôs oferecer um diagnóstico a respeito dos consumidores e feirantes da feira livre de Medina (MG). O objetivo central da pesquisa foi apresentar um perfil e os hábitos de consumidores da feira livre, bem como, o perfil e as condições de produção e de venda dos feirantes. Mesmo conhecendo os limites estabelecidos pelos recursos financeiros e humanos e os métodos utilizados, é concebível aceitar que as informações presentes conformam um conjunto sólido de indicações sobre a realidade da feira livre de Medina.

A feira livre de Medina se caracteriza como importante canal de abastecimento para mais de um terço da população urbana e está relacionada diretamente à garantia da segurança alimentar, especialmente na oferta de frutas, legumes e verduras, também na continuidade de uma pauta alimentar regionalizada com base na produção da indústria doméstica rural no beneficiamento de produtos derivados do leite e tubérculos, como o queijo e a farinha respectivamente.

Vale reconhecer a relevância da feira para acesso ao alimento principalmente por parte de famílias urbanas que dispõe de uma renda familiar mensal de até dois salários mínimos. Em sua grande parte, feirantes produtores demonstram forte dependência da renda monetária proveniente no orçamento doméstico para a manutenção da família e a sua segurança alimentar. Há também, presente na feira, diversidade produtiva, especialmente na indústria doméstica rural e na oferta de legumes e verduras.

Famílias que apresentam maior diversificação produtiva e agregação de valor em sua produção por meio da indústria doméstica rural tendem a ter rendas monetárias superiores aos



grupos que produzem apenas uma categoria alimentar, ou não fazem qualquer tipo de beneficiamento da produção. Além disso, percebe-se uma forte participação de mulheres nos processos de venda e compra de alimentos, o que é considerado como um ponto importante a ser observado dentro da perspectiva da autonomia feminina no meio rural. Ainda, a participação de adultos com idades médias orienta uma continuidade da feira e um seguimento geracional.

Entre os desafios levantados, tanto por parte dos consumidores, quanto de feirantes, há necessidades de melhoria na organização do espaço e investimentos em infraestrutura, em particular, nos aspectos sanitários (higiene e limpeza) e nas condições de armazenamento e disposição dos produtos vendidos. A maior participação do poder público na organização do espaço e a ampliação do número dos kits-feira para feirantes produtores são alternativas apresentadas pelos grupos investigados.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABRAMOVAY, R. **Paradigmas do capitalismo agrário em questão**. São Paulo: Edusp, 2012.
- ANGULO, J. L. G. Mercado local, produção familiar e desenvolvimento: estudo de caso da feira de Turmalina, Vale do Jequitinhonha, MG. **Organizações Rurais e Agroindustriais/Rural and Agro-Industrial Organizations**, 2003. Disponível em: <<http://repositorio.ufla.br/handle/1/8798>>. Acesso em mar. de 2020.
- 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, 1 out. 2018. Disponível em: <https://revistaesa.com/ojs/index.php/esa/article/view/ESA26-3_feiras_feirantes>. Acesso em mar. de 2020.
- AUGUSTO, H. DOS A.; RIBEIRO, E. M. O idoso rural e os efeitos das aposentadorias rurais nos domicílios e no comércio local: O caso de Medina, nordeste de Minas. **Dados**, n. Xv, 2006.
- BRASIL. **Atlas do desenvolvimento humano no Brasil 2013**. Disponível em: <https://atlasbrasil.org.br/2013/pt/perfil_m/medina_mg>. Acesso em mar. de 2020.
- CASSOL, A.; SCHNEIDER, S. Produção e consumo de alimentos: Novas redes e atores. **Lua Nova**, 2015.
- CHAYANOV, A. V. **La organización de la unidad económica campesina**. 1974.
- COÊLHO, J. D. Feiras Livres De Cascavel E De Ocara: Caracterização, Análise Da Renda E Das Formas De Governança Dos Feirantes. **Economia**, p. 1–86, 2008.
- FORMAN, S. **Camponeses: sua participação no Brasil**. Centro Ede ed. Rio de Janeiro: 2009.
- FREITAS, K. A. **Mobilidade urbana e hábitos de compra: efeitos na distribuição e na logística para o varejo**. UFMG, 2015. Disponível em: <<https://repositorio.ufmg.br/handle/1843/BUBD-9XSHJS>>. Acesso em: mar. de 2020.
- GALIZONI, F. Águas da Vida: população rural, cultura e água em Minas Gerais. **Campinas: IFCH/UNICAMP**, p. 198, 2005.
- GODOY, W.; RECH, R. Aspectos socioeconômicos e de produção relacionados às feiras-livres do Sudoeste do Paraná. **Revista Brasileira de Agroecologia**, v. 8, n. 1, p. 40–47, 2013.
- IBGE. Características gerais da população, religião e pessoas com deficiência. Rio de Janeiro: IBGE, 2012. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/medina>>. Acesso em: mar. 2020.
- _____. **Produto interno bruto dos municípios**. IBGE, 2019. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/contas-nacionais/9088-produto-interno-bruto-dos-municipios.html?=&t=o-que-e>>. Acesso em mar. de 2020.
- _____. **Censo agropecuário 2017: resultados definitivos. Censo agropecuário**, 2019. Disponível em: <<https://sidra.ibge.gov.br/pesquisa/censo-agropecuario/censo-agropecuario-2017>>. Acesso em: mar. de 2020.
- INSTITUTO NACIONAL DE PREVIDÊNCIA SOCIAL. **Estatísticas Municipais**. Brasília: 2017. Disponível em: <<http://www.previdencia.gov.br/dados-abertos/estatisticas-municipais-2017>>. Acesso em: fev. de 2020.
- MALUF, R. S. Painel sobre Experiências Significativas de Ação Local de Abastecimento Alimentar., p. 43, 1999.
- RIBEIRO, E. M.; ARAÚJO, D. P.; *et al.* AS FEIRAS LIVRES DO JEQUITINHONHA: FEIRANTES, CONSUMIDORES E COMÉRCIO URBANO NO SEMI-ÁRIDO MINEIRO. **Caderno do CEAS**, p. 1–16, 2007.



RIBEIRO, E. M.; GALIZONI, F. M.; *et al.* Agricultura familiar e programas de desenvolvimento. **Revista de Economia e Sociologia Rural**2, v. 45, n. 04, p. 1075–1102, 2007.

_____. Água, população rural e políticas de gestão: o caso do vale do Jequitinhonha, Minas Gerais. **Ambiente & Sociedade**, v. 5, n. 2, p. 1–146, 2003.

WANDERLEY, M. D. N. B. Agricultura familiar e campesinato: rupturas e continuidade. **Estudos Sociedade e Agricultura**, 2003.