

## TERRITORIALIZAÇÃO DAS FEIRAS DE AGRICULTURA FAMILIAR EM SANTA CATARINA: UMA PROMESSA AINDA NÃO CUMPRIDA

TERRITORIALIZATION OF FAMILY FARMING FAIRS IN SANTA CATARINA: AN UNFULFILLED PROMISE

TERRITORIALIZACIÓN DE LAS FERIAS DE AGRICULTURA FAMILIAR EN SANTA CATARINA: UNA PROMESA AÚN NO CUMPLIDA

Estevan Felipe Pizarro Muñoz<sup>1</sup> 

Cleber José Bosetti<sup>2</sup> 

Zilma Isabel Peixer<sup>3</sup> 

Eduardo Ramos Kuznier<sup>4</sup> 

Submissão: 08/03/2022 / Aceito: 18/08/2022 / Publicado: 30/01/2023.

### RESUMO

As interações da agricultura familiar (AF) com os mercados se constituem num dos pontos nevrálgicos das suas organizações socioeconômicas. É este o contexto do presente artigo que objetiva compreender de que maneira os componentes territoriais interferem na edificação das feiras da AF em três regiões distintas no Estado de Santa Catarina - Oeste, Serra e Litoral - nos quais a trajetória histórica e econômica é diferenciada. Por meio de uma abordagem institucional dos mercados, buscou-se analisar os territórios selecionados durante agosto de 2020 a maio de 2021. Os dados primários foram obtidos através de entrevistas com diferentes agentes públicos de cada um dos municípios da amostra. Os dados secundários (estrutura fundiária, IDHM, PIB per capita, demografia) foram obtidos nas bases de dados do IBGE. Para a análise dos dados, a pesquisa utilizou-se da estatística descritiva, da correlação linear e da regressão linear simples. Os principais resultados demonstram que há correlações entre a configuração socioeconômica e territorial com as dinâmicas das Feiras da AF. Assim, embora a AF seja um componente importante na economia catarinense, a mesma nem sempre é valorizada. Isso contrasta com as identidades culturais articuladas no Estado, configurando uma promessa ainda não concretizada, mas, ao mesmo tempo, se apresentando como um potencial de autonomia e de desenvolvimento rural.

**Palavras-chave:** Mercados; Feiras; Territórios; Circuitos curtos de comercialização de alimentos.

1 Doutor em Desenvolvimento Rural. Universidade Federal de Santa Catarina, Curitibanos, Santa Catarina, Brasil. E-mail: estevan.munoz@ufsc.br

2 Doutor em Sociologia Política. Universidade Federal de Santa Catarina, Curitibanos, Santa Catarina, Brasil. E-mail: cleber.bosetti@ufsc.br

3 Doutora em Ciências Sociais. Universidade Federal de Santa Catarina, Curitibanos, Santa Catarina, Brasil. E-mail: zilma.isabel@ufsc.br

4 Graduando em Engenharia Florestal. Universidade Federal de Santa Catarina, Curitibanos, Santa Catarina, Brasil. E-mail: eduardorkuznier@gmail.com



### ABSTRACT

The interactions of family farming (FF) with the markets constitute one of the neuralgic points of their socio-economic organizations. This is the context of this article, which aims to understand how the territorial components interfere in the construction of FF fairs in three distinct regions in the State of Santa Catarina - Oeste, Serra and Litoral - in which the historical and economic trajectory is differentiated. Through an institutional approach to markets, we sought to analyze the selected territories from August 2020 to May 2021. Primary data were obtained through interviews with different public agents from each of the municipalities in the sample. Secondary data (land structure, HDIM, GDP per capita, demography) were obtained from IBGE databases. For data analysis, the research used descriptive statistics, linear correlation and simple linear regression. The main results demonstrate that there are correlations between the socioeconomic and territorial configuration with the dynamics of the FF Fairs. Thus, although FF is an important component in the economy of Santa Catarina, it is not always valued. This contrasts with the cultural identities articulated in the State, configuring a promise not yet realized, but, at the same time, presenting itself as a potential for autonomy and rural development.

**Keywords:** Markets; Fairs; Territories; Short food supply chain.

### RESUMEN

Las interacciones de la agricultura familiar (AF) con los mercados constituyen uno de los puntos neurálgicos de sus organizaciones socioeconómicas. Este es el contexto de este artículo, que tiene como objetivo comprender cómo los componentes territoriales interfieren en la construcción de ferias de AF en tres regiones distintas del Estado de Santa Catarina - Oeste, Serra y Litoral - en las que se diferencia la trayectoria histórica y económica. A través de una interpretación institucional de los mercados, buscamos analizar los territorios seleccionados desde agosto de 2020 hasta mayo de 2021. Los datos primarios se obtuvieron a través de entrevistas con diferentes agentes públicos de cada uno de los municipios de la muestra. Los datos secundarios (estructura de la tierra, IDHM, PIB per cápita, demografía) se obtuvieron de las bases de datos del IBGE. Para el análisis de los datos, la investigación utilizó estadística descriptiva, correlación lineal y regresión lineal simple. Los principales resultados demuestran que existen correlaciones entre la configuración socioeconómica y territorial con la dinámica de las Ferias de AF. Así, aunque la AF sea un componente importante en la economía de Santa Catarina, no siempre es valorada. Esto contrasta con las identidades culturales articuladas en el Estado, configurando una promesa aún no realizada, pero, al mismo tiempo, presentándose como potencial de autonomía y desarrollo rural.

**Palabras clave:** Mercados; Ferias; Territorios; Circuitos cortos de comercialización de alimentos.

### INTRODUÇÃO

Um dos fios constitutivos da territorialidade do Estado de Santa Catarina é a forte presença e a ênfase da agricultura familiar (AF). Está presente nas memórias cultivadas pelo Estado que sempre ressalta o pioneirismo dos europeus, caracterizado pelo trabalho árduo do colono (denominação comum aos camponeses migrantes), que permeia uma identidade "mítica" do agricultor e da agricultora. Tal imagem é cuidadosamente construída e cultivada na formação identitária do estado, perpetuando uma visão positivista da colonização, fato que adiciona valores



simbólicos e ideológicos no imaginário local e que, cada vez mais, reproduzem-se através do turismo e da agroindústria (CAROLA, 2010). Mas, quais potenciais e dilemas se delineiam considerando a presença e a diversidade da AF no Estado?

O Estado catarinense é também chamado como a 'Suíça brasileira' em função dos bons indicadores de desenvolvimento, boa equidade regional e uma das distribuições fundiárias menos desiguais do território brasileiro. De acordo com os dados do Censo Agropecuário do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2017), o índice médio é de 35,33 hectares por propriedade rural, o que faz da AF um importante setor econômico estadual. No entanto, embora 78,14% dos estabelecimentos rurais possuam caráter familiar, eles ocupam apenas 38,09% das áreas agricultáveis do território catarinense (IBGE, 2021). E, embora não sejam desprezíveis as condições naturais, tal fato é também decorrência do padrão agrícola brasileiro, o qual fomentou políticas governamentais que estimularam um perfil de agricultura industrial e, em particular, a incorporação progressiva destes como agentes integrados e subordinados aos complexos agroindustriais de diferentes commodities agrícolas (BOSETTI *et al.*, 2020).

De outro modo, agricultoras e agricultores familiares que não foram incorporados na dinâmica da 'modernização' agropecuária, frequentemente encontram dificuldades em viabilizarem-se nos sistemas alimentares contemporâneos. O chamado 'gargalo da comercialização' se apresenta repetidas vezes e nos mais variados contextos, destacando a importância de se analisar os aspectos que se expressam 'fora da porteira' (MUÑOZ, 2019). Considerando a relevância de se promover mercados adaptados aos diferentes estilos de agricultura (PLOEG, 2016) como uma estratégia de desenvolvimento rural, esta pesquisa objetiva compreender de que maneira os componentes territoriais (história, estrutura fundiária e economia) interferem na edificação das feiras da AF em três regiões distintas no Estado de Santa Catarina: Oeste, Serra e Litoral.

Nesse sentido, a problemática central gravita em torno da seguinte questão: que aspectos da composição socioeconômica territorial interferem na construção social das feiras da AF? Como desdobramentos dessa questão, tem-se: a) a maior presença relativa de estabelecimentos da AF no território interfere na quantidade de feiras? O Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM) e o Produto Interno Bruto (PIB) per capita dos municípios possuem relação com o número de feiras da AF? A densidade populacional do território influencia na quantidade de feiras?

Para buscar responder a essas questões, o artigo está organizado em três seções, além desta introdução e das considerações finais. Na segunda seção, apresentam-se os fundamentos teóricos utilizados para se compreender os mercados, os quais estão ancorados na compreensão da sociologia econômica, especialmente nas correntes institucionalistas. A terceira seção delinea os procedimentos metodológicos. Por fim, a quarta seção apresenta os principais resultados e discussões da pesquisa realizada, a qual busca vislumbrar o complexo quadro de elementos constituintes dos territórios para se compreender as dinâmicas sociopolíticas e econômicas das feiras da AF.

## UMA BREVE LEITURA INSTITUCIONAL DOS MERCADOS

O território consiste nos componentes materiais ordenados no espaço, tanto pela natureza quanto pelas delimitações estabelecidas pela ação humana com objetivos diversos (GOTTMANN, 2012). Pode ser algo dado, isto é, a priori e dotado de características específicas, bem como pode ser construído como o resultado de processos sociais cumulativos ao longo do tempo e coordenados por atores, saberes e instituições de forma a qualificar os recursos existentes (PECQUEUR, 2013). Nesse sentido, a AF e seus arranjos mercantis podem ser compreendidos a partir das dinâmicas da configuração territorial, os quais tendem a revelar recursos e ativos que proporcionam *inputs* territoriais (CAZELLA *et al.*, 2019).

A leitura mais conhecida e utilizada sobre “o Mercado” é aquela baseada na perspectiva do mainstream da teoria econômica, para a qual o indivíduo – calculista e racional – é capaz de processar todas as informações disponíveis para a tomada de decisão mais eficiente e maximizadora de lucro, tendo em vista a realização do livre comércio em um ambiente concorrencial (MANKIWI, 2020). Em linhas gerais, essas perspectivas fundamentam a ideia dos mercados como uma entidade natural que determina a organização das trocas econômicas em sociedade. De acordo com Polanyi (2000), Hodgson (2017) e outros, tal visão considera o mercado como um ente abstrato e emancipado de qualquer relação social, onde o consumo é a expressão máxima da racionalidade humana.

Conforme Schneider (2016), a problematização dos mercados e a discussão sobre a inserção mercantil da AF gera desconfortos e resistências em toda uma gama de teóricos, haja vista uma visão estreita que vincula o mercado exclusivamente à lógica capitalista. Entretanto, a necessidade de estabelecer trocas mercantis (PLOEG, 2016) como condição *sine qua non* de sobrevivência nos sistemas alimentares contemporâneos, bem como o imperativo de construir



modelos produtivos que façam frente a crise ecológica, torna urgente repensar o significado desse conceito (MUÑOZ, 2019). Nesse sentido, escolas de pensamento com outras raízes epistemológicas aportaram importantes contribuições alternativas à visão neoclássica dominante e situam o mercado, em seu sentido institucional, como construção sociopolítica.

Assim, os mercados são instituições que permitem comprar e vender por meio dos preços. Essa instituição pode ser um espaço físico, um ritual compartilhado, um conjunto de normas ou uma combinação dessas variáveis. Definidos no plural, os mercados representam instituições construídas socialmente que estão permanentemente em disputa. Estas disputas focalizam o controle de recursos econômicos, mas também envolvem a formação de hábitos, crenças, expectativas, regras formais, normas informais, infraestruturas físicas e dispositivos técnicos (AZEVEDO, 2016). Com efeito, os mercados alimentares da AF são potenciais espaços onde ocorrem as lutas por redistribuição de recursos, mas também por reconhecimento de novos valores sociais (NIEDERLE; WESZ JUNIOR, 2018).

Quando consideramos a realidade das trocas econômicas, é notório que os mercados modernos estão longe de configurar um mecanismo fictício e autorregulável de exploração (POLANYI, 2000). Pelo contrário, a conformação e os efeitos produzidos por estes mercados são, antes de tudo, a expressão de lutas envolvendo diferentes atores sociais. Diferentemente de uma mão invisível, o que existe são arenas sociais, nas quais os atores econômicos dominantes – as corporações transnacionais, os fundos de investimentos e as cadeias de supermercados – sustentam seus interesses em um discurso que torna a produção e a produtividade agrícolas valores sobrepostos a qualquer outro tipo de princípio (AZEVEDO; 2016; SCHNEIDER, 2016; MUÑOZ, 2019).

Desse modo, visualiza-se a existência de, ao menos, duas dimensões dos mercados: o mercado enquanto instituição econômica que estrutura o funcionamento da sociedade capitalista a partir das relações entre oferta e procura; e o mercado enquanto espaço das trocas culturais, edificado por meio de dispositivos institucionais criados para mediar as relações sociais. Essas duas lógicas não são excludentes, pelo contrário, atuam de modo simultâneo no cotidiano das ações econômicas dos agentes sociais (POLANYI, 2000; SCHNEIDER, 2016; NIEDERLE; WESZ JUNIOR, 2018). Será a partir desta concepção dos mercados que se fará uma interpretação das possibilidades de interação com a realidade da AF.



## AGRICULTURA FAMILIAR E OS MERCADOS ALIMENTARES

As transformações ocorridas na agricultura brasileira contemporânea foram marcadas pela incorporação de novos padrões técnicos e organizacionais e pela inserção em cadeias produtivas competitivas. Tais transformações foram acessadas por uma pequena parte de agricultores mais capitalizados, enquanto outra parcela significativa ficou à sua margem (BOSETTI, 2021). Apesar de esse ser um fenômeno característico da agricultura moderna, na qual a lógica das escalas produtivas impõe restrições gradativas ao número de agricultores que podem permanecer na atividade, em muitos casos, as habilidades sociais desenvolvidas pela AF para estruturar suas práticas produtivas permitem aos mesmos resistir às pressões sistêmicas e institucionais e criar estratégias de sobrevivência (PLOEG, 2016; NIEDERLE; WESZ JUNIOR, 2018).

Nessa perspectiva, vários estudos têm mostrado a capacidade criativa dos agricultores familiares na elaboração de práticas de resistência e sustentabilidade, desde a adoção de lógicas de produção fundamentadas na coprodução e otimização dos recursos existentes nas unidades socioprodutivas (PLOEG, 2016), as práticas sociais de reciprocidade e criação de circuitos não mercantis de troca (DAROLT *et al.*, 2016) e as diversas estratégias de construção e acesso aos novos mercados alimentares (MUÑOZ, 2019). Tudo isso caracteriza a diversidade de arranjos, suas dinâmicas sociais e econômicas e sua capacidade de adaptação e reinvenção na contemporaneidade (BOSETTI, 2021).

Dentre as várias estratégias construídas pela AF destacam-se os circuitos curtos de comercialização de alimentos (CCCA), isto é, a construção de estruturas mercantis baseadas em inter-relações diretas e/ou aproximadas entre produtores e consumidores (RENTING *et al.*, 2003) que se apresentam sob diferentes estratégias organizacionais como feiras, comunidades que suportam a agricultura e cestas entregues diretamente aos consumidores (LAMINE, 2008; DAROLT *et al.*, 2016; DAROLT e ROVER, 2021), onde, via de regra representam arranjos associativos nos quais os consumidores estabelecem acordos com os agricultores. A proliferação de circuitos curtos, feiras livres, grupos de consumo, associações e cooperativas descentralizadas, experiências de agricultura urbana, de consumo local e de valorização de alimentos tradicionais, permitiu conformar práticas mercantis inovadoras (GAZOLLA; SCHNEIDER, 2017).

O formato de feiras da AF é uma expressão desses CCCA e fazem parte das estratégias de enfrentamento das adversidades impostas pelo regime alimentar corporativo (McMICHAEL, 2016; NIEDERLE; WESZ JUNIOR, 2018; DAROLT e ROVER, 2021). Concebidos como uma estratégia para assegurar a captação de valor por parte dos agricultores familiares dentro das



cadeias do sistema agroalimentar (MARSDEN *et al.*, 2000; RENTING *et al.*, 2003), a participação nos mercados dos CCCA tem representado uma série de melhorias para a AF, como o acréscimo de três importantes capitais: o econômico (aumento da renda agrícola e total), o social (fortalecimento das relações sociais) e o humano (competências e habilidades desenvolvidas), bem como de melhorias de infraestrutura e de qualidade ecossistêmica das propriedades (BONOMELLI; ROUDART, 2019; KIYOTA, 2021).

Nos CCCA, os produtos chegam até os consumidores com um grau significativo de informações carregadas de valor, isto é, da confiança e qualidade dos produtos (RENTING *et al.*, 2003). Isso ocorre em função de que os próprios consumidores, ao menos parte deles, tem buscado uma nova relação com os alimentos no sentido qualitativo (NIEDERLE; WESZ JUNIOR, 2018), o que inclui a busca por produtos ecológicos, de época, com preços justos e produtos com a identidade de quem produz e as características locais das comunidades e territórios (DAROLT e ROVER, 2021). Nesse sentido, os circuitos curtos configuram-se como uma relação social de troca diferenciada e a AF assume um papel central na construção social de mercados adaptados às suas lógicas (MUÑOZ, 2019; KIYOTA, 2021).

Em termos sociopolíticos, essas estratégias e dinâmicas mercantis dependem da articulação de uma série de atores que, em seu conjunto, podem vir a constituir um sistema agroalimentar territorial (LAMINE, 2008). De toda maneira, a edificação desses mercados tende a se viabilizar na medida em que atores sociais do território se articulam, através de redes e outros mecanismos de ação política (MUÑOZ, 2019). Portanto, a compreensão do processo de construção social das feiras da AF envolve, em alguma medida, a caracterização dos territórios e dos atores sociais que mobilizam seus capitais simbólicos na direção de tais processos.

## PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Foram definidas três regiões com contextos históricos e agrários diferenciados no Estado de Santa Catarina: i) Oeste, delimitada pela Região Intermediária de Chapecó; ii) Serra, delimitada pela Região Intermediária de Lages e; iii) Litoral, delimitada pela Região Intermediária de Florianópolis. Além do município sede das regiões intermediárias, foram escolhidos mais 4 municípios que fazem parte de cada região com o critério de serem os com maior população absoluta. Assim, a composição da amostra foi a seguinte: a) Oeste: Chapecó, Concórdia, Joaçaba, São Miguel do Oeste e Xanxerê; b) Serra: Lages, Curitibanos, Otacílio Costa, Santa Cecília e São Joaquim; e c) Litoral: Florianópolis, Biguaçu, Imbituba, Palhoça e São José.



Os dados secundários (estrutura fundiária, IDHM, PIB per capita, demografia) foram obtidos nas bases de dados do IBGE. Os dados primários foram obtidos através de entrevistas estruturadas realizadas por telefone junto às Secretarias Municipais da Agricultura e à Empresa de Pesquisa e Extensão Rural de Santa Catarina (EPAGRI) de cada um dos municípios da amostra. Ao todo foram realizadas 30 entrevistas estruturadas entre os meses de agosto de 2020 a maio de 2021.

Quanto ao método, a pesquisa utilizou-se da estatística descritiva, da correlação linear e da regressão linear simples (OLIVEIRA; SOUZA, 2017; AFONSO, 2019). A estatística descritiva serviu para caracterizar os aspectos socioeconômicos, agrários, demográficos e a quantidade de feiras nos territórios delimitados; a correlação linear foi utilizada para analisar o comportamento conjunto de duas variáveis, ou seja, saber se as alterações em uma das variáveis são acompanhadas por alterações em outra. Para isso utilizou-se como parâmetro o coeficiente de correlação linear de Pearson que varia de 1 a -1 (quanto mais próximo desses valores, mais forte é a correlação); a regressão linear simples foi utilizada para estimar a probabilidade de alteração de uma variável (variável dependente Y ou variável a ser explicada) em relação à outra variável (variável independente X ou variável explicativa). Na regressão linear os parâmetros considerados são o  $R^2$ ajustado (quanto mais próximo de 1 maior é capacidade explicativa das variações de Y em função de X; quanto mais próximo de 0, menor é a capacidade explicativa); e o P-valor (se  $P < 0,05$  ou 5% o modelo explicativo é aderente; se  $P > 0,05$  ou 5%, o modelo não possui significância estatística).

Assim, a quantidade de feiras de cada uma das regiões da amostra (variável dependente) foi comparada aos seguintes indicadores territoriais: i) IDHM; ii) PIB per capita; iii) estrutura fundiária e; iv) densidade populacional (variáveis independentes) (APÊNDICE 1). As análises estatísticas foram feitas através dos programas Excel e Minitab e, com isso, foi possível mensurar as relações estabelecidas e a confirmação e rejeição de hipóteses.

## RESULTADOS E DISCUSSÕES

A tabela 1 apresenta a população, o número de feiras e o número de famílias participantes por municípios da amostra. Foram feitos testes estatísticos considerando duas variáveis: tamanho da população e número de agricultores feirantes. O Coeficiente de Correlação Linear entre as duas variáveis foi de 0,592933792, isto é, houve uma correlação positiva (AFONSO, 2019). A Análise de Regressão Linear apresentou valor-p  $< 5\%$ , ou seja, a hipótese nula foi rejeitada e a variável



independente (tamanho da população) serve para explicar a variável dependente (número de famílias feirantes) (OLIVEIRA; SOUZA, 2017). Dessa maneira, pode-se dizer que a distribuição demográfica no âmbito territorial é um fator que exerce influência na disposição quantitativa das feiras da AF nas três regiões de estudo, na medida em que existem apenas 32, que representam 272 feirantes, para abastecer uma população de mais de 1,7 milhão de habitantes.

**Tabela 1: População Absoluta, número de feirantes e feiras por município**

Município	População total estimada	N. famílias feirantes	N. de feiras
<b>Chapecó</b>	224.013	80	11
<b>Xanxerê</b>	51.642	14	1
<b>Joaçaba</b>	30.404	10	1
<b>Concórdia</b>	75.167	25	2
<b>S. Miguel do Oeste</b>	40.868	29	3
<b>Total 1: Oeste</b>	<b>422.094</b>	<b>158</b>	<b>18</b>
<b>Lages</b>	157.349	28	5
<b>Curitibanos</b>	39.893	14	2
<b>São Joaquim</b>	27.139	0	0
<b>Otacílio Costa</b>	18.975	12	1
<b>Santa Cecília</b>	16.918	0	0
<b>Total 2: Serra</b>	<b>260.274</b>	<b>54</b>	<b>8</b>
<b>Florianópolis</b>	508.826	60	6
<b>Imbituba</b>	45.286	0	0
<b>Palhoça</b>	175.272	0	0
<b>São José</b>	250.181	0	0
<b>Biguaçu</b>	69.486	0	0
<b>Total 3: Litoral</b>	<b>1.049.051</b>	<b>60</b>	<b>6</b>

Fonte: Elaborado pelos autores com dados primários e do IBGE cidades, 2020.

As diferenças entre as regiões podem ser explicadas por alguns aspectos presentes em cada território (população total, população urbana e rural, tamanho dos estabelecimentos, principais produções, entre outros). Conforme informações obtidas nas entrevistas, o baixo número de feiras no Litoral explica-se, parcialmente, pela presença da Central de Abastecimento do Estado de Santa

Catarina (CEASA), localizada no município de São José. Considera-se que isso representa um fator que desmobiliza a realização de feiras da AF, na medida em que esse centro atacadista absorve boa parte da produção existente nos municípios e abastece uma série de canais convencionais de comercialização que ofertam alimentos na região. Além disso, outras duas variáveis territoriais testadas foram o IDHM e o PIB per capita, os quais os resultados da pesquisa estão expressos na Tabela 2.

**Tabela 2: Relação entre Feiras da AF, IDHM e PIB per capita**

Município	Famílias Feirantes	IDHM	PIB per capita
Chapecó	80	0,791	44.321,07
Xanxerê	14	0,775	33.864,92
Joaçaba	10	0,827	64.675,09
Concórdia	25	0,801	45.197,17
S. Miguel do Oeste	29	0,801	37.963,89
<b>Média Região</b>		0,799	45.204,40
Lages	28	0,771	32.355,43
Curitibanos	14	0,721	35.989,53
São Joaquim	0	0,687	27.919,27
Otacílio Costa	12	0,741	40.840,77
Santa Cecília	0	0,698	28.120,98
<b>Média Região</b>		723	33.045,20
Florianópolis	60	0,847	42.719,16
Imbituba	0	0,765	39.926,04
Palhoça	0	0,757	32.626,34
São José	0	0,809	43.665,31
Biguaçu	0	0,739	27.639,57
<b>Média Região</b>		0,783	37.315,00

Fonte: Elaborado pelos autores com dados primários e do IBGE cidades, 2020.

Neste momento, vale fazer uma menção específica para Florianópolis, pois a capital catarinense representa o caso mais complexo de ser sistematizado, pelas seguintes razões: 1) Há a ocorrência de 54 Feiras Livres de forma regular e registradas na Prefeitura Municipal de

Florianópolis, no entanto, não foi possível verificar se há o envolvimento significativo de agricultores familiares e/ou se são apenas intermediários que se abastecem no CEASA de São José; 2) Além disso, Florianópolis possui a modalidade ‘Direto do Campo’, que são sacolões que revendem produtos centralmente do nosso cinturão verde (que compreendem agricultores familiares), mas também do CEASA de São José; 3) A cidade possui diferentes feiras esporádicas em razão do turismo, de eventos específicos e/ou de ações empreendedoras pontuais, as quais são difíceis de monitorar; 4) As seis feiras citadas são orgânicas e ocorrem com regularidade.

Uma segunda questão a se destacar é que alguns municípios possuem Pavilhões e/ou Mercados Municipais, os quais possuem boxes que são (ou serão operados) por agricultores familiares. O caso mais emblemático é Chapecó. Já Lages, Curitiba e Imbituba estão com Mercados Municipais a serem reinaugurados ou inaugurados em breve e possuem no seu projeto a disponibilização de espaços de comercialização para organizações da AF.

Assim, constata-se que as variáveis territoriais tamanho da população e IDHM ajudam a entender o comportamento das feiras da AF nas regiões do estudo. Isso significa que a combinação entre cidades mais populosas, com índices de desenvolvimento socioeconômico mais elevado, são fatores territoriais relativamente relevantes. Há ainda a se considerar a recente valorização de produtos da AF em determinados grupos socioeconômicos com renda mais alta, especialmente os alimentos orgânicos (MUÑOZ, 2019; DAROLT; ROVER, 2021).

Entretanto, o desenvolvimento socioeconômico de um território é multifacetado e construído historicamente (PECQUEUR, 2013). Desse modo, buscou-se identificar se a variável ‘estabelecimentos da AF’ possui correlação com as feiras da AF. Para isso, foram observados os números absolutos e os percentuais em relação aos estabelecimentos totais, o que pode ser um indicativo da maior ou menor presença da AF em cada região, como observa-se na tabela 3:

**Tabela 3: Famílias feirantes e Estabelecimentos da agricultura familiar**

Município	Número de estabelecimentos da AF	% de estabelecimentos da AF em relação ao total dos estabelecimentos	Famílias de agricultores feirantes
<b>Chapecó</b>	1303	78,44	80
<b>Xanxerê</b>	572	80,45	14
<b>Joaçaba</b>	699	83,51	10
<b>Concórdia</b>	2326	84,12	25
<b>S. Miguel do Oeste</b>	709	80,75	29
<b>Total 1</b>	5.609		158
<b>Lages</b>	581	41,82	28
<b>Curitibanos</b>	598	66,93	14
<b>São Joaquim</b>	1592	67,45	0
<b>Otacílio Costa</b>	245	48,22	12
<b>Santa Cecília</b>	161	44,97	0
<b>Total</b>	3.177		54
<b>Florianópolis</b>	74	35,07	60
<b>Imbituba</b>	238	75,07	0
<b>Palhoça</b>	105	44,87	0
<b>São José</b>	58	54,2	0
<b>Biguaçu</b>	248	71,67	0
<b>Total</b>	723		60

Fonte: Elaborado pelos autores com dados IBGE: Censo Agropecuário 2017.

Nesse sentido, nota-se que no território em que há maior percentual de estabelecimentos da AF não ocorre uma maior participação relativa em termos de número de feirantes por estabelecimentos. Isso confirma a fraca correlação entre essas variáveis e permite inferir que o fato de uma região possuir um maior percentual de estabelecimentos da AF, por si, não assegura a maior presença de feiras da AF. Isso se explica, por um lado, pela sua diversidade socioeconômica e as diferentes formas de inserção nas cadeias produtivas (SCHNEIDER, 2016; MUÑOZ, 2019) e pelo entendimento de que a construção social dos mercados envolve a disposição de outros atores presentes no espaço social, bem como por suas articulações em prol da construção de outros



aspectos valorativos no âmbito do sistema agroalimentar (MARS DEN *et al.*, 2000; NIEDERLE; WESZ JUNIOR, 2018; DAROLT; ROVER, 2021).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo comparado das feiras da AF nas regiões Oeste, Serra e Litoral de Santa Catarina mostrou que há correlações entre a configuração socioeconômica e territorial com as dinâmicas dessas modalidades de mercado. As especificidades da estrutura fundiária, as características socioeconômicas dos territórios e os indicadores de desenvolvimento social e econômico constituem variáveis fundamentais que ajudam a explicar a construção social desses mercados alimentares nos diferentes territórios. Os dados analisados indicam que não há uma correlação direta entre a representatividade da AF na economia e presença de Feiras da AF.

Outra conclusão importante com os dados levantados é a inexpressividade das Feiras da AF como um canal de comercialização junto aos consumidores dos municípios pesquisados. Com exceção de Chapecó, Lages e Florianópolis, há um número significativo de municípios que não possuem feiras organizadas por agricultores familiares e/ou quando existem, ocorrem com apenas uma feira composta por poucas famílias. Contudo, mesmo no caso de Florianópolis, Lages e Chapecó, devido ao tamanho de suas populações, pode-se afirmar que esses canais ainda são muito limitados.

Vale destacar que as feiras da AF representam apenas um dos possíveis canais de comercialização dos CCCA. Ainda há outras possibilidades tais como os boxes em mercados públicos, cestas entregues diretamente aos consumidores, vendas direta na unidade produtiva, dentre outras possibilidades mediadas pelo Estado. Por limitações de recursos, a presente pesquisa tomou como recorte metodológico apenas as feiras da AF localizadas nas regiões referidas, mas os demais formatos de canais de comercialização e/ou o estudo em outras regiões de Santa Catarina ficam como sugestões para futuros estudos. Além disso, seria importante mensurar o papel e o impacto dos atores sociopolíticos engajados com a AF para a construção social desses mercados alimentares.

Por fim, os resultados demonstram que, embora a AF seja um componente importante na economia catarinense, a mesma nem sempre é valorizada. Isso contrasta com as identidades culturais articuladas no Estado, configurando uma promessa ainda não concretizada, mas, ao mesmo tempo, se apresentando como um potencial de autonomia para a AF catarinense. Há aqui um elemento importante para se considerar nas Políticas Públicas em prol da AF, especialmente



nos pequenos municípios pesquisados, pois a territorialização dos CCA pode ser uma importante estratégia de desenvolvimento rural.

## REFERÊNCIAS

AFONSO, J. F. **Introdução à econometria**. Maringá: UNICESUMAR, 2019, 251 p.

AZEVEDO, P. F. Emergência de instituições de mercado: a criação de mercados como política para a agricultura: In: MARQUES, F.C.; CONTERATO, M.; SCHNEIDER, S. **Construção de mercados e agricultura familiar**: Desafios para o desenvolvimento rural. Porto Alegre: Editora UFRGS, 2016, 416 p.

BONOMELLI, V.; ROUDART, L. Quels effets des circuits courts de commercialisation sur les moyens d'existence des agriculteurs familiaux ? Le cas d'une foire paysanne à Quito (Équateur). **Économie Rurale**. Paris. n. 367, p. 95–111, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.4000/economierurale.6599>. Acesso em 13 de mar.2021.

BOSETTI, C. J.; MARTINS, E. M.; PEIXER, Z. I. Agrário da região serrana nas últimas décadas In: STOLBERG, J.; LEITE, N. K.; GOERL, R. F. **Estudos socioambientais sobre o planalto catarinense**. Florianópolis: Editora Insular, 2020. 129p.

BOSETTI, C. J. A territorialização do Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) em Santa Catarina (2009-2018). **Grifos**. Chapecó. V.31. n. 55, p 101 - 120; 2021. Disponível em: <https://bell.unochapeco.edu.br/revistas/index.php/grifos/article/view/5518>. Acesso em dez. 2021.

CAROLA, C. R. Natureza admirada, natureza devastada: História e Historiografia da colonização de Santa Catarina. **Varia História**. Belo Horizonte, v. 26, n. 44, p. 547–572, 2010. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0104-87752010000200011>. Acesso em 15 de mar. 2021.

CAZELLA, A. A.; PAULA, L. G. N.; MEDEIROS, M.; TURNES, V. A. A construção de um território de desenvolvimento rural: recursos e ativos territoriais específicos. **Redes**, Santa Cruz do Sul, v. 24, n. 3, p. 49–74, 2019. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.17058/redes.v24i3.14118>. Acesso 20 de mar. 2021.

DAROLT, M. R.; LAMINE, C.; BRANDENBURG, A.; ALENCAR, M. C. F.; ABREU, L. S. Alternative food networks and new producer-consumer relations in France and in Brazil. **Ambiente e Sociedade** [online], São Paulo, v. 19, n. 2, p. 1–22, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1809-4422ASOC121132V1922016>. Acesso 30 de mar. 2021.



DAROLT, M. R. ROVER, O. J. (Org.). **Circuitos curtos de comercialização, agroecologia e inovação social**. Florianópolis: Estúdio Semprelo, 2021.

GAZOLLA, M.; SCHNEIDER, S. **Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas: negócios e mercados da agricultura familiar**. Porto Alegre: Editora UFRGS, 2017, 520 p.

GOTTMANN, J. A evolução do conceito de território. **Boletim Campineiro de Geografia**. Campinas, v. 2, n. 3, p. 523–545, 2012.

HODGSON, G. M. A abordagem da economia institucional. In: SALLES, A. O. T.; PESSALI, H. F.; FERNÁNDES, R. G. **Economia institucional: fundamentos teóricos e históricos**. São Paulo: Editora UNESP, 2017, 401 p.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo Agropecuário 2017**. Brasília: IBGE. Disponível em: <<https://censos.ibge.gov.br/agro/2017/>> Acesso em: 04 Mar. 2021.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Regiões Geográficas, 2021**. Brasília: IBGE. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/>> Acesso em 04 Mar. 2021.

KIYOTA, N.; TOMAZINI, C. E. G.; QUINAGLIA, G. D. P.; PILATTI, G. Relações de confiança nas feiras de produtos orgânicos e artesanais dos bairros de Pato Branco-PR. **Grifos: Chapecó**. v. 30 n. 54 (2021): Edição Especial (58º Congresso da SOBER): Dossiê - Dinâmicas da Agricultura Familiar e do Desenvolvimento Rural Brasileiro. Disponível: <http://bell.unochapeco.edu.br/revistas/index.php/grifos/issue/view/315>. Acesso em 5 dezembro de 2021.

LAMINE, C.; PERROT, N. **Les AMAP: un nouveau pacte entre producteurs et consommateurs?** 1. ed. GAP: Éditions Yves Michel, 2008.163 p.

MARSDEN, T.; BANKS, J.; BRISTOW, G. Food supply chain approaches: Exploring their role in rural development. **Sociologia Ruralis**, v. 40, n. 4, p. 424–438, 2000. Disponível em: <https://doi.org/10.1111/1467-9523.00158>. Acesso em 13 de mar.2021.

MANKIW, G.N. **Introdução à economia**. 8 ed. São Paulo: Cengage Learning. 2020, 720 p.

McMICHAEL, P. **Regimes alimentares e questões agrárias**. Porto Alegre: UFRGS, 2016.

MUÑOZ, E. F. P. **Mercados das agriculturas familiares e camponesas: uma análise institucional comparada entre Brasil e Chile**. 2019. 267p. Tese (Doutorado em Desenvolvimento



Rural) - Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2019.

NIEDERLE, P. A.; WESZ JUNIOR, V. J. **As Novas Ordens Alimentares**. Porto Alegre: UFRGS Editora, 2018, 428 p.

OLIVEIRA, I. G.; SOUZA, R. C. DE. **Estatística Econômica**. Maringá: Unicesumar, 2017, 182 p.

PECQUEUR, B. Territorial development. A new approach to development processes for the economies of the developing countries. **INTERthesis**, Florianópolis, v. 10, n. 2, p. 8–32, 2013. Disponível em: <https://doi.org/10.5007/1807-1384.2013v10n2p8>. Acesso em 13 de mar.2021.

PLOEG, J. D. van der. **Camponeses e a arte da agricultura**: um manifesto chayanoviano. Porto Alegre e São Paulo: Ed. UFRGS/UNESP, 2016, 196 p.

POLANYI, K. **A grande transformação**. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2000, 340 p.

RENTING, H.; MARSDEN, T. K.; BANKS, J. Understanding alternative food networks: Exploring the role of short food supply chains in rural development. **Environment and Planning**, v. 35, n. 3, p. 393–411, 2003. Disponível em: <https://doi.org/10.1068/a3510>. Acesso em 13 de mar.2021.

SCHNEIDER, S. Mercados e agricultura familiar. In: MARQUES, F. C.; CONTERATO, M. A.; SCHNEIDER, S. **Construção de mercados e agricultura familiar**: Desafios para o desenvolvimento rural. Porto Alegre: Editora UFRGS, 2016, 416p.



## APÊNDICE 1 - Síntese dos testes estatísticos

Variável	Coefficiente Pearson parâmetro	Coefficiente Pearson Observado	R <sup>2</sup> parâmetro	R <sup>2</sup> Ajustado observado	P-valor parâmetro	P-valor observado
Densidade Populacional	1 a -1	0,5929	0 a 1	0,7764	P<0,05	0,0198
IDHM	1 a -1	0,5176	0 a 1	0,6279	P<0,05	0,0481
PIB per capita	1 a -1	0,2263	0 a 1	0,2883	P<0,05	0,4012
Estabelecimentos da Agricultura Familiar	1 a -1	0,2668	0 a 1	0,0712	P<0,05	0,3362

**Interpretação:**

**Densidade Populacional:** O Coeficiente de Correlação Linear entre as duas variáveis foi de 0,5929, isto é, houve uma correlação positiva (AFONSO, 2019). R<sup>2</sup> Ajustado 0,7764, portanto, com aderência explicativa. A Análise de Regressão Linear 0,0198 apresentou valor-p < 5%, ou seja, a hipótese nula foi rejeitada e a variável independente (tamanho da população) serve para explicar a variável dependente (número de famílias feirantes) (OLIVEIRA; SOUZA, 2017). Dessa maneira, pode-se dizer que a densidade demográfica no âmbito territorial é um fator que exerce influência na disposição quantitativa das feiras da AF nas três regiões de estudo.

**IDHM:** os municípios da região Oeste apresentam a melhor média em termos de IDHM e PIB per capita, seguido do Litoral e por último a Serra. Em termos estatísticos, o Coeficiente de Correlação Linear para as variáveis número de famílias feirantes e IDHM foi de 0,5176, portanto, positiva. R<sup>2</sup> Ajustado 0,6279, portanto, com razoável aderência explicativa. A análise de Regressão Linear apresentou F- significação de 0,0481 com P-valor < 5%, ou seja, a variável IDHM é significativa para explicar o número de agricultores familiares feirantes. Já a correlação entre o PIB per capita e o número de agricultores familiares feirantes não apresentou relevância estatística.

**Estabelecimentos da AF:** O percentual de estabelecimentos da AF no conjunto total de estabelecimentos agrários indica uma característica da distribuição fundiária. Apesar de haver uma



maior presença da AF no Oeste, tanto em termos absolutos quanto em termos percentuais em relação aos estabelecimentos totais, a análise de correlação linear entre as variáveis número de estabelecimentos da AF e famílias feirantes foi de 0,2668, portanto, positiva, porém fraca.  $R^2$  Ajustado foi de 0,0712, portanto, com pouca capacidade explicativa e a regressão linear 0,3362 não apresentou significância estatística, com P-valor  $> 5\%$ .

Tal como foi visto nos dados sobre a população, o que chama atenção aqui é a baixa participação percentual das famílias de agricultores nas feiras. Se comparada em relação ao número total de estabelecimentos da AF, na região Oeste o número de agricultores que participam dos circuitos curtos nessa modalidade é de 1/36, no Litoral 1/12 e na Serra 1/59. Por outro lado, é preciso ressaltar que a maior parte dos feirantes da AF que comercializam na cidade de Florianópolis são de fora do município, os quais conformam um tímido, porém real, cinturão verde da agricultura. Isso ocorre em função da maior população, densidade demográfica, capital cultural e econômico dos habitantes da capital catarinense.

PIB per capita: a relação entre o PIB per capita e o número de feiras da AF apresentou coeficiente de correlação 0,2263, positiva, porém fraca. A regressão linear indicou  $R^2$  ajustado de 0,2883, o que indica pouca aderência explicativa e P-valor  $> 5\%$ , portanto, não possui relevância estatística. Dessa maneira, considera-se que a variável PIB per capita, por si, não é suficiente para explicar a presença de feiras da AF no território.

