



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DO PARÁ**  
**INSTITUTO DE CIÊNCIAS DA SOCIEDADE**  
**PROGRAMA DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS E DESENVOLVIMENTO REGIONAL**  
**CURSO DE GESTÃO PÚBLICA E DESENVOLVIMENTO REGIONAL**

**LETÍCIA SILVA DA COSTA**

**A IMPORTÂNCIA DOS CIRCUITOS CURTOS DE**  
**COMERCIALIZAÇÃO NO FOMENTO À AGRICULTURA FAMILIAR:**  
**UM ESTUDO DE CASO DA FAF UFOPA**

**SANTARÉM-PARÁ**  
**2023**

**LETÍCIA SILVA DA COSTA**

**A IMPORTÂNCIA DOS CIRCUITOS CURTOS DE COMERCIALIZAÇÃO NO  
FOMENTO À AGRICULTURA FAMILIAR: UM ESTUDO DE CASO DA FAF  
UFOPA**

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado no curso de Gestão Pública e Desenvolvimento Regional, para obtenção do título de Bacharel em Gestão Pública e Desenvolvimento Regional, Universidade Federal do Oeste do Pará, Instituto de Ciências da Sociedade.

**Orientadora:** Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>a</sup> Giselle Alves Silva

**SANTARÉM-PARÁ  
2023**

**Dados Internacionais de Catalogação-na-Publicação (CIP)**  
**Sistema Integrado de Bibliotecas – SIBI/UFOPA**

---

C837i Costa, Leticia Silva da  
A importância dos circuitos curtos de comercialização no fomento à agricultura familiar: um estudo de caso da FAF UFOPA ./ Leticia Silva da Costa. - Santarém, 2023.  
48 p. : il.  
Inclui bibliografias.

Orientadora: Giselle Alves Silva.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Universidade Federal do Oeste do Pará, Instituto de Ciências da Sociedade, Programa de Ciências Econômicas e Desenvolvimento Regional, Bacharelado em Gestão Pública e Desenvolvimento Regional.

1. Circuitos Curtos. 2. Feira. 3. Agricultura Familiar. 4. Dados. 5. Comercialização.  
I. Silva, Giselle Alves, *orient.* II. Título.

CDD: 23 ed. 338.0198115

---

Bibliotecária - Documentalista: Cátia Alvarez – CRB/2 843

## **LETÍCIA SILVA DA COSTA**

### **A IMPORTÂNCIA DOS CIRCUITOS CURTOS DE COMERCIALIZAÇÃO NO FOMENTO À AGRICULTURA FAMILIAR: UM ESTUDO DE CASO DA FAF UFOPA**

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado no curso de Gestão Pública e Desenvolvimento Regional, para obtenção do título de Bacharel em Gestão Pública e Desenvolvimento Regional, Universidade Federal do Oeste do Pará, Instituto de Ciências da Sociedade.

**Orientadora:** Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>a</sup> Giselle Alves Silva

Conceito: \_\_\_\_\_

Data de aprovação: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

Nota: \_\_\_\_\_

#### **BANCA EXAMINADORA:**

\_\_\_\_\_  
Profa. Dra. Giselle Alves Silva – Orientadora (a) - UFOPA  
UFOPA/ PCEDR/GESTÃO PÚBLICA

\_\_\_\_\_  
Profa. Dra. Zilda Joaquina Cohen Gama dos Santos - UFOPA  
UFOPA/ PCEDR/CIÊNCIAS ECONÔMICAS

\_\_\_\_\_  
Prof. Dr. Luiz Gonzaga Feijão da Silva – UFOPA  
UFOPA/ PCEDR/CIÊNCIAS ECONÔMICAS



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DO PARÁ  
INSTITUTO DE CIÊNCIAS DA SOCIEDADE  
PROGRAMA DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS E DESENVOLVIMENTO REGIONAL  
CURSO DE BACHARELADO EM GESTÃO PÚBLICA E DESENVOLVIMENTO REGIONAL

**ATA DE DEFESA PÚBLICA DE MONOGRAFIA DO CURSO DE BACHARELADO EM  
GESTÃO PÚBLICA E DESENVOLVIMENTO REGIONAL**

No décimo primeiro dia do mês de julho de dois mil e vinte e três, às dezesseis horas, realizou-se a Defesa Pública, na sala 328 do BMT, a Monografia do(a) acadêmico(a) LETÍCIA SILVA DA COSTA (matrícula: 2019010490), intitulada A IMPORTÂNCIA DOS CIRCUITOS CURTOS DE COMERCIALIZAÇÃO NO FOMENTO À AGRICULTURA FAMILIAR: UM ESTUDO DE CASO DA FAF UFOPA, sob orientação do(a) Prof.(a) Dra. Giselle Alves Silva que compôs a banca examinadora os professores Dra. Zilda Joaquina Cohen Gama dos Santos e Msc. Luiz Gonzaga Feijão da Silva. A presidente fez a abertura do trabalho com a apresentação dos componentes da banca e do(a) discente e atribuiu o tempo de vinte a trinta minutos para a apresentação do trabalho. Após a apresentação, seguiu-se a arguição e as respostas. Posteriormente, os membros da banca fizeram suas considerações finais passando a palavra para o(a) discente que efetuou seus agradecimentos. A comissão reuniu-se e apresentou o parecer final com a nota **9,5**. Nada mais havendo a tratar, eu, Prof.(a) Dra. Giselle Alves Silva, lavrei a presente ata que, após ser lida, será assinada pelos membros da banca.

Prof.(a) Giselle Alves Silva

– Orientador(a)

Documento assinado digitalmente  
**gov.br** GISELLE ALVES SILVA  
Data: 11/07/2023 19:58:24-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof.(a) Zilda Joaquina C G dos Santos – Membro da banca

Documento assinado digitalmente  
**gov.br** ZILDA JOAQUINA COHEN GAMA DOS SANTOS  
Data: 11/07/2023 20:03:03-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof.(a) Luiz Gonzaga Feijão

– Membro da banca

Documento assinado digitalmente  
**gov.br** LUIZ GONZAGA FEIJAO DA SILVA  
Data: 11/07/2023 20:17:20-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Letícia Silva da Costa

– Discente

Documento assinado digitalmente  
**gov.br** LETICIA SILVA DA COSTA  
Data: 11/07/2023 20:34:40-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

## **AGRADECIMENTOS**

Durante todo esse tempo dentro da Universidade pude vivenciar vários momentos, muitos felizes, outros nem tanto, alguns bem complicados e difíceis, como o período da pandemia de covid-19, que foi um período bem difícil que o mundo inteiro vivenciou, com muitas perdas e incertezas, mas que graças à Deus e à ciência, conseguimos vencer.

Em primeiro lugar agradeço ao nosso Senhor Deus, à Jesus Cristo e ao Divino Espírito Santo, pela força, pela coragem, pela persistência, determinação, pela saúde (física e mental), por todos os obstáculos que apareceram, que poderiam me fazer desistir, mas o Senhor Deus Trino de amor estava sempre comigo, me guiando, me iluminando e me livrando de todos os males, e eu consegui vencer. Obrigada Deus!

Em segundo lugar agradeço à minha família que esteve comigo em todos os momentos, foi o meu refúgio e fortaleza nos momentos difíceis, me ajudando a enfrentar e vencê-los.

Agradeço aos meus colegas, especialmente ao meu grupo que quase sempre fazíamos trabalhos em equipe juntas: Karem, Raquel, Eliandra e Rosângela. Que vivenciaram comigo momentos bem adversos, mas que com muito empenho e determinação conseguimos superá-los.

Agradeço aos professores de Gestão Pública pelo apoio, incentivo e ensinamentos durante todo o meu percurso acadêmico dentro da Universidade. E as professoras do projeto Zilda Cohen e Giselle Alves por todos os ensinamentos e parceria. Em especial minha eterna gratidão à minha orientadora Giselle, que me apresentou e me permitiu fazer parte da Feira da Agricultura Familiar da Ufopa, obrigada pelas palavras de incentivo, paciência, apoio, que nos últimos meses me ajudou tanto, se desdobrando como podia para me ajudar, sem você eu não conseguiria fazer esse grande trabalho.

E agradeço aos produtores da Feira da Agricultura Familiar da Ufopa que sempre me receberam muito bem, com eles pude aprender muito coisas que na sala de aula não se ensina e que dinheiro nenhum no mundo compra. E que sem eles também não seria possível o desenvolvimento deste trabalho. Obrigada a todos!

## RESUMO

A Feira da Agricultura Familiar da Ufopa (FAF) foi criada em junho de 2016, sendo uma ação do Projeto de Extensão “Incubadora de Empreendimentos Econômicos Solidários” (Iecosol) em parceria com a Pró-reitoria da Cultura, Comunidade e Extensão – Procce. A Feira funciona como um espaço de comercialização de circuito curto onde os consumidores têm acesso a produtos diretamente do produtor. Seu objetivo é proporcionar a integração entre comunidade acadêmica, público em geral e os agricultores familiares, estes oriundos de várias associações e cooperativas dos municípios de Santarém, Belterra e Mojuí dos Campos, configurando uma possibilidade concreta de escoamento das suas produções e geração de renda. O objetivo geral da presente pesquisa é compreender o circuito curto de comercialização da Feira da Agricultura Familiar da Ufopa. Para se chegar ao objetivo geral da pesquisa, necessita-se formular os objetivos específicos, apresentados em seguida: a) Caracterizar o empreendimento da Feira da Agricultura Familiar da Ufopa; b) Apresentar os dados de comercialização da Feira da Agricultura Familiar da Ufopa; c) Avaliar avanços e limitações do CCC da Feira da Agricultura Familiar da Ufopa. Sendo assim, a questão que norteia essa pesquisa: qual a importância dos circuitos curtos de comercialização no fomento da agricultura familiar, no caso da FAF da Ufopa? O referencial teórico que sustenta o estudo está organizado em 3 partes, a primeira delas fala sobre alguns conceitos de agricultura familiar na visão de alguns autores e seus benefícios, a segunda sobre as principais políticas públicas para a Agricultura Familiar no Brasil e por último sobre os circuitos curtos de comercialização. Como metodologia: pode ser definido como um estudo qualitativo, de natureza aplicada e descritiva que utilizou como procedimentos a pesquisa bibliográfica, a pesquisa documental, pesquisa de campo, realizando um estudo de caso da Feira da Agricultura Familiar da Ufopa. Utilizando vários recursos para levantamento de dados como observações diretas, e levantamentos de dados da feira. Os resultados mostram que ela tem ganhado cada vez mais espaço e visibilidade, consolidando-se como uma importante atividade de extensão, impactando a vida dos produtores e dos consumidores envolvidos.

**Palavras-Chave:** Circuitos Curtos; Feira; Agricultura Familiar; Dados; Comercialização.

## **ABSTRACT**

The Ufopa Family Agriculture Fair (FAF) was created in June 2016, as part of the Extension Project “Incubator of Solidary Economic Enterprises” (Iecosol) in partnership with the Pro-Rectorate of Culture, Community and Extension – Procce. The Fair works as a short-circuit marketing space where consumers have access to products directly from the producer. Its objective is to provide integration between the academic community, the general public and family farmers, the latter coming from various associations and cooperatives in the municipalities of Santarém, Belterra and Mojuí dos Campos, configuring a concrete possibility of selling their production and generating income. The general objective of this research is to understand the short commercialization circuit of the Ufopa Family Agriculture Fair. In order to reach the general objective of the research, it is necessary to formulate the specific objectives, presented below: a) Characterize the undertaking of the Ufopa Family Agriculture Fair; b) Present the commercialization data of the Ufopa Family Farming Fair; c) Evaluate advances and limitations of the CCC of the Ufopa Family Farming Fair. Therefore, the question that guides this research: what is the importance of short commercialization circuits in the promotion of family farming, in the case of the FAF of Ufopa? The theoretical framework that supports the study is organized into 3 parts, the first of which talks about some concepts of family farming in the view of some authors and their benefits, the second about the main public policies for Family Farming in Brazil and finally about the short marketing circuits. As a methodology: it can be defined as a qualitative, applied and descriptive study that used as procedures bibliographical research, documental research, field research, carrying out a case study of the Ufopa Family Agriculture Fair. Using various resources for data collection such as direct observations, and fair data surveys. The results show that it has gained more and more space and visibility, consolidating itself as an important extension activity, impacting the lives of producers and consumers involved.

**Keywords:** Short Circuits; Fair; Family farming; Data; Commercialization.



## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

|                                                                                                  |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Figura 1- Tipologia de circuitos curtos de comercialização de produtos ecológicos no Brasil..... | 23 |
| Figura 2- Cartaz de Divulgação da FAF- Ufopa.....                                                | 29 |
| Figura 3- Carimbó que animou o evento de retomada da FAF-Ufopa.....                              | 30 |
| Figura 4- Feira Temática em comemoração ao Dia do Feirante .....                                 | 32 |
| Figura 5- Feira Temática em comemoração ao Dia do Cliente .....                                  | 32 |
| Figura 6- Feira Temática dedicada ao Dia da Mulher Rural.....                                    | 33 |
| Figura 7- Feira Temática em alusão ao Dia da Mulher.....                                         | 33 |
| Figura 8- Placa de QR Code do produtor.....                                                      | 34 |
| Figura 9- Faixa da feira na entrada do Campus .....                                              | 35 |
| Figura 10- Propaganda Volante.....                                                               | 35 |

## **LISTA DE GRÁFICOS**

|                                                                                  |    |
|----------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gráfico 1- Faturamento Bruto Mensal da Feira da Agricultura Familiar da Ufopa... | 30 |
| Gráfico 2- Faturamento Médio da Feira da Agricultura Familiar da Ufopa.....      | 31 |
| Gráfico 3- Custo com Transporte.....                                             | 36 |
| Gráfico 4- Tipos de produtos comercializados na feira.....                       | 37 |
| Gráfico 5- Faturamento médio de cada produtor da feira.....                      | 38 |
| Gráfico 6- Diagrama de Caixa - Distribuição dos valores do faturamento.....      | 39 |

## **LISTA DE ABREVIACÕES E SIGLAS**

|         |                                                             |
|---------|-------------------------------------------------------------|
| AIPAPI  | Associação Indígena Patauí                                  |
| AF      | Agricultura Familiar                                        |
| AMABELA | Associação de Mulheres Trabalhadoras Rurais de Belterra     |
| AMBAPEM | Associação Pérola do Maicá                                  |
| AMTR    | Associação de Mulheres Trabalhadoras Rurais                 |
| APRUSAN | Associação de Produtores Rurais de Santarém                 |
| CCC     | Circuitos Curtos de Comercialização                         |
| CFRB    | Associação das Famílias da Casa Familiar Rural de Belterra  |
| CTIC    | Centro de Tecnologia da Informação e Comunicação            |
| IECOSOL | Incubadora de Empreendimentos Econômicos Solidários         |
| FAF     | Feira da Agricultura Familiar da Ufopa                      |
| PAA     | Programa de Aquisição de Alimentos                          |
| PNAE    | Programa Nacional de Alimentação Escolar                    |
| PROCCE  | Pró-reitora da Cultura, Comunidade e Extensão               |
| PRONAF  | Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar |
| STTR    | Sindicato dos Trabalhadores e Trabalhadoras Rurais          |

## SUMÁRIO

|                                                                                                  |           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1 INTRODUÇÃO.....</b>                                                                         | <b>12</b> |
| <b>2 REFERENCIAL TEÓRICO.....</b>                                                                | <b>14</b> |
| 2 Agricultura Familiar .....                                                                     | 14        |
| 2.1 Políticas Públicas para a Agricultura Familiar no Brasil.....                                | 16        |
| 2.2 Circuitos Curtos de Comercialização.....                                                     | 21        |
| <b>3 METODOLOGIA.....</b>                                                                        | <b>23</b> |
| <b>4 ANÁLISE DOS DADOS DE COMERCIALIZAÇÃO DA FEIRA DA<br/>AGRICULTURA FAMILIAR DA UFOPA.....</b> | <b>26</b> |
| <b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>                                                               | <b>43</b> |
| <b>REFERÊNCIAS.....</b>                                                                          | <b>45</b> |
| <b>ANEXO A – Formulário aplicado semanalmente aos feirantes.....</b>                             | <b>49</b> |

## 1 INTRODUÇÃO

Podemos entender por agricultura familiar como o cultivo da terra realizado por pequenos proprietários rurais, tendo essencialmente como mão de obra, o núcleo familiar (BRASIL, 2018). A agricultura familiar pode apresentar vantagem estratégica com a associação de seus produtos à tradição, à natureza, ao artesanal e ao local. Podemos notar a persistência e expansão dos mercados de proximidade, que firmam-se pela reputação, mesmo em condições de comércio informal (SCHNEIDER; FERRARI, 2015).

No cenário atual brasileiro e mundial a AF apresenta muita representatividade e benefícios, sendo que, é dela a maior parte dos alimentos que consumimos, alimentos saudáveis, pouco impacto ambiental, geração e distribuição de renda, diversidade produtiva, entre outros.

Por muito tempo a agricultura familiar permaneceu esquecida pelo poder público onde só priorizava a grande agricultura, que produz em larga escala, voltada principalmente para a exportação, negligenciando a pequena agricultura, voltada para a subsistência. Porém, com a intensificação das lutas dos movimentos sociais democráticos por todo o país pós golpe militar, que pressionaram fortemente o poder público, depois de tanto tempo de abandono, enfim a AF começou a ser alcançada pelas políticas públicas, na década de 1990.

Surge então nesse cenário, as políticas públicas voltadas para AF, como o Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (Pronaf), que tem como objetivo o financiamento das atividades dos agricultores familiares, como aquisição de insumos, máquinas e equipamentos para a produção. Outra política pública que merece destaque é o Pnae (Programa Nacional de Alimentação Escolar), tendo como objetivo ofertar alimentação escolar (oriundos da agricultura familiar) e ações educacionais na esfera alimentar e nutricional a estudantes da educação básica pública. E por fim o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA), com o objetivo de assegurar às pessoas em situação de insegurança alimentar e nutricional acessem alimentos em qualidade, regularidade e quantidade, vindos da agricultura familiar.

Os agricultores familiares utilizam vários canais de distribuição e escoamento da sua produção. Canais esses, que permitam uma relação de maior proximidade com o seu cliente final e com uma maior consciência alimentar e ambiental, para Brandenburg (2002), as redes e movimentos de base ecológica foram institucionalizadas na França nos anos 80 e no Brasil nos anos 90, fundamentados em princípios de confiança, de equidade e de novas relações sociais entre produtores e consumidores colaboram para a emergência de uma democracia alimentar

estabelecida sobre a lógica socioambiental. Dentro desse contexto, surgem os circuitos curtos de comercialização, que são espaços que permitem um maior contato entre produtores e consumidores, fortalecendo uma relação de confiança entre eles.

Para Chaffote e Chiffolleau (2007), não há uma definição oficial no Brasil para os circuitos curtos (CC), mas o conceito direciona para uma proximidade entre produtores e consumidores. Na França, o termo é utilizado para caracterizar os circuitos de distribuição que mobilizam até, no máximo, um intermediário entre produtor e consumidor (CHAFFOTE; CHIFFOLEAU, 2007, *apud* DAROLT; LAMINE; BRANDEMBURG, 2013). Porém, o número de intermediários não é a única maneira de se caracterizar os circuitos curtos, saber informações de onde, quem e como foi produzido o produto, também caracterizam os CC.

Nesse contexto, surge como objeto de estudo desta pesquisa a Feira da Agricultura Familiar da Ufopa, uma iniciativa de circuito curto de comercialização, coordenada pelo Programa de Extensão Incubadora de Empreendimentos Econômicos Solidários (Iecosol) em parceria com a Pró-reitora da Cultura, Comunidade e Extensão (Procce). Sendo assim, a presente pesquisa tem como **objetivo geral** compreender o circuito curto de comercialização da Feira da Agricultura Familiar da Ufopa.

Para se chegar ao objetivo geral da pesquisa, necessita-se formular os **objetivos específicos**, apresentados em seguida:

- a) Caracterizar o empreendimento da Feira da Agricultura Familiar da Ufopa.
- b) Apresentar os dados de comercialização da Feira da Agricultura Familiar da Ufopa;
- c) Avaliar avanços e limitações do CCC da Feira da Agricultura Familiar da Ufopa.

Esta pesquisa busca mostrar a importância dos circuitos curtos de comercialização no fomento à agricultura familiar: um estudo de caso da FAF Ufopa. Com isso, qual a importância dos circuitos curtos de comercialização no fomento da agricultura familiar, no caso da FAF da Ufopa?

A justificativa do estudo se dá em apresentar outras possibilidades que possam integrar produtores e consumidores para uma relação, além da comercial, para uma comercialização de maior proximidade, constituindo-se como um circuito curto de comercialização de produtos dos agricultores dos municípios de Mojuí dos Campos, Belterra e Santarém, sendo um espaço para que servidores, discentes da Ufopa e comunidade em geral adquiram produtos de qualidade a um preço justo, livres de contaminantes e que não degradaram o meio ambiente na sua produção, permitindo uma maior segurança alimentar e nutricional, que são os produtos agroecológicos.

O motivo da escolha do tema deve-se ao fato de a autora fazer parte como voluntária do projeto de extensão denominado o fortalecimento da Feira da Agricultura Familiar da Ufopa, desde o período de junho de 2022 a junho de 2023, durante esse tempo de vivência pôde-se ter mais contato com a realidade em questão dando maiores condições de familiaridade com o objeto de estudo.

A pesquisa está dividida em 5 capítulos, contando da introdução. Seguido do referencial teórico, que aborda alguns conceitos de agricultura familiar na visão de alguns autores e seus benefícios, as principais políticas públicas para a Agricultura Familiar no Brasil e sobre circuitos curtos de comercialização; em terceiro vem a metodologia; em quarto vem os resultados obtidos, respondendo aos objetivos específicos como, o histórico e caracterização da FAF, apresentação dos dados de comercialização da FAF, avanços e limitações dos CCC da FAF-Ufopa; e o último capítulo, as considerações finais.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2 Agricultura Familiar**

Ao buscar na literatura as contribuições para a delimitação conceitual da agricultura familiar, encontram-se diversas correntes de pensamento, que vão desde as que consideram a moderna agricultura familiar como uma categoria nova, gerada pelas transformações experimentadas pelas sociedades capitalistas desenvolvidas, sem conexão com o campesinato, até as que defendem a agricultura familiar como um conceito em evolução, com significativas raízes históricas (ALTAFIN, 2007).

Agricultura Familiar é uma unidade de produção agrícola onde propriedade e trabalho estão profundamente ligados a família. A correlação entre esses três fatores (propriedade, trabalho e família) no funcionamento da exploração concebe essencialmente noções mais abstratas e complexas (LAMARCHE et al. 1993, *apud* MEDEIROS *et al.*, 2012).

O que caracteriza a agricultura familiar são a utilização de mão-de-obra familiar, menor dimensão territorial da unidade produtiva e a lógica ou racionalidade camponesa voltada em atender as demandas da própria família e não, de imediato, as necessidades do mercado (FINATTO; SALAMONI, 2008). Ainda se caracteriza também, pelo fato dos agricultores serem donos dos meios de produção, ao mesmo tempo em que trabalham em seus sistemas

produtivos, participando das diferentes etapas de produção, transformação e comercialização, diminuindo custos e agregando valor a seus produtos (RAMIREZ; SOUSA; LÓPEZ, 2020).

Maluf (2004), considera a agricultura de base familiar como a forma mais conveniente de ocupação social do espaço agrário, onde os pequenos produtores de alimentos promovem a equidade e a inclusão social de maneira simultânea a uma maior e mais diversificada oferta de alimentos produzidos de forma mais sustentável, essa atividade é grande geradora de ocupação e de renda, em simultâneo à sua condição de ofertante de alimentos de qualidade e diversificados.

Os benefícios que a agricultura familiar apresenta são inúmeros como, bom retorno financeiro; distribuição de renda, pela remuneração da própria atividade econômica; geração de trabalho; conscientização ambiental; diversidade produtiva; alimentos de qualidade, sem uso de agrotóxicos; segurança alimentar, entre outros. As propriedades da agricultura familiar “(...) produzem alimentos para o consumo da população, saudáveis e com benefícios ao meio ambiente, tendo em vista que causam menor impacto ambiental” (BERTOLINI; FILHO; MENDONÇA, 2020, p. 3 e 4). É uma das atividades rurais de grande importância para o Brasil, pois além de ser dela a maior parte dos alimentos que consumimos, com mais de 70% da alimentação consumida no país, como feijão, arroz, farinha, milho, entre outros (LIMA; SILVA; IWATA, 2019). E de importância igual na esfera mundial, além dessa prática também ser responsável pela economia de 90% dos municípios com até 20 mil habitantes (BERTOLINI; FILHO; MENDONÇA, 2020). De acordo com o Censo Agropecuário (2017), a agricultura familiar corresponde a um total de 3.897.408 estabelecimentos, o que representa 77% dos estabelecimentos agropecuários levantados. Ocupam uma área de 81 milhões de hectares, ou seja, 23% da área total dos estabelecimentos agropecuários brasileiros. Dos 80,89 milhões de hectares da agricultura familiar, 48% eram destinados a pastagens, enquanto que a área com matas, florestas ou sistemas agroflorestais ocupavam 31% das áreas, e por fim, as lavouras, que ocupavam 15,5%. Diante disso, percebemos o quão expressiva e necessária é a agricultura familiar no cenário atual brasileiro.

Para Medeiros *et al.*, (2012) uma inovação na agricultura familiar foi a criação da lei 11.326, de 24 de julho de 2006, que estabelece os conceitos, princípios e instrumentos destinados à formulação das políticas públicas direcionadas à Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais. Tal lei define claramente quem são os agricultores familiares, distribuídos por todo o território brasileiro e veio contribuir para o desenvolvimento



sustentável das atividades praticadas por esses. Essa lei que marcou o país trazendo novos horizontes para a agricultura familiar atualizou o Decreto nº 1.946, de 28 de junho de 1996.

## **2.1 Políticas Públicas para a Agricultura Familiar no Brasil**

Os agricultores familiares enfrentam grandes dificuldades, dentre elas podemos citar: falta de acesso ao crédito e informações organizadas; falta de estrutura de canais que facilitem o transporte e a comercialização da produção; entraves para a obtenção de insumos básicos que promovam o desenvolvimento da produção agrícola, tais como energia, maquinários, etc.; falta de qualificação da mão de obra; não uso de tecnologias acertadas desenvolvidas pela pesquisa agropecuária; falta de organização de produtores, entre outras (BRASIL, 2018).

Muitos agricultores procuraram alternativas para sobreviverem no meio rural e manterem a sua reprodução social e formas de produção. Tais alternativas abrangeram um conjunto de fatores sociais, econômicos e produtivos. Os fatores sociais envolvem a organização de associações, cooperativas e grupos de apoio, os fatores econômicos buscam a construção e participação de novos mercados como feiras, oferta de serviços e, os fatores produtivos envolvem a procura de alternativas potencializadoras dos recursos disponíveis na propriedade. Esses elementos podem ocorrer de forma isolada ou simultânea, sendo comum a existência de diversos arranjos e tipologias (FERREIRA, *et al.*, 2016).

Ainda segundo os autores, o comum entre as experiências é que várias delas incorporam questões culturais, econômicas e ambientais ao mesmo tempo. Os agricultores que buscam valorizar o saber fazer local, procuram construir alternativas sociais e produtivas que visam a valorização dos recursos disponíveis. Esse processo se dá através do emprego de técnicas e arranjos produtivos que estimulem suas capacidades produtivas e algumas dessas iniciativas agrupam elementos de sustentabilidade ambiental na medida em que trazem elementos de uma relação de harmonia e cuidado com o meio ambiente (FERREIRA, *et al.*, 2016).

No Brasil ao longo de sua história, as políticas públicas para o setor rural beneficiaram somente os grandes agricultores, principalmente aqueles que se dedicavam às culturas de exportação, esquecendo a agricultura familiar em um lugar secundário e subalterno. Com o aumento da luta dos trabalhadores rurais por intermédio dos movimentos que se espalharam pelo Brasil pós-ditadura e a consolidação das entidades representativas da

agricultura familiar, que pressionaram fortemente junto ao poder público, depois de muitos anos de esquecimento, a agricultura familiar começou a ser agraciada com políticas públicas a partir da segunda metade da década de 1990 (BERGAMASCO; BORSATTO; ESQUERDO, 2013).

Então, recentemente que os olhares da sociedade se voltaram para a agricultura familiar, levantando muitos aspectos importantes e necessários para que possam garantir a sustentabilidade e fixação do trabalhador no campo. “Os agricultores lutam para sobreviver e tornar estas propriedades economicamente sustentáveis nesse mercado globalizado, com economia agressiva e falta de oportunidades, libertando-se do êxodo rural” (BERTOLINI; FILHO; MENDONÇA, 2020, p. 3).

Como grande resultado das lutas dos trabalhadores e desse olhar da sociedade, surge a política pública no Brasil para a agricultura familiar de maior relevância, a criação do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (**Pronaf**), foi criado pelo Governo Federal por meio do Decreto nº 1.946, de 28 de junho de 1996 (BRASIL, 2018), com o objetivo de:

fortalecer a agricultura familiar por meio do financiamento subsidiado de serviços agropecuários e não agropecuários. Este programa garante a diversificação de atividades agrícolas nas propriedades familiares, possibilita o empreendedorismo por meio do processamento e agroindustrialização dos alimentos produzidos pela agricultura familiar, bem como atende às exigências mercadológicas e de adoção de práticas conservacionistas para uma produção ambiental, econômica e socialmente sustentável (PORTAL EMBRAPA).

O acesso ao crédito rural, linha de ação prioritária do Pronaf, é uma das ações direcionadas aos agricultores do segmento agropecuário conhecido como agricultura familiar, que administram, gerenciam e trabalham no desenvolvimento das suas atividades, conforme classificação definida na Lei 11.326, de 24 de julho de 2006, que define as diretrizes para formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e os critérios para identificação de tal público. De acordo com a legislação:

é considerado agricultor familiar e empreendedor familiar rural aquele que pratica atividades no meio rural, possui área de até quatro módulos fiscais, mão de obra da própria família, renda familiar vinculada ao próprio estabelecimento e gerenciamento do estabelecimento ou empreendimento pela própria família (BRASIL, 2019).

O programa estar presente em quase todos os municípios brasileiros, sua execução é realizada por Bancos Públicos e Privados, o BNDES e Cooperativas de Crédito Rural, desta forma permitindo amplo acesso ao crédito rural para diversos grupos da agricultura familiar como: assentados da reforma agrária, beneficiários do crédito fundiário, agricultores familiares de baixa renda (Grupo B), agricultores familiares dinâmicos (Grupo V) e, povos e comunidades tradicionais como indígenas, quilombolas, pescadores artesanais, ribeirinhos e outros. As

operações de crédito rural do Pronaf possibilitam aos beneficiários da agricultura familiar financiarem a aquisição de insumos, sementes, para custearem suas atividades, como a produção de milho, leite, feijão, etc. Além de o programa ser importante para a modernização dos empreendimentos familiares, como consequência aumentam a produção e a produtividade. O Pronaf permite o financiamento de máquinas, tratores, veículos de carga, equipamentos e tecnologias de mercado para a modernização e competitividade dos empreendimentos da agricultura familiar e de suas cooperativas (BRASIL, 2023).

Além do financiamento, o Pronaf conta com um conjunto de ações, como por exemplo, a Assistência Técnica e Extensão Rural (ATER), que busca fomentar a geração de renda pela agroindústria, turismo rural, biocombustíveis, plantas medicinais, cadeia produtiva, seguro agrícola, seguro de preço e seguro contra calamidade por seca no Nordeste. Dentro de suas ações, destacam-se o Crédito Pronaf, que financia projetos individuais ou coletivos que gerem renda somente para os agricultores familiares e assentados da reforma agrária. Essa linha de crédito possui taxas de juros mais baixas do que outros financiamentos rurais, além das menores taxas de inadimplência entre os sistemas de crédito do País (BRASIL, 2018).

Para Abdala e Santos (2007) o espaço institucional e político ocupado pelo Pronaf foi resultado de pressões dos movimentos sociais rurais, e do reconhecimento, por parte dos setores governamentais, de que o fortalecimento da agricultura familiar é estratégico para a criação de novas atividades econômicas geradoras de ocupações produtivas e de renda, sobretudo em municípios com pouca população, no qual seu potencial econômico baseia-se no desenvolvimento rural e agrícola.

Outra política pública que merece destaque é o Programa Nacional de Alimentação Escolar (**Pnae**) que foi criado em 1954 pelo Ministério da Saúde e formalizado em 1955 pelo Ministério da Educação e Cultura (MEC) objetivando reduzir a desnutrição escolar e ao mesmo tempo melhorar os hábitos alimentares dos alunos. Mas, só em 2009 com a lei 11.947 criou-se um elo institucional entre a alimentação escolar e a agricultura familiar local ou regional. De acordo com o artigo 14 dessa Lei,

no mínimo 30% dos recursos financeiros repassados pelo Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE), aos Estados e municípios para a compra de alimentos deverão ser utilizados para a aquisição de gêneros alimentícios oriundos da agricultura familiar e do empreendedor familiar rural ou de suas organizações (BERGAMASCO; BORSATTO; ESQUERDO, 2013, p. 32 e 33).

Além disso, os cardápios devem ser planejados para atender às necessidades nutricionais estabelecidas no anexo III da Resolução nº 26/2013, suprimindo minimamente,

determinadas quantidades das necessidades nutricionais diárias, a depender da quantidade de refeições, da etapa e modalidade das instituições atendidas. A Resolução CD/FNDE nº 26/2013 instituiu várias novidades, entre elas, a prestação de contas parcial do Pnae, a intenção é melhorar o acompanhamento da execução do Programa nos municípios, nos estados e no Distrito Federal pelo FNDE pelos respectivos Conselhos de Alimentação Escolar (BRASIL,2018).

O programa oferece alimentação escolar e ações educacionais no âmbito alimentar e nutricional a estudantes de todas as fases da educação básica pública. O governo federal repassa a estados, municípios e escolas federais, valores financeiros de caráter suplementar, que são efetuados em 10 parcelas mensais (de fevereiro a novembro), para cobrir 200 dias letivos, de acordo com o número de alunos matriculados em cada rede de ensino. É acompanhado e fiscalizado diretamente pela sociedade, por meio dos Conselhos de Alimentação Escolar (CAE), pelo FNDE, pelo Tribunal de Contas da União (TCU), pela Controladoria Geral da União (CGU) e pelo Ministério Público. O valor atual repassado pela União a estados e municípios por dia letivo para cada aluno é definido de acordo com a etapa e modalidade de ensino: Creches: R\$ 1,07; Pré-escola: R\$ 0,53; Escolas indígenas e quilombolas: R\$ 0,64; Ensino fundamental e médio: R\$ 0,36; Educação de jovens e adultos: R\$ 0,32; Ensino integral: R\$ 1,07; Programa de Fomento às Escolas de Ensino Médio em Tempo Integral: R\$ 2,00; Alunos que frequentam o Atendimento Educacional Especializado no contraturno: R\$ 0,53 (BRASIL, 2020).

Mais uma política pública é o **PAA** (Programa de Aquisição de Alimentos), que foi instituído pela lei 10.696, de 2 de julho de 2003, como uma ação estrutural do Programa Fome Zero. Tem como principal objetivo

garantir a comercialização dos produtos da agricultura familiar através do estabelecimento de preços mínimos a serem praticados com a garantia de compra, ao mesmo tempo que articula esta produção com os mercados institucionais ou para formação de estoques, atendendo aos princípios da segurança alimentar (MÜLLER; SILVA; SCHNEIDER, 2012, p. 108).

Posteriormente com alterações trazidas pela Lei nº 12.512, de 2011, em seu art. 19 que determina:

Art. 19 Fica instituído o Programa de Aquisição de Alimentos, compreendendo as seguintes finalidades: I - incentivar a agricultura familiar, promovendo a sua inclusão econômica e social, com fomento à produção com sustentabilidade, ao processamento de alimentos e industrialização e à geração de renda; II - incentivar o consumo e a valorização dos alimentos produzidos pela agricultura familiar; III - promover o acesso à alimentação, em quantidade, qualidade e regularidade necessárias, das pessoas em situação de insegurança alimentar e nutricional, sob a perspectiva do

direito humano à alimentação adequada e saudável; IV - promover o abastecimento alimentar, que compreende as compras governamentais de alimentos, incluída a alimentação escolar; V - constituir estoques públicos de alimentos produzidos por agricultores familiares; VI - apoiar a formação de estoques pelas cooperativas e demais organizações formais da agricultura familiar; e VII - fortalecer circuitos locais e regionais e redes de comercialização (BRASIL, 2018, p. 87).

Este programa é resultado da convergência de dois debates importantes que ocorreram no Brasil durante a década de 1990. O primeiro combate à fome e a garantia da segurança alimentar e nutricional da população brasileira. O segundo debate direcionava-se ao reconhecimento da agricultura familiar como categoria social pelas políticas governamentais (GRISA *et. al.*, 2011, *apud* BERGAMASCO; BORSATTO; ESQUERDO, 2013).

Segundo Bergamasco; Borsatto; Esquerdo (2013) o PAA foi implantado com o objetivo do incentivo da produção de alimentos pela agricultura familiar, incentivo à comercialização desses produtos e a contribuição para que pessoas em situação de insegurança alimentar e nutricional possam acessar aos alimentos em quantidade, qualidade e regularidade.

Ainda segundo os autores o programa faz parte das políticas de Segurança Alimentar do Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA) e do Plano Safra para a Agricultura Familiar, a fonte de recursos para o seu desenvolvimento é do Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome (MDS) e do MDA. Os executores do Programa são a Companhia Nacional de Abastecimento (Conab), os Estados e Municípios. (BERGAMASCO; BORSATTO; ESQUERDO, 2013).

Seu público alvo são cidadãos em situação de insegurança alimentar e nutricional, indivíduos atendidos por programas sociais locais e pelas demais ações de alimentação e nutrição financiadas pelo poder público, assim como agricultores familiares beneficiados pelo Pronaf, pescadores artesanais, extrativistas, indígenas, membros de comunidades remanescentes de quilombos e agricultores que pertencem aos assentamentos e acampamentos que estão vinculados ao Programa Nacional de Reforma Agrária (BRASIL, 2018).

Diante do que foi exposto anteriormente, percebemos o quanto essas políticas públicas para a agricultura familiar foram extremamente importantes para o fomento do setor no Brasil, pois foram através delas que a agricultura familiar passou a ser assistida pelo Poder Público no país, onde antes só beneficiava a agricultura de grande escala, voltada para a exportação. As três políticas citadas, Pronaf, Pnae e PAA, permitiram vários apoios e incentivos para os agricultores familiares através de créditos rurais; financiamentos e compras governamentais oriundas da agricultura familiar, voltadas para pessoas em vulnerabilidade socioeconômicas e estudantes da rede pública. Entretanto, para que haja realmente a efetivação

dessas políticas públicas, um longo caminho ainda precisa ser percorrido, pois os agricultores familiares enfrentam muitas dificuldades para receberem esses incentivos por parte do Governo e de instituições financeiras, dentre elas, é a burocracia, uma vez que esbarram em muitos obstáculos, como uma infinidade de critérios para participarem dos programas, assim como para conseguirem a liberação dos subsídios para a produção, além, da falta de capacitação dos executores dos programas, entre outros.

## 2.2 Circuitos Curtos de Comercialização

Os produtos da agricultura familiar, “principalmente alimentos, historicamente têm sido distribuídos ou comercializados através de diferentes canais de maneira longa ou curta, formando circuitos ou redes de interação social” (RAMIREZ; SOUSA; LÓPEZ, 2020, p. 124). A agricultura familiar para inserir-se no mercado agroalimentar na atualidade, precisa criar estratégias que se adequem à realidade de cada território na qual estar inserida. Dentro desse contexto, surgem os circuitos curtos que de acordo com Renting, Marsden e Banks (2003, 2017), Marsden, Banks e Bristow (2000):

[...] dizem respeito à reconexão entre produtores e consumidores, socializando e espacializando o alimento nas escalas local ou regional, o que perpassa a construção social de mercados, baseada no reconhecimento por parte do consumidor, da origem do sistema de produção, da confiança e credibilidade (RENTING, MARSDEN E BANKS (2003, 2017), MARSDEN, BANKS E BRISTOW, 2000, *apud* RAMBO; POZZEBOM; DENTZ, 2019, p. 15).

Nesse sentido, a agricultura familiar, é protagonista na constituição dos CCC, de maneira que os agricultores que não se encaixaram nas exigências tecnológicas que as agroindústrias impuseram, viram-se obrigados a procurar estratégias e alternativas, a fim de sobreviverem e manterem-se na agricultura. “Para isso, adotaram dinâmicas diferenciadas, as quais se caracterizam por meio de um processo de diversificação de cultivos e atividades na propriedade e fora dela” (RAMBO; POZZEBOM; DENTZ, 2019, p. 17).

Segundo Darolt *et al.* (2021), quando um produto chega ao consumidor com informações que lhe permitam saber o lugar onde o produto foi produzido, quem o produziu e qual forma de produção, podemos dizer que se trata de um circuito curto de comercialização (CCC). O autor afirma ainda que,

Apesar de o número de intermediários ser um ponto chave entre produção e consumo, elementos espaciais e socioculturais podem também ser destacados num CCC, como: a proximidade espacial entre produtores e consumidores; a distância relacional e

informativa entre ambos, possibilitando conhecer o local, o modo de produção, as tradições e a cultura alimentar por detrás dos alimentos (DAROLT *et al.*, 2021, p. 27).

Os circuitos curtos de comercialização reforçam a autonomia e conferem um maior peso e participação de consumidores e produtores na definição dos modos de produção, troca e consumo (DAROLT; LAMINE; BRANDEMBURG, 2013). Esses sistemas alternativos proporcionam benefícios sociais e ambientais, fortalecendo práticas agrícolas e culinárias, enquanto expressões democráticas que envolve pessoas e instituições, constituindo fonte de empoderamento (empowerment), tornando os cidadãos conscientes de sua alimentação ou consumidores cidadãos (WILKINS, 2005; LEVKOE, 2006, *apud* DAROLT; LAMINE; BRANDEMBURG, 2013).

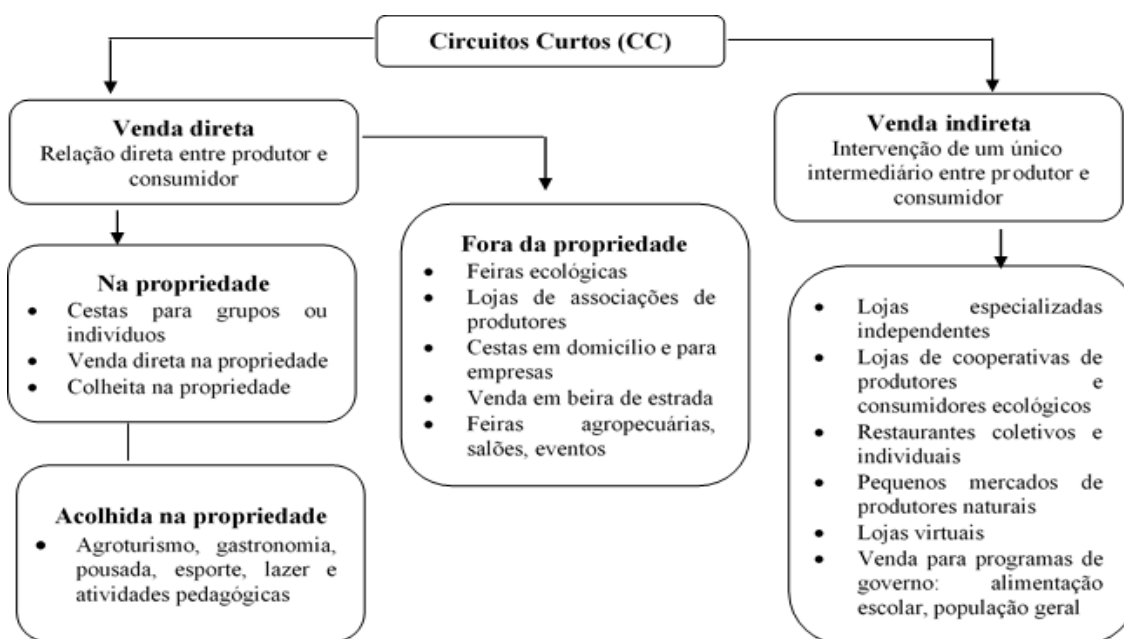
De acordo com Ramirez; Sousa; López (2020, p. 128) os CC “[...] favorecem a construção social dos mercados, a ligação entre produtores e consumidores, assim como novas relações entre produção e consumo, buscando o comércio justo entre as duas partes”. Diante disso, podemos dizer que há dois tipos de circuito curto, sendo: a venda direta, quando o produtor entrega diretamente a mercadoria ao consumidor e a venda indireta via um único intermediário, que pode ser outro produtor, uma cooperativa, uma associação, uma loja especializada, um restaurante ou até um pequeno mercado local (DAROLT; LAMINE; BRANDEMBURG, 2013).

A maioria dos produtores de base ecológica<sup>1</sup> com bons resultados de comercialização tem utilizado de dois a três canais de venda (feiras do produtor, entrega de cestas em domicílio e, mais recentemente, compras governamentais) (DAROLT, 2012, *apud* DAROLT; LAMINE; BRANDEMBURG, 2013). Os autores apresentam um esquema para demonstrar os diferentes tipos de circuitos curtos de comercialização apresentados na figura 1, a seguir. Tal multiplicidade de circuitos curtos pode potencializar a agricultura de base ecológica, aproximar agricultores e consumidores e reconectar o mundo rural e o urbano (DAROLT; LAMINE; BRANDEMBURG, 2013).

---

<sup>1</sup> De acordo com o Marco Referencial em Agroecologia da EMBRAPA (2006, p. 24), produtos de base ecológica referem-se à “coexistência de várias escolas ou correntes que propõem a aplicação de princípios ecológicos à produção agropecuária, a partir da incorporação de técnicas para a diversificação de sistemas de produção, permitindo a redução ou substituição do uso de agroquímicos”.

Figura 1 - Tipologia de circuitos curtos de comercialização de produtos ecológicos no Brasil



Fonte: DAROLT, LAMINE e BRANDEMBURG (2013, p. 9)

### 3 METODOLOGIA

Esta unidade se propõe a apresentar os procedimentos metodológicos adotados no desenvolvimento deste trabalho. Para tal, iniciamos com uma ampla caracterização do estudo, que pode ser definido como um estudo qualitativo e quantitativo, de natureza aplicada e descritiva, que utilizou como procedimentos a pesquisa bibliográfica, a pesquisa documental, pesquisa de campo, realizando um estudo de caso da Feira da Agricultura Familiar da Ufopa.

Um estudo qualitativo utiliza diferentes concepções filosóficas, estratégias de investigação, métodos de coleta, análise e interpretação dos dados (CRESWELL, 2010).

Para Oliveira (2007, p. 60)

A pesquisa qualitativa pode ser caracterizada como sendo um estudo detalhado de um determinado fato, objeto, grupo de pessoas ou ator social e fenômenos da realidade. Esse procedimento visa buscar informações fidedignas para se explicar em profundidade o significado e as características de cada contexto em que encontra o objeto de pesquisa. Os dados podem ser obtidos através de uma pesquisa bibliográfica, entrevistas, questionários, planilhas e todo instrumento (técnica) que se faz necessário para obtenção de informações.

A presente pesquisa caracteriza-se como qualitativa, pois buscou detalhar o objeto de estudo da pesquisa que nesse caso é a Feira da Agricultura Familiar da Ufopa, de maneira precisa e profunda, utilizando vários recursos para levantamento de dados como observações diretas, pesquisa bibliográfica, pesquisa documental e levantamentos de dados da feira.



A pesquisa quantitativa segundo CRESWELL, J. W; CRESWELL, J. D (2021, p. 3):

é uma abordagem que procura testar teorias objetivas, examinando a relação entre variáveis. Tais variáveis, por sua vez, são medidas, geralmente, com instrumentos para que os dados numéricos possam ser analisados com procedimentos estatísticos. O relatório final tem uma estrutura fixa, que consiste em introdução, literatura e teoria, métodos, resultados e discussão.

O estudo também é considerado quantitativo, pois os dados numéricos coletados na pesquisa foram analisados com procedimentos estatísticos, como gráficos, diagrama e médias.

O trabalho ou pesquisa de campo anda junto com a pesquisa qualitativa, pois os dados do campo provem “[...] de observações diretas, entrevistas, ou video-teipes, quer da análise de documentos contemporâneos como diários, registros ou mesmo fotografias dos participantes– formarão grande parte das evidências usadas em um estudo qualitativo” (YIN, 2016, p. 127). Acontece em ambientes da vida real como lares das pessoas, locais de trabalho em empresas, ruas e outros espaços públicos, ou serviços como escolas ou clínicas de saúde. Pode focar em grupos de pessoas, independentemente de qualquer ambiente físico em particular (YIN, 2016).

A presente pesquisa é de natureza aplicada tem o “[...] objetivo de adquirir conhecimento para a solução de um problema específico, e pesquisa de desenvolvimento experimental, que visa à produção de novos materiais, equipamentos, políticas e comportamentos, ou novos serviços” (MARCONI; LAKATOS, 2022, p. 297).

Quanto à profundidade do estudo, o mesmo define-se como uma pesquisa descritiva, pois tem o objetivo de “descrever as características de uma população, ou identificar relações entre variáveis. Nesse caso, são comuns as pesquisas que investigam características de um grupo, considerando idade, sexo, procedência, nível de escolaridade, nível socioeconômico etc.” (MARCONI; LAKATOS, 2022, p. 297).

Para realização deste estudo fez-se pesquisas bibliográficas e documentais que abordam o tema proposto, para dar sustentação aos argumentos e entendimento do objeto estudado.

Por pesquisa bibliográfica entendemos como o “estudo e análise de documentos de domínio científico, tais como livros, enciclopédias, periódicos, ensaios críticos, dicionários e artigos científicos” (OLIVEIRA, 2007, p. 69). Sendo utilizado nesse estudo livros, periódicos, ensaios críticos, artigos científicos, TCCs sobre a feira, anais de eventos produzido sobre a feira na Jornada Acadêmica. A pesquisa documental é bem semelhante com a bibliográfica, pois ela “caracteriza-se pela busca de informações em documentos que não receberam nenhum

tratamento científico, como relatórios, reportagens de jornais, revistas, cartas, filmes, gravações, fotografias, entre outras matérias de divulgação” (OLIVEIRA, 2007, p. 69). Nesse estudo os documentos utilizados foram, os relatórios de levantamento de produção e venda dos agricultores da feira, planejamento estratégico da Iecosol (2020-2022).

A última caracterização da pesquisa como estudo de caso, que segundo Yin (2015, p. 4)

permite que os investigadores foquem um “caso” e retenham uma perspectiva holística e do mundo real – como no estudo dos ciclos individuais da vida, o comportamento dos pequenos grupos, os processos organizacionais e administrativos, a mudança de vizinhança, o desempenho escolar, as relações internacionais e a maturação das indústrias.

O estudo de caso tem o objetivo de analisar profundamente uma unidade social (MARTINS, 2008), ainda segundo o autor:

Trata-se de uma investigação empírica que pesquisa fenômenos dentro de seu contexto real (pesquisa naturalística), onde o pesquisador não tem controle sobre eventos e variáveis, buscando apreender a totalidade de uma situação e, criativamente, descrever, compreender e interpretar a complexidade de um caso concreto. Mediante um mergulho profundo e exaustivo em um objeto delimitado – problema da pesquisa –, o Estudo de Caso possibilita a penetração na realidade social, não conseguida plenamente pela avaliação quantitativa (MARTINS, 2008, p. 1).

O objeto de estudo escolhido para a pesquisa, foi a Feira da Agricultura Familiar da Ufopa, que é uma ação do Projeto de Extensão Iecosol (Incubadora de Empreendimentos Econômicos Solidários) em parceria com a Pró-reitoria da Cultura, Comunidade e Extensão – Procce, funciona no campus Tapajós da Ufopa, atrás do prédio da Ctic, localizada em Santarém, no estado do Pará, no bairro Salé, criada em junho de 2016, é um espaço em que os consumidores adquirirem produtos diretamente dos produtores. Tem como objetivo integrar produtores familiares de Santarém, Belterra e Mojuí dos Campos, comunidade acadêmica e público em geral, possibilitando para os produtores uma oportunidade de escoamento da produção e geração de renda, assim como para os consumidores uma possibilidade de adquirirem produtos agroecológicos (livres de contaminantes), sem intermediários, conseguindo assim um valor mais justo do produto.

O interesse em estudar a FAF-Ufopa deve-se ao fato de a autora da pesquisa fazer parte do projeto, como extensionista voluntária, dessa forma, esse estudo tem como objetivo de caracterizá-la como um circuito curto de comercialização e mostrar os resultados obtidos a partir da retomada de suas atividades presenciais após a interrupção de dois anos, em virtude da pandemia de Covid-19 em março de 2020.

O método de coleta das informações utilizado é a aplicação de questionário semanal que é um caderno de controle, confeccionado pela própria equipe organizadora do projeto, o qual permite ao agricultor fazer o acompanhamento dos seus produtos, nele contém questões como produtos comercializados, quantidade inicial e vendida, tipo de produto (in natura ou processado), unidade de medida, preço, custo com transporte, receita por produto e receita total. A tabulação e a análise dos dados da comercialização semanais são realizadas em planilha eletrônica no Google drive.

A pesquisa iniciou-se no dia 23 de junho de 2022, com levantamentos semanais da produção e comercialização da feira, e terminou em 25 de maio de 2023, foram 12 meses de estudo, sendo 45 feiras.

#### **4 ANÁLISE DOS DADOS DE COMERCIALIZAÇÃO DA FEIRA DA AGRICULTURA FAMILIAR DA UFOPA**

Este capítulo de Análise de resultados está organizado para responder aos objetivos específicos declarados na introdução.

Respondendo ao **objetivo específico (a)** da pesquisa que fala sobre a caracterização da FAF-Ufopa:

A Feira da Agricultura Familiar da Ufopa (FAF) foi criada em junho de 2016, e funcionava na antiga unidade Amazônia, sendo uma ação do Projeto de Extensão “Incubadora de Empreendimentos Econômicos Solidários” (Iecosol) em parceria com a Pró-reitoria da Cultura, Comunidade e Extensão – Procce. A Feira funciona como um espaço de comercialização de circuito curto onde os consumidores têm acesso a produtos diretamente do produtor. Seu objetivo é proporcionar a integração entre comunidade acadêmica, público em geral e os agricultores familiares, estes oriundos de várias associações e cooperativas dos municípios de Santarém, Belterra e Mojuí dos Campos, configurando uma possibilidade concreta de escoamento das suas produções e geração de renda.

No início de suas atividades a feira era realizada mensalmente, e devido ao seu grande sucesso, passou logo no ano seguinte, a ser realizada todas às quintas no hall de entrada do campus da Ufopa Amazônia Boulevard, localizada na Cidade de Santarém, no Estado do Pará. Na fase inicial da FAF-Ufopa, participavam 6 associações, cooperativas ou sindicatos, e um total de 42 produtores chegaram a expor seus produtos na feira, porém apenas um grupo de

14 permaneceram e consolidaram a atividade (UFOPA, 2017, *apud* PINHO; SILVA; SANTOS, 2021).

Após a fase de implantação, iniciou-se a etapa de capacitação, orientação, assessoria e acompanhamento dos empreendimentos que permaneceram. Em 2017, foram realizadas oficinas de Economia Solidária e Comércio justo e solidário; em 2018, oficinas de Planejamento estratégico da feira e Contabilidade para os Empreendimentos Econômicos e Solidários. Em outubro de 2019, assumiu a nova coordenação da Iecosol-Ufopa que iniciou seus trabalhos por meio da realização de uma pesquisa de diagnóstico da feira que identificou os seguintes aspectos: que de 11 produtores entrevistados, 2 não tinham nenhuma filiação e; 9 eram filiados nas seguintes associações ou cooperativas: Cooperativa da agricultura familiar de Mojuí dos Campos (1), Associação das mulheres trabalhadoras rurais do município de Belterra (4), Associação dos produtores rurais de Santarém (1), Associação Tapajós Orgânico (1), Sindicato dos trabalhadores rurais de Santarém (1) e Associação de mulheres trabalhadoras do município de Santarém (1) (PINHO; SILVA; SANTOS, 2021).

Em seguida, iniciou-se um plano para impulsionar o crescimento da feira, ampliando sua visibilidade e a renda de seus produtores. Nesse sentido, ocorreram as seguintes melhorias: padronização das mesas e do local, confecção de placas de identificação para as mesas e crachás de identificação, confecções de camisas, criação de uma nova logomarca, faixa de identificação da feira, a criação de redes sociais e geração de conteúdo, elaboração de uma propaganda volante nos bairros próximos ao local da feira, e a realização e uma pesquisa de satisfação dos clientes. Após a execução dessas melhorias houve a suspensão das atividades presenciais da feira nos espaços da Ufopa no dia 12 de março de 2020, por conta do advento da pandemia de Covid-19 e da interrupção temporária das atividades presenciais nos campi da Universidade (PINHO; SILVA; SANTOS, 2021).

As atividades da feira permaneceram paralisadas até maio, quando então, no dia 7 do mesmo mês, foram retomadas suas atividades no modelo piloto de comercialização de Cestas da Agroecologia em parceria com o Sindicato dos Trabalhadores e Trabalhadoras Rurais (STTR) de Mojuí dos Campos, que funcionava da seguinte forma, os produtores ofertavam aos consumidores duas opções de cestas prontas de alimentos: a cesta Renovação, que custava R\$50,00 e era composta por 17 itens entre frutas, verduras, hortaliças e ovos; e a cesta Confiança, no valor de R\$ 30,00 composta por 13 itens; e galinha caipira no valor de R\$ 45,00. A composição das cestas variava a cada semana, respeitando a produção da época e tentando contemplar o maior número de produtores filiados ao sindicato. A divulgação das Cestas da

Agroecologia era feita no site da Ufopa, nos grupos de aplicativo de mensagens de servidores da Universidade, lives com a participação das coordenadoras, e até recebeu uma cobertura televisiva, que atribuiu notoriedade à iniciativa e a formação de um banco de dados com 154 contatos de clientes. Logo após as primeiras semanas de vendas, e em razão da grande procura pela cesta Renovação, de R\$ 50,00, preferiu-se trabalhar exclusivamente com o modelo de cesta maior, objetivando envolver o maior número de produtores possível, gerar maior renda para eles, facilitar a organização da produção e a logística de entregas. Mais tarde, com o amadurecimento da iniciativa, a coordenação da Iecosol-Ufopa, decidiu integrar outros produtores da FAF-Ufopa que não haviam sido contemplados inicialmente, nesta fase, foram ofertados, aos clientes, óleo de coco, geleias regionais e molhos artesanais. A atividade de comercialização das Cestas da Agroecologia funcionou por 9 semanas, no período de 07 de maio a 02 de julho de 2020 (PINHO; SILVA; SANTOS, 2021).

Após o período de comercialização das cestas, um novo plano foi implementado que tinha como objetivo, a promoção de cursos de capacitação nos princípios da economia solidária, do comércio justo e solidário, além de cursos com enfoque mais técnico para o uso de ferramentas de planejamento e gestão das organizações produtivas, bem como comercialização online.

Depois de haver a estabilização da pandemia, com o cumprimento das medidas de segurança e o avanço da vacinação no país, ocorreu a retomada parcial e posteriormente integral das atividades presenciais da Ufopa, possibilitando assim, o retorno presencial da FAF, que se deu em 23 de junho de 2022 e ocorre semanalmente (às quintas), agora em novo local, no campus Tapajós da Ufopa, atrás do prédio da Ctic, envolvendo 16 produtores de associações e cooperativas dos municípios de Santarém, Mojuí dos Campos e Belterra. Os principais produtos comercializados na Feira são: hortaliças, frutas, plantas, produtos derivados da mandioca e da macaxeira e artesanato. Com a retomada das atividades presenciais da feira, retomou-se o plano de padronização e impulsionamento do crescimento da FAF, como a confecção de placas de pix e crachás de identificação, criação de conteúdo semanal para rede social, caderno para controle de vendas individual da FAF, realização de feiras temáticas (dia do feirante, dia do cliente, dia da mulher rural, dia internacional da mulher), posteriormente, a confecção da faixa de identificação da feira, elaboração de uma propaganda volante para rodar nas proximidades do local da feira e confecções de camisas.

Respondendo ao **objetivo específico (b)** da pesquisa que apresenta os dados de comercialização da FAF-Ufopa:

A Feira da Agricultura Familiar da Ufopa é uma importante atividade de extensão universitária que vem se consolidando cada vez mais, por ofertar à comunidade produtos agroecológicos e para os produtores um importante canal de venda direta de sua produção. A análise dos resultados da feira é fundamental para entendermos o impacto que essa experiência de circuito curto de comercialização produz na economia local e sua repercussão para os pequenos produtores da região.

O mês de junho de 2022 representa a retomada das atividades presenciais da FAF após 2 anos e 3 meses de paralisação em virtude da pandemia do covid-19. A coordenação da atividade pensou em uma programação atrativa e estratégias de comunicação para convidar a comunidade acadêmica para esse importante evento, que ocorreu no dia 23 de junho de 2022 e contou com ampla divulgação, na TV local, Site da Universidade, Instagram da Iecosol, e ainda contou com uma banda de carimbó para animar o evento.

Figura 2 – Cartaz de Divulgação da FAF- Ufopa



Fonte: Instagram Iecosol (2022)

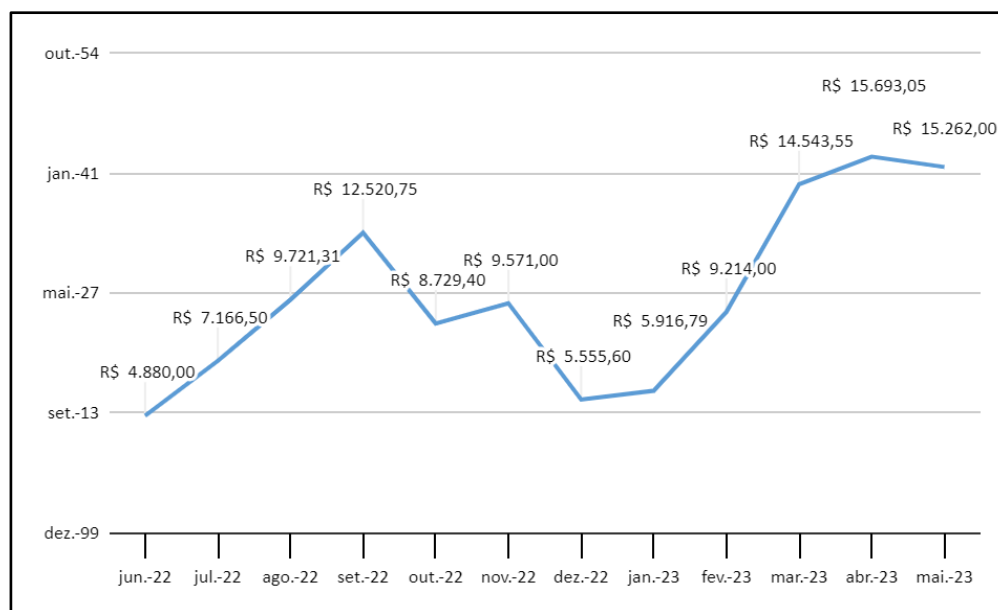
Figura 3 – Carimbó que animou o evento de retomada da FAF-Ufopa



Fonte: SILVA (2022)

O gráfico a seguir, demonstra o faturamento bruto mensal da feira, no período de junho de 2022 a maio de 2023, compreendendo o total de 12 meses de estudo e 45 feiras.

Gráfico 1 - Faturamento Bruto Mensal da Feira da Agricultura Familiar da Ufopa

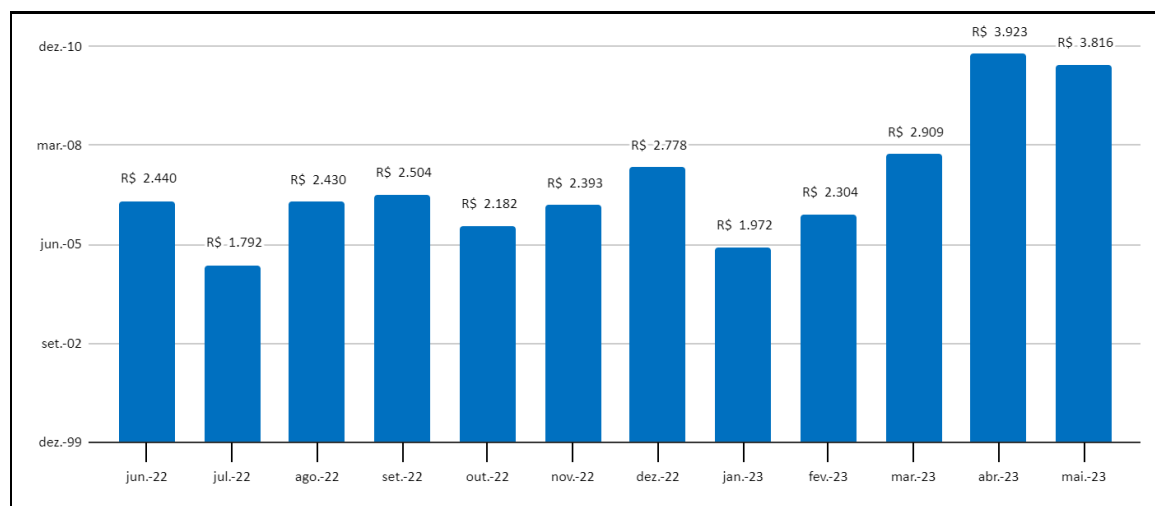


Fonte: Autora (2023)

Os dados apresentados no gráfico acima mostram que a retomada das atividades da feira foi um sucesso, apresentando um faturamento crescente ao longo dos meses. Saindo de um total de vendas de R\$4.880,00 para R\$15.262,00 ao final de 12 meses de atividade, o que representa um crescimento na ordem de 212%. Contudo, esses dados brutos, não levam em consideração a quantidade de feiras realizadas por mês, e por isso optou-se por se analisar o

faturamento médio da feira, pois isso nos permite observar os dados de maneira mais consistente, pois em junho/2022 tiveram apenas 2 feiras, enquanto que em setembro/2022, ocorreram 5 feiras.

Gráfico 2 - Faturamento Médio da Feira da Agricultura Familiar da Ufopa



Fonte: Autora (2023)

Conforme é possível identificar, o faturamento médio por mês sofre variações ao longo dos meses, mas, em geral, mantém-se relativamente consistente entre R\$ 1.792,00 e R\$ 3.923,00, apresentando um faturamento médio geral da feira de R\$ 2.639,42.

O mês de agosto de 2022 é um marco importante para a FAF, pois representa o mês de retomada do funcionamento 100% presencial das atividades acadêmicas e administrativas a partir de 1º de agosto de 2022. A decisão foi aprovada em reuniões dos Conselhos Superiores e teve como base o encerramento da emergência em saúde pública de importância nacional em decorrência da pandemia de covid-19.

Analisando o gráfico é possível apontar os meses de julho de 2022 e janeiro de 2023, como os meses que apresentaram os menores faturamentos para a feira. Isso se justifica pelo fato de que ambos os períodos são marcados pelo recesso acadêmico e pelo grande número de servidores - docentes e técnicos - em período de gozo de férias.

A importância da análise do faturamento médio, dá-se por exemplo em relação ao mês de dezembro de 2022, que apesar de ter registrado uma das menores receitas do intervalo analisado (R\$5.555,60), na média apresentou um faturamento bastante significativo de R\$2.778,00, característico do período das festas de fim de ano, quando o comércio é aquecido com a entrada do 13º salário.



O faturamento que se manteve constante durante os primeiros meses de retomada da feira, foi conquistado graças às iniciativas do grupo de coordenação e alunas voluntárias que atuavam no projeto, realizando a padronização dos feirantes, providenciando crachás de identificação, blusas cedidas pela Procce, confecção de plaquinhas de QR Code e empreendendo feiras temáticas mensais. Conforme imagens a seguir:

Figura 4 - Feira Temática em comemoração ao Dia do Feirante



Fonte: Instagram Iecosol (2022)

Figura 5 - Feira Temática em comemoração ao Dia do Cliente



Fonte: Instagram Iecosol (2022)

Figura 6 - Feira Temática dedicada ao Dia da Mulher Rural



Fonte: Instagram da Iecosol (2022)

Figura 7 – Feira Temática em alusão ao Dia da Mulher



Fonte: Instagram da Iecosol (2023)

Figura 8 - Placa de QR Code do produtor



Fonte: Arquivos da FAF-Ufopa (2022)

Essas iniciativas são importantes para estreitar os laços entre produtores/consumidores e produtores/produtores, fortalecendo vínculos de amizade entre eles, firmando assim, a FAF-Ufopa como um circuito curto de comercialização, em que os consumidores adquiram produtos diretamente dos produtores, numa relação de confiança e solidariedade.

Em fevereiro/2023 inicia-se um processo de crescimento expressivo do faturamento médio da feira, com as seguintes taxas de crescimento: fevereiro 56% em relação ao mês anterior, março 58% em relação a fevereiro e abril 8% em relação a março. E apenas em maio é que houve uma leve queda de 3% em relação ao mês anterior.

Essa fase de crescimento dos números da feira pode ser justificada por inúmeros motivos, dentre eles o aumento das ações de divulgação interna e externa do projeto. No âmbito interno foram pregados cartazes em todo o campus convidando a comunidade acadêmica a visitar a feira e houve a afixação de uma faixa da feira bem na entrada do campus. Uma ação de divulgação que abrange tanto o âmbito interno, quanto o externo, foi a Propaganda Volante que circula na região circunvizinha e também dentro da universidade, em seus variados prédios, lembrando que é dia de feira e convidando todos a participar. Assim, a feira vem ganhando mais visibilidade, se consolidando como um dos projetos de extensão mais representativos da universidade, aumentando seu faturamento e atraindo cada vez mais consumidores.

Figura 9 – Faixa da feira na entrada do Campus



Fonte: Instagram da Iecosol (2023)

Figura 10 - Propaganda Volante



Fonte: Autora (2023)

Seguindo a análise dos dados da FAF, o percentual comercializado corresponde à quantidade vendida pelos produtores, em relação à quantidade total de produção trazida para a feira, esse valor varia entre 42,5% e 59,8%, e apresenta uma média geral de 49,2%, indicando que em média, quase metade do que é ofertado pelos produtores na feira é vendido.

Quanto aos produtores que comercializam na feira, durante esse período de um ano de estudo, passaram 26 produtores, sendo que desses, 16 ainda permanecem na FAF, e 10 não frequentam mais, por motivo de doença, dificuldades de transporte ou problemas com a produção. Dos 16 produtores que integram o grupo, 12 são mais frequentes, sendo esses divididos da seguinte maneira: 1 produtora da Associação das Famílias da Casa Familiar Rural de Belterra (CFRB); 3 produtoras do Sindicato dos Trabalhadores e Trabalhadoras Rurais



(STTR); 5 produtoras da Associação de Mulheres Trabalhadoras Rurais (AMTR), sendo que 2 integram tanto o STTR, como a AMTR; 3 produtoras da Associação de Mulheres Trabalhadoras Rurais de Belterra (AMABELA); 1 produtora da Associação Indígena Patauí (AIPAPI); 1 produtor da Associação de Produtores Rurais de Santarém (APRUSAN); 1 produtora da Associação Flores do Campo; 2 produtores da Associação Pérola do Maicá (AMBAPEM); e 1 sem filiação. Desses produtores apenas 3 são do sexo masculino, a maioria são do sexo feminino, 13.

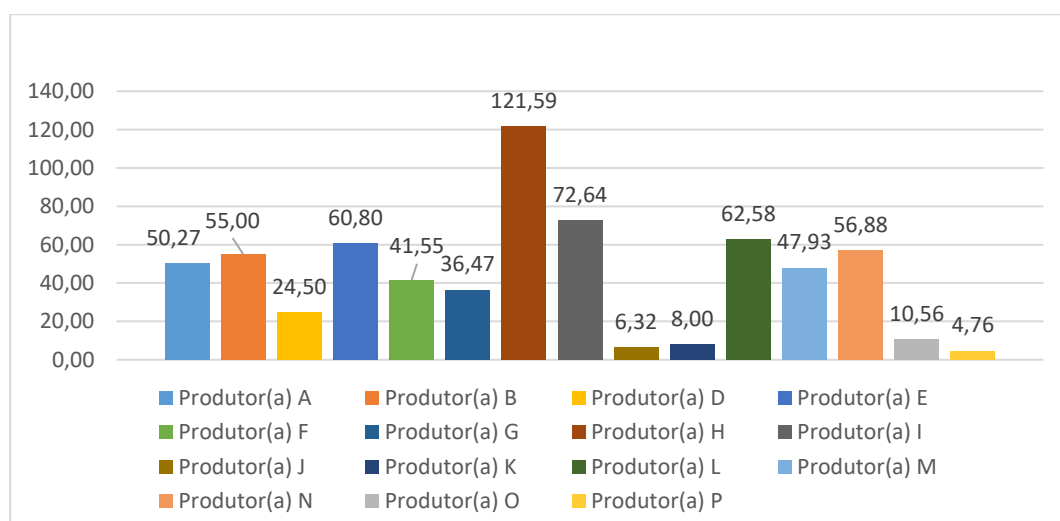
Quando questionados sobre a quantidade de pessoas envolvidas na atividade produtiva, responderam que em média são 4 pessoas, geralmente pessoas da própria família do produtor, reforçando-os como agricultores de base familiar e demonstrando que em média essa atividade envolve um número de 64 pessoas.

A faixa de idade desses produtores varia entre 31 e 62 anos, sendo que temos 3 produtores com até 40 anos, 4 deles entre 41-49 representam, 7 com idade entre de 50-59, e 2 agricultores com mais de 60 anos. Isso nos gera uma média de idade dos produtores da FAF de 49 anos.

A maioria deles não possui transporte próprio para locomoverem-se para o local da feira, dependem de transporte público, carro fretado, carro da associação, moto e barco, alguns deles, precisando de até mais de um tipo de transporte para chegarem à feira.

Em relação ao custo com o transporte gasto pelos produtores da FAF apresentamos o gráfico a seguir:

Gráfico 3 – Custo com Transporte



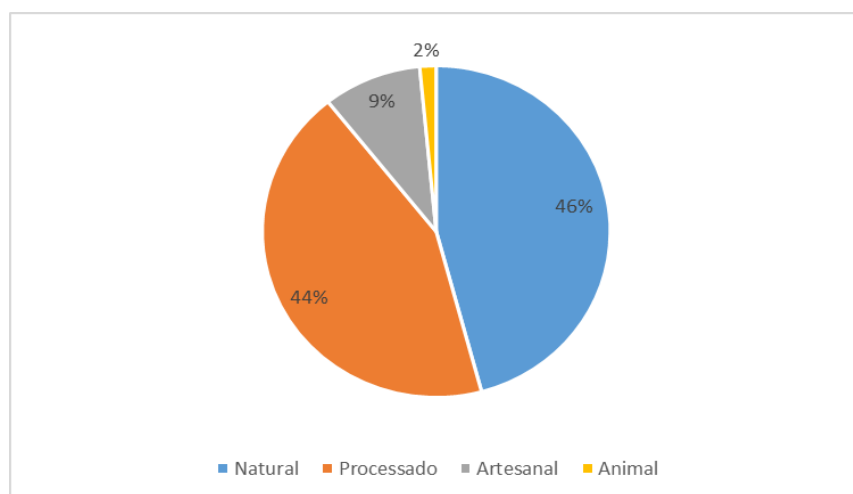
Fonte: Autora (2023)

Com a análise do gráfico acima podemos verificar que o custo médio com transporte por produtor varia entre R\$ 4,76 e R\$ 121,59, durante o período de estudo. Sendo que o custo médio geral é de R\$ 44,62. Notamos que o produtor (a) H possui a média de custo muito elevada em relação aos demais produtores (R\$ 121,59), que pode ser justificada pelo fato desse (a) produtor (a) residir em uma região ribeirinha, muito afastada do local de onde acontece a feira, tendo que utilizar mais de um tipo de transporte, como barco, carro e até moto, assim encarecendo o custo para escoar sua produção.

Os produtos comercializados na feira, a maioria são produtos exclusivos e com baixa incidência de repetição entre os produtores, para evitar concorrência entre eles, consolidando a feira nos princípios da Economia Solidária. Sendo, os principais produtos comercializados na Feira são: hortaliças, frutas, plantas, produtos derivados da mandioca e da macaxeira e artesanato.

O gráfico a seguir, mostra a porcentagem dos tipos de produtos que são comercializados na feira, sendo esses: natural, processado, artesanal e animal.

Gráfico 4 - Tipos de produtos comercializados na feira

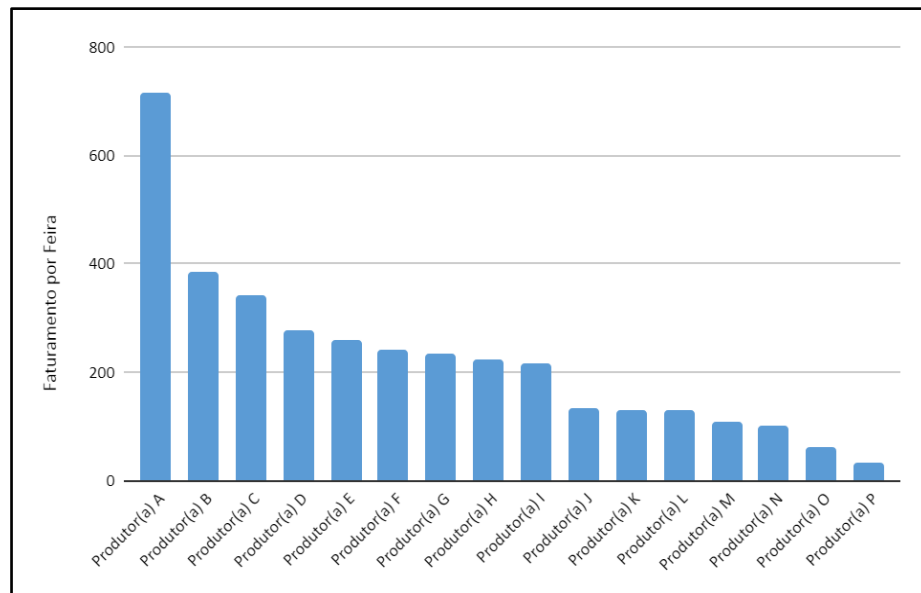


Fonte: Autora (2023)

Com base na análise desse gráfico, percebemos que a maioria dos produtos comercializados na feira são naturais, logo seguidos de processados, e mesmo esses produtos, passam por mínimo processamento em sua elaboração, sem grandes transformações, são produzidos de maneira muito manual, pois os produtores não têm equipamentos tecnológicos para fazer o devido processamento de seus produtos, por falta de incentivo e linhas de crédito para financiar a aquisição de insumos e equipamentos para a produção.

O gráfico a seguir, demonstra a média de faturamento de cada produtor por feira, considerando o atual número de 16 produtores que atualmente frequentam a feira.

Gráfico 5 - Faturamento médio de cada produtor da feira

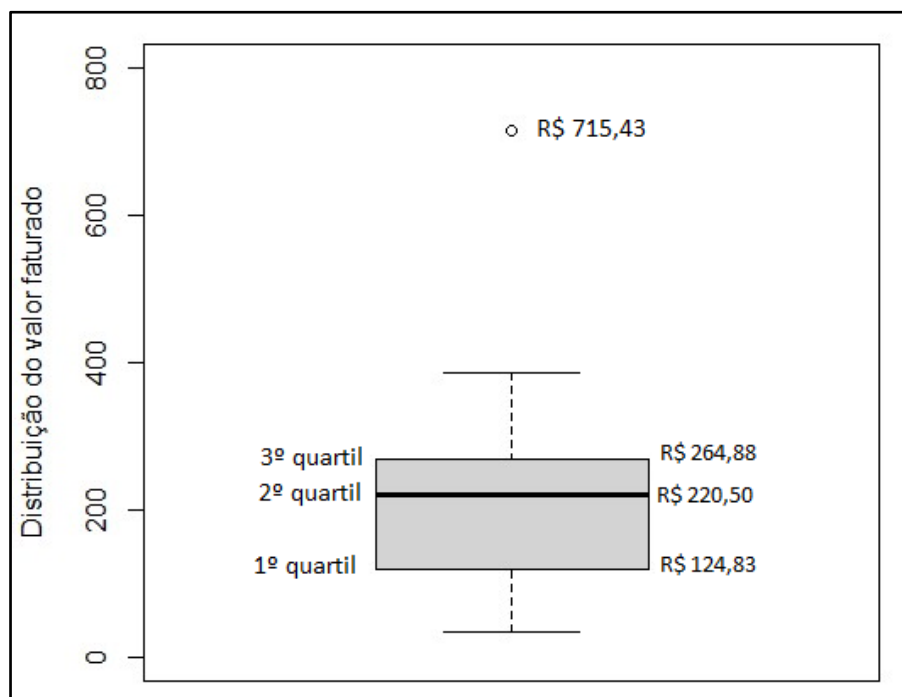


Fonte: Autora (2023)

Através da análise do gráfico acima, podemos observar que o faturamento de cada produtor por feira varia entre R\$ 34,33 e R\$ 715,43. Sendo que o faturamento médio por produtor é de R\$ 224,86. Notamos que o produtor (a) A é muito acima da média em relação aos demais produtores, para não enviesar a pesquisa, então tiramos os valores extremos, que são o maior e o menor valor, assim temos a média de receita por produtor de R\$ 203,43.

Então, para uma análise mais aprofundada sobre a distribuição dos valores do faturamento dos produtores da FAF, observaremos o gráfico Boxplot a seguir, também conhecido como Diagrama de Caixa.

Gráfico 6 - Diagrama de Caixa - Distribuição dos valores do faturamento



Fonte: Autora (2023)

O Boxplot gráfico, também conhecido como Diagrama de Caixa, é uma representação visual de dados estatísticos que nos ajuda a entender a distribuição e a identificar valores discrepantes (outliers) em um conjunto de dados. Ele é composto por cinco elementos principais: o valor mínimo, que no caso da FAF representa o valor R\$ 34,33, correspondente ao faturamento da produtora de óleo de coco, que oferta na feira apenas um único produto e excepcionalmente traz cuias, biojóias e farinha. O 1º quartil, significa que 25% dos produtores da FAF vendem até R\$124,83 a cada feira. O 2º quartil, também conhecido como mediana, é de R\$220,50, significando que 50% dos produtores faturam até esse valor. E o 3º quartil, que é de R\$ 264,88, representa que a grande maioria dos produtores, ou seja 75% deles, vendem até R\$264,88. E por fim, o gráfico nos apresenta um Outliers, ou valor discrepante de R\$715,43, que corresponde a uma produtora rural que oferta produtos processados, prioritariamente lanches, produzidos a partir de insumos da agricultura familiar. O alto faturamento desta



produtora justifica-se pela grande variedade de produtos que ela oferta na feira, como lanches, bolos, folhagens, frutas e verduras.

Respondendo ao **objetivo específico (c)** da pesquisa que avalia avanços e limitações do CCC da FAF-Ufopa:

Podemos afirmar que a FAF-Ufopa é um circuito curto de comercialização, pois utiliza os dois tipos de CCC, tanto a venda direta: o produtor entregando a sua produção direto ao consumidor final, e a venda indireta: por meio de um único intermediário, podendo ser outro produtor, cooperativa ou associação. A FAF é uma experiência muito exitosa de criação de redes alimentares curtas que colabora para a concepção de uma nova relação entre produtor e consumidor fundamentada em princípios solidários e justos.

Os circuitos curtos de comercialização, inseridos no contexto em questão, a Feira da Agricultura Familiar da Ufopa, possibilita que haja uma maior proximidade entre produtores e consumidores, permitindo que os consumidores adquiram produtos diretamente dos produtores, através da venda direta e venda indireta através de um único intermediário, que pode ser outro produtor, cooperativa ou associação. A FAF é um espaço de troca e de ajuda entre os envolvidos, pois tanto os consumidores contribuem com os produtores comprando os seus produtos, como os produtores contribuem com os consumidores oferecendo produtos de qualidade, que na sua produção não foram usados agrotóxicos e nem degradaram o meio ambiente, como também os produtores que colaboram entre si (comprando os produtos uns dos outros e/ou fazendo permutas dos seus produtos), formando assim, uma rede de cooperação entre todos os participantes. Fortalecendo assim, uma rede de apoio e confiança entre todos os envolvidos, confiança essa, dos consumidores na procedência dos produtos comercializados na feira, e uma relação que vai além do comércio, que não estimula a competição entre os produtores, mas, que fortalece uma relação de amizade entre produtores/consumidores e produtores/produtores, em que compartilham saberes e experiências de vida uns com os outros.

Na feira podemos observar muitos exemplos que demonstram essa relação de confiança e proximidade entre produtores/consumidores e produtores/produtores, como: quando o consumidor compra o produto e faz o pagamento via pix, o produtor muitas vezes nem verifica se realmente caiu o valor na sua conta, mostrando nesse caso a confiança que ele tem no seu cliente; outro exemplo que acontece, quando o cliente compra o produto e deixa para pagar posteriormente (fiado); outro exemplo, é a confiança que os consumidores têm nos produtos comercializados na feira, visto que não foram realizados nenhum tipo de teste que comprove que aqueles produtos realmente são agroecológicos, sendo que os consumidores

confiam, pois muitos dos produtores são lideranças de movimentos que defendem a conservação ambiental, a agroecologia, como cooperativas e associações; também podemos observar situações em que os consumidores fazem encomendas de produtos com os feirantes.

Na relação entre produtores/produtores podemos identificar relações de amizade e cooperação entre eles, como quando: um produtor precisa se ausentar da feira, outro produtor traz os produtos desse e/ou de algum vizinho seu, para comercializar na feira, ou o produtor traz os seus produtos e precisa sair por alguns instantes deixando para outro feirante tomar de conta e vender sua produção; outro exemplo que acontece com frequência, é quando ao final da feira os produtores negociam entre si o que não foi vendido, fazendo permutas, vendendo por um preço mais baixo, deixando o pagamento para outro momento, ou ainda cedendo de forma gratuita.

Dessa forma, podemos compreender que a FAF-Ufopa, segue todos os parâmetros de um circuito curto de comercialização, sendo eles: proximidade entre produtor e consumidor; autonomia do produtor e do consumidor na definição dos modos de produção, troca e consumo; benefícios ambientais e sociais que tais práticas trazem; poder de escolha dos consumidores, tornando-os cidadãos conscientes de sua alimentação; conhecimento do sistema de produção; confiança e credibilidade.

Entretanto, existem muitas dificuldades que esses tipos de canais curtos de comercialização enfrentam para escoarem sua produção, uma das principais, é o custo no transporte, pois na participação de feiras têm-se o risco de que as vendas não compensem o investimento feito para o transporte dos produtos (RAMIREZ; SOUSA; LÓPEZ, 2020). Isso é uma realidade da FAF, pois vimos que o custo com transporte é bem elevado, visto que os produtores precisam se deslocar de localidades afastadas, até ao local da feira, como vimos até de outros municípios (Belterra e Mojuí). Darolt *et al.* (2021, p. 22), afirmam que um dos maiores desafios dos CC “[...] é ocupar os espaços deixados pelo sistema convencional e propor inovações nas formas de abastecimento alimentar, focando em características e padrões diferenciados [...]”. Ainda segundo os autores, um outro desafio refere-se “[...] à democratização do alimento orgânico, tanto em relação ao acesso de consumidores menos favorecidos, quanto à inclusão de agricultores familiares no mercado, o que poderia dar mais representatividade e aumentar as vendas em CCC” (DAROLT *et al.*, 2021, p. 24).

Em suma, a análise dos resultados da FAF-Ufopa mostra que ela tem ganhado cada vez mais espaço e visibilidade, consolidando-se como uma importante atividade de extensão, impactando a vida dos produtores e dos consumidores envolvidos. Para o produtor, ela é

importante, pois gera renda, impactando positivamente no seu orçamento familiar mensal; agrega valor aos seus produtos, pois nesses canais de comercialização, ele vende direto para o cliente final, conseguindo uma parcela maior de ganho na sua atividade, retirando a figura do atravessador que ficava com grande parte do lucro de sua atividade; os produtores e produtoras se empoderaram economicamente e também enquanto atores protagônicos na construção de uma nova realidade social; fortalecem vínculos com os seus clientes; tem acesso a participação em outras iniciativas, dando-lhe maior visibilidade. Para a Universidade, para a atividade extensionista e para o curso de Gestão Pública e Desenvolvimento Regional essa atividade é importante, visto que ela amplia a atuação da Universidade, sendo um laboratório de ensino e aprendizagem, agregando conhecimento aos discentes, ultrapassando os limites da sala de aula, articulando prática do conhecimento científico do ensino e da extensão com as necessidades da comunidade onde a Universidade está inserida, interagindo e transformando a realidade social. Para os clientes, dá a possibilidade de adquirirem produtos saudáveis a um preço justo.

Considerando todos esses elementos acima expostos, evidencia-se a importância de fomentar políticas públicas de fortalecimento da agricultura familiar e de incentivo a criação de circuitos curtos de comercialização em outros espaços do município, criando melhores condições de transporte para esses produtores. Pois, ainda vemos que a falta de incentivo por parte dos entes públicos para com os agricultores familiares no Brasil hoje, ainda é muito recorrente, em nosso município e na FAF não são diferentes, as políticas públicas de fomento a esse setor, ainda estão longe de alcançar o ideal, e no caso em questão, sequer tem algum apoio do poder público para a realização de suas atividades produtivas. Os agricultores da feira, se deparam com muitas dificuldades para realizarem suas atividades, carecem de apoio dos órgãos públicos para conseguirem linhas de crédito, com destino à obtenção de insumos e equipamentos, como também canais que facilitem o transporte e o escoamento da produção.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir do estudo é possível identificar o quanto a Feira da Agricultura Familiar da Ufopa está cada vez mais se consolidando como uma importante atividade extensionista de circuito curto de comercialização. Que possibilita uma maior integração entre produtores e consumidores, pautada em princípios justos e solidários.

A questão abordada procurou entender qual a importância dos circuitos curtos de comercialização no fomento da agricultura familiar, no caso da FAF da Ufopa? Com os resultados obtidos, podemos compreender o quanto a Feira da Agricultura Familiar da Ufopa é um importante circuito curto de comercialização que integra produtores e consumidores à uma relação mais estreita.

Além disso, podemos observar com o estudo, o impacto que a retomada das atividades presenciais da FAF está produzindo na vida dos produtores, consumidores e da Universidade. Posto que, o faturamento bruto total do período de junho/22 a maio/23, compreendendo um total de 12 meses de estudo e 45 feiras, foi de R\$ 118.773,95, envolvendo durante esse período 26 produtores, contando atualmente com 16, de associações e cooperativas dos municípios de Santarém, Mojuí dos Campos e Belterra. Tendo um faturamento crescente ao longo dos meses analisados, partindo de R\$4.880,00 para R\$15.262,00 ao final de 12 meses de atividade, representando um crescimento na ordem de 212%, porém esses dados não levam em consideração a quantidade de feiras realizadas por mês, quando analisamos o faturamento médio da feira (dividindo o faturamento total mensal pelo número de feiras) fica entre R\$ 1.792,00 e R\$ 3.923,00, apresentando um faturamento médio geral da feira de R\$ 2.639,42. Ao longo dos primeiros meses de retomada da feira o faturamento manteve-se constante, graças as ações realizadas pela equipe do projeto, como padronização dos feirantes, com providenciamento de crachás de identificação, plaquinhas de QR Code, blusas cedidas pela Procce e empreendimento de feiras temáticas mensais, iniciativas essas que firmaram vínculos de amizade, fortalecendo uma relação de confiança e solidariedade entre produtores e consumidores. Em fevereiro/23 inicia-se um processo de crescimento significativo do faturamento médio da feira, perdurando até abril, com maio apresentando uma leve queda em relação a abril. Esse crescimento se justifica por vários motivos, como o aumento das ações de divulgação interna e externa do projeto, sendo espalhamento de cartazes de divulgação da feira, afixação de uma faixa da feira na entrada do campus e propaganda volante.

Podemos analisar ainda, que o faturamento médio de cada produtor por feira varia entre R\$ 34,33 e R\$ 715,43, sendo o faturamento médio por produtor de R\$ 224,86. Numa análise mais profunda através do Boxplot (Diagrama de Caixa), vimos no 1º quartil que 25% dos produtores da FAF vendem até R\$124,83 a cada feira, no 2º quartil ou mediana que 50% até R\$220,50 e o 3º quartil que 75% até R\$ 264,88, além de apresentar um outliers ou valor discrepante de R\$715,43.

Dessa forma, podemos destacar que a retomada das atividades presenciais da FAF-Ufopa foi um verdadeiro sucesso, com o faturamento crescente ao longo do período analisado, se solidificando cada vez mais e impactando positivamente na renda dos produtores, dando empoderamento, visibilidade para eles e fortalecimento de vínculos com seus clientes, para os consumidores uma possibilidade de adquirirem produtos de qualidade e saudáveis a um preço justo.

Porém precisamos salientar a importância de políticas públicas de fortalecimento da agricultura familiar e dos circuitos curtos de comercialização, visto que ainda são poucos agraciados por elas atualmente, pois vimos que os agricultores familiares enfrentam muitas dificuldades na sua atividade e escoamento da sua produção e no caso da FAF-Ufopa não é diferente, visto que esses não recebem nenhum tipo de incentivo por parte dos órgãos públicos, para adquirirem insumos, máquinas, equipamentos e carecem de canais que facilitem o transporte e escoamento de seus produtos.

## REFERÊNCIAS

ABDALA, Klaus O.; SANTOS, Marivone Moreira dos. **Políticas Agrícolas, Desenvolvimento Regional e Agricultura Familiar**. Estudos, Goiânia, v. 34, n. 9/10, p. 677-693, set./out. 2007.

ALTAFIN, Iara. **Reflexões sobre o conceito de agricultura familiar**. Texto trabalhado durante o 3º Módulo do Curso Regional de Formação Político-sindical da região Nordeste. 2007. Disponível em: <<http://www.enfoc.org.br/system/arquivos/documentos/70/f1282reflexoes-sobre-o-conceito-de-agricultura-familiar---iara-altafin---2007.pdf>>. Acesso em 30 de abril de 2023.

BERGAMASCO, Sonia Maria Pessoa Pereira; BORSATTO, Ricardo Serra; ESQUERDO, Vanilde Ferreira de Souza-. **Políticas Públicas para a agricultura familiar no Brasil: reflexões a partir de estudos de casos no estado de São Paulo**. Revista Interdisciplinaria de Estudios Agrarios Nº 38 - 1er semestre de 2013. Disponível em: <https://www.ciea.com.ar/web/wp-content/uploads/2016/11/riea38.pdf>. Acesso em 20 de abril de 2023.

BERTOLINI, Maria Madalena; FILHO, Pedro Luiz Paula; MENDONÇA, Saraspathy Naidoo Terroso Gama de. **A importância da agricultura familiar na atualidade**. Congresso Internacional da Agroindústria 25 a 27 de setembro (CIAGRO, 2020). Disponível em: <<file:///C:/Users/SI/Documents/Documents/FAF/TCC/1520.pdf>>. Acesso em 18 de julho de 2023.

BRANDENBURG, Alfio. **Movimento agroecológico: trajetória, contradições e perspectivas**. Desenvolvimento e Meio Ambiente. n. 6. p. 11-28, jul./dez. 2002. Editora UFPR. Disponível em: <<https://revistas.ufpr.br/made/article/viewFile/22125/14489>>. Acesso em 20 de junho de 2023.

BRASIL. Agricultura e Pecuária. **Acessar o Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar**. Última modificação em 05 de janeiro de 2023. Disponível em: <<https://www.gov.br/pt-br/servicos/acessar-o-programa-nacional-de-fortalecimento-da-agricultura-familiar-pronaf>>. Acesso em 02 de maio de 2023.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Agricultura Familiar**. Publicado em agosto de 2019, atualizado em maio de 2022. Disponível em: <<https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/agricultura-familiar/agricultura-familiar-1>>. Acesso em 22 de janeiro de 2023.

BRASIL. Ministério da Educação (MEC). **Programa Nacional de Alimentação Escolar – PNAE**. Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação. Secretaria de Educação a Distância – 8ª ed., atual. – Brasília: MEC, FNDE, 2018.

BRASIL. Secretaria de Governo. **PNAE – Programa Nacional de Alimentação Escolar**. Publicado em 14/12/2020. Disponível em: <<https://www.gov.br/secretariadegoverno/pt-br/portalfederativo/guiainicio/prefeito/trilhas-100-dias-de-governo/pnae-2013-programa-nacional-de-alimentacao-escolar>>. Acesso em 27 de abril de 2023.

CRESWELL, John, W. **Projeto de pesquisa: Métodos Qualitativo, Quantitativo e Misto**. ISBN 978-85-363-2300-8. Porto Alegre: Artmed, 2010.

CRESWELL, John W.; CRESWELL, J D. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. Grupo A, 2021. E-book. ISBN 9786581334192. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786581334192/>>. Acesso em: 08 mai. 2023.

DAROLT, Moacir Roberto et al. **Circuitos Curtos de Comercialização, Agroecologia e Inovação Social**. Estúdio Sempredo: Florianópolis, SC, 2021. ISBN 978-65-991203-2-9.

DAROLT, Moacir Roberto; LAMINE, Claire; BRANDEMBURG, Alfio. **A diversidade dos circuitos curtos de alimentos ecológicos**: ensinamentos do caso brasileiro e francês. Revista Agriculturas: experiências em agroecologia, v.10, n.2, Rio de Janeiro, junho de 2013.

FERREIRA, Rafael Lucas Alves et al. **Comercialização na agricultura familiar**: Análise de uma propriedade agroecológica em São Miguel do Iguaçu- PR. Evento Agroecol, novembro de 2016. Disponível em: <<https://www.cpa.embrapa.br/cds/agroecol2016/PDF's/Trabalhos/Come>>. Acesso em 16 de outubro de 2022.

FINATTO, Roberto Antônio; SALAMONI, Giancarla. **Agricultura familiar e agroecologia**: perfil da produção de base agroecológica do município de pelotas/rs. Sociedade & Natureza, Uberlândia, v. 20, n. 2, p. 199-217. 2008. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S198245132008000200012&nrm=i](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S198245132008000200012&nrm=i)>. Acesso em 12 de maio de 2023.

IBGE. **Censo Agropecuário 2017**: resultados definitivos. Disponível em: <[https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/3096/agro\\_2017\\_resultados\\_definitivo\\_s.pdf](https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/3096/agro_2017_resultados_definitivo_s.pdf)>. Acesso em 21 de janeiro de 2023.

LIMA, Antônia Francisca; SILVA, Edvânia Gomes de Assis; IWATA, Bruna de Freitas. **Agriculturas e agricultura familiar no Brasil**: uma revisão de literatura. Revista Retratos de Assentamentos, Vol. 22 N.1 de 2019 ISSN: 1516-8182. Disponível em: <[file:///C:/Users/SI/Downloads/Agriculturas e agricultura familiar no Brasil uma .pdf](file:///C:/Users/SI/Downloads/Agriculturas%20e%20agricultura%20familiar%20no%20Brasil%20uma%20.pdf)>. Acesso em 18 de julho de 2023.

MALUF, Renato, S. **Mercados agroalimentares e a agricultura familiar no Brasil**: agregação de valor, cadeias integradas e circuitos regionais. Ensaios FEE. Porto Alegre, v. 25, n. 1, p. 299-322. 2004. Disponível em: <[https://www.researchgate.net/publication/277108037\\_Mercados\\_agroalimentares\\_e\\_a\\_agricultura\\_familiar\\_no\\_Brasil\\_agregacao\\_de\\_valor\\_cadeias\\_integradas\\_e\\_circuitos\\_regionais/link/55fd51bc08aec948c4cb8fc1/download](https://www.researchgate.net/publication/277108037_Mercados_agroalimentares_e_a_agricultura_familiar_no_Brasil_agregacao_de_valor_cadeias_integradas_e_circuitos_regionais/link/55fd51bc08aec948c4cb8fc1/download)>. Acesso em 30 de abril de 2023.

MARCO REFERENCIAL EM AGROECOLOGIA. Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária. Brasília-DF: Embrapa Informação Tecnológica, (2006). Disponível em: <<https://ainfo.cnptia.embrapa.br/digital/bitstream/item/143641/1/2009AA-113.pdf>>. Acesso em 18 de julho de 2023.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia Científica**. Editora Atlas – Atualização João Bosco Medeiros - 8. ed.– Barueri [SP], 2022: Grupo GEN. E-book. ISBN 9786559770670. Disponível em:

<<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559770670/>>. Acesso em: 28 maio de 2023.

MARTINS, Gilberto de Andrade. **Estudo de Caso: Uma Estratégia de Pesquisa**. Editora Atlas S.A, 2ª edição, São Paulo– 2008. Grupo GEN. E-book. ISBN 9788522466061. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522466061/>>. Acesso em: 24 de maio 2023.

MEDEIROS, Alberto Fernando Queiroz et al. **Controle e apuração de resultado na agricultura familiar sob a ótica da sustentabilidade de produtores rurais**. Custos e @gronegocio online - v. 8, n. 3 – Jul/Set - 2012. ISSN 1808-2882. Disponível em: <[www.custoseagronegocioonline.com.br](http://www.custoseagronegocioonline.com.br)>. Acesso em 19 de novembro de 2022.

MÜLLER, Ana Luiza; SILVA, Marcelo Kunrath; SCHNEIDER, Sergio. **A construção das políticas públicas para a agricultura familiar no Brasil: o programa de aquisição de alimentos**. Estudos Sociedade e Agricultura, vol. 20, núm. 1, abril-septiembre, 2012, pp. 106-138 Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro Rio de Janeiro, Brasil. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/pdf/5999/599964685004.pdf>>. Acesso em 20 de abril de 2023.

OLIVEIRA, Maria Marly de. **Como fazer pesquisa qualitativa**. ISBN 978-85-326-3377-4. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.

PINHO, Breno de Souza; SILVA, Giselle Alves; SANTOS, Zilda Joaquina Cohen Gama dos. **O estímulo às cadeias alimentares alternativas: a ação da incubadora de empreendimentos solidários da UFOPA**. Conecte-se! Revista Interdisciplinar de Extensão. V. 5. Nº 9. 2021.

PORTAL EMPRAPA. **Políticas Públicas para a Agricultura Familiar**. Espaço Temático Agricultura Familiar. Disponível em: <<https://www.embrapa.br/tema-agricultura-familiar/politicas-publicas>>. Acesso em 22 de janeiro de 2023.

RAMBO, Anelise Graciele; POZZEBOM, Luciana; DENTZ, Eduardo Von. **Circuitos Curtos de Comercialização e novos usos do território: considerações sobre o PNAE e as feiras livres**. Revista Grifos - N. 46 – 2019.

RAMIREZ, Ivonne Maritza Buenaventura; SOUSA, Romier da Paixão; LÓPEZ, José Daniel Gómez. **Canais de comercialização da agricultura familiar: o caso da comunidade de Boa Vista de Acará na Amazônia paraense-Brasil**. Revista Tecnologia e Sociedade, Curitiba, v. 16, n. 45, p. 123-150, out./dez., 2020. ISSN 1984-3526. Disponível em: <<https://periodicos.utfpr.edu.br/rts/article/view/10379>>. Acesso em 16 de outubro de 2022.

SCHNEIDER, Sérgio; FERRARI, Dilvan Luiz. **Cadeias curtas, cooperação e produtos de qualidade na agricultura familiar** – o processo de realocação da produção agroalimentar em Santa Catarina. Organizações Rurais & Agroindustriais, Lavras, v. 17, n. 1, p. 56-71, 2015. Disponível em:

<[https://r.search.yahoo.com/\\_ylt=AwrEo5OZ1aFkldAzgBTz6Qt.;\\_ylu=Y29sbwNiZjEEcG9zAzEEdnRpZAMEc2VjA3Ny/RV=2/RE=1688356377/RO=10/RU=https%3a%2f%2fwww.lu](https://r.search.yahoo.com/_ylt=AwrEo5OZ1aFkldAzgBTz6Qt.;_ylu=Y29sbwNiZjEEcG9zAzEEdnRpZAMEc2VjA3Ny/RV=2/RE=1688356377/RO=10/RU=https%3a%2f%2fwww.lu)



[me.ufrgs.br%2fhandle%2f10183%2f151097/RK=2/RS=VScR.op5HpMUiCM1RtwLIB8PXZM->](https://repositorio.ufrgs.br/handle/210183/2151097/RK=2/RS=VScR.op5HpMUiCM1RtwLIB8PXZM-). Acesso em: 02 de julho de 2023.

YIN, Robert K. **Estudo de caso**. Editora Bookman, 5.ed, Porto Alegre, 2015. Grupo A. E-book. ISBN 9788582602324. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788582602324/>>. Acesso em: 09 maio de 2023.

YIN, Robert K. **Pesquisa qualitativa do início ao fim**. Editora Penso, Porto Alegre, 2016: Grupo A. E-book. ISBN 9788584290833. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788584290833/>>. Acesso em: 28 de maio 2023.

## ANEXO A – FORMULÁRIO APLICADO SEMANALMENTE AOS FEIRANTES



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DO PARÁ  
INSTITUTO DE CIÊNCIAS DA SOCIEDADE  
INCUBADORA DE EMPREENDIMENTOS ECONÔMICOS SOLIDÁRIOS

**DATA:**

## RECETTA

[illegible]

**CUSTOS**

| Tipo                       | Valor Total |
|----------------------------|-------------|
|                            |             |
|                            |             |
|                            |             |
| <b>DESPESA TOTAL (R\$)</b> |             |



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DO PARÁ  
REITORIA

SISTEMA INTEGRADO DE BIBLIOTECAS  
BIBLIOTECA CENTRAL RUY BARATA

TERMO DE AUTORIZAÇÃO PARA PUBLICAÇÃO DE TRABALHOS ACADÊMICOS

**1. Identificação do autor**

Nome completo: Letícia Silva da Costa

CPF: 039.880.792-27 RG: 7883104 Telefone: (93) 99179 - 4767

E-mail: lettysta.99@gmail.com

Titulação recebida: Bacharel em Gestão Pública e Desenvolvimento Regional

Seu e-mail pode ser disponibilizado na página de rosto?

(x) Sim ( ) Não

**2. Identificação da obra**

(x) Monografia ( ) TCC ( ) Dissertação ( ) Tese ( ) Artigo científico ( ) Outros: \_\_\_\_\_

Título da obra: A importância dos circuitos curtos de comercialização no fomento à agricultura familiar: um estudo de caso da FAF-Ufopa.

Programa/Curso de pós-graduação: Curso de Gestão Pública e Desenvolvimento Regional

Data da conclusão: 11/07/2023.

Orientador: Profa. Dra. Giselle Alves Silva

E-mail: giselle.silva@ufopa.edu.br

Co-orientador: \_\_\_\_\_

Examinadores: Profa. Dra. Giselle Alves Silva (orientadora)

Prof. Msc. Luiz Gonzaga Feijão da Silva (avaliador)

Profa. Dra. Zilda Joaquina Cohen Gama dos Santos (avaliadora)

**3. Termo de autorização**

Autorizo a Universidade Federal do Oeste do Pará (UFOPA) a incluir o documento de minha autoria, acima identificado, em acesso aberto, no Portal da instituição, na Biblioteca Ruy Barata, no Repositório Institucional da Ufopa, bem como em outros sistemas de disseminação da informação e do conhecimento, permitindo a utilização, direta ou indireta, e a sua reprodução integral ou parcial, desde que citado o autor original, nos termos do artigo 29 da Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998. Essa autorização é uma licença não exclusiva, concedida à Ufopa a título gratuito, por prazo indeterminado, válida para a obra em seu formato original.

Declaro possuir a titularidade dos direitos autorais sobre a obra e assumo total responsabilidade civil e penal quanto ao conteúdo, citações, referências e outros elementos que fazem parte da obra. Estou ciente de que todos os que de alguma forma colaboram com a elaboração das partes ou da obra como um todo tiveram seus nomes devidamente citados e/ou referenciados, e que não há nenhum impedimento, restrição ou limitação para a plena validade, vigência e eficácia da autorização concedida.

Documento assinado digitalmente



LETICIA SILVA DA COSTA  
Data: 04/12/2024 17:53:46-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Santarém, 04/12/2024.

Assinatura do autor

**4. Tramitação**

Secretaria / Coordenação de curso

Recebido em \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_.

Responsável: \_\_\_\_\_

Siape/Carimbo