

FEIRAS DE ECONOMIA SOLIDÁRIA DA CÁRITAS NO ESTADO DO CEARÁ: levantamento e caracterização

Luiza Helane Almeida Lima¹

Fernanda Schneider²

RESUMO

O objetivo deste trabalho consistiu em caracterizar e fazer o levantamento das feiras de Economia Solidária apoiadas pela Cáritas regional Ceará. A obtenção dos dados foi realizada a partir de um formulário online Google Forms composto por 37 perguntas objetivas e subjetivas, dividido em três áreas: Perfil das feiras, perfil dos feirantes e perfil de comercialização, o qual foi disponibilizado às lideranças dos agentes Diocesanos da Cáritas para preenchimento. Existem no Estado do Ceará oito Cáritas Diocesanas/territórios são elas: Crateús, Crato, Fortaleza, Iguatu, Itapipoca, Limoeiro, Sobral e Tianguá, que acompanham dezesseis feiras de Economia Solidária. O perfil dessas feiras mostra que elas ocorrem, em sua maioria, principalmente com o propósito de comercialização e formação de membros (56%), aos sábados (56%), uma vez por mês (50%) e são de esfera municipal. Sobre o perfil dos feirantes foi possível observar quanto a categoria em que se enquadram o predomínio de organização por mulheres (68%) e unidade familiar (68%). As feiras apresentam a maioria dos feirantes com uma faixa etária de idade de 30 a 60 anos. Sobre o perfil de comercialização, um dado relevante relacionado a origem dos produtos comercializados, é que a maioria das feiras (62%) afirmaram que mais da metade de seus produtos são de origem agroecológica. Percebeu-se ainda que uma das principais problemáticas encontradas na pesquisa, diz respeito a carência de incentivo do poder público, assim como problemas relacionados a estrutura das feiras e participação dos consumidores em redes de consumidores solidários.

Palavras-chave: Agroecologia; Comercialização; Agricultura familiar.

ABSTRACT

The objective of this work was to characterize and survey the Ecosolidarity fairs supported by Cáritas regional Ceará. Data collection was carried out from an online Google Forms form consisting of 37 objective and subjective questions, divided into three areas: Profile of the fairs, profile of the stallholders and marketing profile, which was made available to the leaders of the Diocesan agents of Cáritas for filling. There are eight diocesan/territory Caritas in the State of Ceará, they are: Crateús, Crato, Fortaleza, Iguatu, Itapipoca, Limoeiro, Sobral and Tianguá. The data collected show that currently the eight Diocesan Caritas of the State of Ceará accompany sixteen Ecosolidarity fairs. The profile of these fairs shows that they mostly take place mainly for the purpose of marketing and training members (56%), on Saturdays (56%), once a month (50%) and are at the municipal level. Regarding the profile of the stallholders, it was possible to observe the predominance of organization by women (68%) and family unit (68%). The fairs present most of the fairgrounds with an age group of 30 to 60 years old. Regarding the commercialization profile, a relevant fact related to the origin of the products sold is that most fairs (62%) stated that more than half of their products are of agroecological origin. It was also noticed that one of the main problems found in the research concerns the lack of incentives from the public authorities, as well as problems related to the structure of fairs and the participation of consumers in solidarity consumer networks.

Keywords: Agroecology; Commercialization; family farming.

¹Discente do Curso de Agronomia da Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-brasileira – Unilab.

²Orientadora. Doutorado em Fitotecnia pela Universidade Técnica de Munique.

Data de Submissão ou Aprovação 22/06/2023.

1 INTRODUÇÃO

1.1 Histórico da Cáritas e Economia Solidária e sua importância na disseminação da agroecologia e relações sociais no Estado do Ceará

Segundo o banco de dados do Cáritas (2022), pode-se inferir que a Cáritas é uma entidade que promove e atua socialmente na defesa dos direitos humanos, no âmbito da segurança alimentar e do desenvolvimento sustentável solidário. É uma instituição que trabalha sobre esse viés, e que tem foco em práticas agroecológicas. Esta, possui vínculo com a igreja católica, e possui atuação em diversos países. Ademais, a Cáritas é voltada para ações sociais, com foco principal em proporcionar uma igualdade social, principalmente focando nas classes sociais mais baixas. Desta forma, a mesma atua por meio de ações sociais como a realização /apoio de feiras de economia solidária, mutirões sociais, distribuição de alimentos e roupas, dentre outras ações.

A primeira organização social Cáritas foi criada em 1897, em Friburgo (Alemanha). Após a sua fundação, “as Cáritas” se espalharam por vários pontos do mundo, como Suíça (1901), Áustria (1903) e Estados Unidos da América (1910). No ano de 1950, é iniciada a união das organizações Cáritas pela criação da Confederação de Caridade Católica, por iniciativa do Papa Pio XII e do (secretário de Estado substituto, monsenhor Giovanni Montini, que foi o Papa Paulo VI. Após a segunda Guerra Mundial, a Cáritas passou a desenvolver atividades de distribuição de donativos para o povo alemão. (CÁRITAS BRASILEIRA, 2006, p.44).

De acordo com Forte (2008), “A Cáritas Brasileira foi criada em 12 de novembro de 1956, na 3ª assembleia da CNBB, realizada em Serra Negra – SP, e presidida pelo clérigo cearense Dom Hélder Câmara. Inicialmente, o objetivo era fazer uma articulação nacional de todas as “obras sociais” católicas e coordenar o Programa de Alimentos doados pelo governo dos Estados Unidos da América – EUA, por meio da CNBB” (FORTE, 2008, p.39). Passando assim a atuar no Brasil a partir dessa data, através de diversas atividades sociais. Forte (2008) informa que:

Atualmente, com sede em Brasília – DF, seu secretariado nacional é responsável por coordenar uma rede de Cáritas Diocesanas e Regionais organizadas em vários escritórios espalhados pelo Brasil. Do ponto de vista jurídico, a Cáritas é reconhecida como de utilidade pública federal o que demarca uma relação entre Igreja Católica e Estado. Assim, juridicamente, a Cáritas não é a instituição Igreja Católica, mas sim um dos seus organismos (FORTE, 2008, p.39).

Com base no banco de dados do Cáritas (2022), pode-se entender que essa instituição compreende várias áreas de atuação. São cinco áreas prioritárias:

Economia Popular Solidária (EPS); Convivência com Biomas; Programa de Infância, Adolescência e Juventude (PIAJ); Meio Ambiente, Gestão de Riscos e Emergências (MAGRE); e Migração e Refúgio. No Estado do Ceará, a ação da Cáritas teve início em 1958, articulada às Cáritas Diocesanas, pastorais sociais e Comunidades Eclesiais de Base (CEBs). Em 15 de outubro de 1967, foi fundada a Cáritas Arquidiocesana de Fortaleza (FORTE, 2008 p.43).

Desse modo, falando-se da Cáritas em uma esfera regional, no Estado do Ceará: A Cáritas Regional do Ceará, responsável pela articulação das ações entre as Cáritas Diocesanas e entidades-membro (caso de pastorais sociais), foi constituída em 1988, visando à estruturação estadual da organização para a prestação de serviços às populações materialmente pobres, agindo de uma forma mais específica junto aos Projetos Alternativos Comunitários (PACs). Vem atuando como promotora, parceira e apoio de diversas ações sociais no Estado. (CÁRITAS BRASILEIRA, 2016 p.02; FORTE, 2008 p.43).

A Cáritas tem seu trabalho pautado na Economia Solidária. A economia solidária é uma forma alternativa ao modo de produção capitalista, que prioriza o acúmulo de capital e exploração econômica. De acordo com Singer (2013), a economia solidária nasceu pouco depois do capitalismo industrial, e está diretamente relacionado com a lógica de que os participantes na atividade econômica deveriam cooperar entre si em vez de competir. Devendo assim, agir de forma harmoniosa e proporcionando benefícios a todos os envolvidos na atividade econômica. Os princípios básicos da economia solidária são a propriedade coletiva ou associada do capital e o direito à liberdade individual, além de cooperação e autogestão.

A comercialização solidária é voltada para o coletivo, anima a comunidade, une agricultores e motiva-os a continuar comercializando de uma forma mais igualitária, de forma que os produtos consigam chegar a mais pessoas, além de ser uma prática que fortalece e ilustra os conceitos de agroecologia. Kuster (2008) indica algumas ações cuja finalidade são a organização de agricultores para a comercialização coletiva. Ações estas, como: compras coletivas; vendas em conjunto; uso coletivo de máquinas; participação em feiras solidárias e trabalho em redes junto a outras comunidades, que acabam por favorecer a troca de produtos e experiências entre os envolvidos neste processo.

Para Nascimento (2006), a economia solidária torna possível a inclusão de pessoas que a sociedade capitalista exclui do mercado de trabalho, principalmente por falta de capital suficiente a investir, implantando práticas econômicas mais justas.

Em outros termos, a economia solidária busca firmar o compromisso da democratização do poder, da riqueza e do saber, onde as relações econômicas devem agir de forma a buscar o bem-estar dos indivíduos.

A economia popular solidária seria uma importante articulação que integra campo, floresta e cidade na construção de alternativas que gerem processos coletivos e autogestionários, visando a inclusão social e produtiva de pessoas e famílias vulneráveis afetadas pela pobreza e difícil acesso ao mercado de trabalho. Enquanto que no campo da segurança alimentar, a entidade assessora grupos e comunidades de camponeses/as na formação de hábitos alimentares saudáveis no cultivo de hortas medicinais e plantios agroecológicos, na criação de pequenos animais, no acesso ao crédito e na gestão de fundos rotativos solidários, entre outras iniciativas de produção coletivas e autogestionadas (CÁRITAS, 2022).

1.2 Agroecologia, Feiras de economia solidária e circuitos curtos de comercialização no Estado do Ceará.

A agroecologia é tida como uma ciência que diverge do agronegócio, e também que faz o resgate de práticas sociais, saberes e produção agrícola, com foco na preservação do meio ambiente. Para Altieri (2012) e Primavesi (1997), a agroecologia é o contraponto do modo de produção associado ao agronegócio, que contamina e degrada a natureza, e propõe a concepção que os seres humanos devem pensar em produção respeitando-se a natureza de agroecossistemas, a partir da observação, reprodução e incremento dos ciclos ecológicos.

Araújo e colaboradores (2014), ressaltam a importância da prática da agroecologia no cotidiano das pessoas. Esse tipo de produção, para além do ponto de vista ecológico, fortalece ainda as relações familiares e contribui para a autonomia financeira dos agricultores. Os espaços de comercialização agroecológica consistem em possibilidades de empoderamento político para os diversos atores. Araújo e colaboradores (2014), trazem ainda a ideia de que tais iniciativas e ações sociais que se estendem para além do seu lugar de moradia e confere aos agricultores a oportunidade de desenvolverem sua autonomia em espaços de comercialização solidária, estendem suas ações para além de seus quintais ou lotes.

Falando-se em produção agroecológica, e trazendo essa prática pra um contexto do Estado do Ceará, é válido salientar que o a região semiárida apresenta algumas peculiaridades edafoclimáticas. A convivência com o Semiárido dar-se-á,

segundo Mattos (2004), em conhecer, aprender e reaprender os saberes populares sustentáveis, resgatando-os, e em conviver com intempéries e com os recursos naturais desse clima. Infelizmente o homem e a mulher do campo estão envolvidos no seu cotidiano com atividades não sustentáveis no Semiárido, como: desertificação, salinização dos solos, esgotamento e poluição dos recursos hídricos, além de problemas sociais. Isso implica um desafio para os movimentos sociais em promover mudanças substanciais nos padrões de reprodução e produção sociais, nos valores de consumo e na identidade coletiva em busca de direitos e deveres. Mas é importante ressaltar que apesar de tantas características edafoclimáticas limitantes, existem muitos agricultores e agricultoras que valorizam o conhecimento tradicional, sendo possível observar o sistema de produção agroecológica presente no Estado do Ceará.

De encontro a esse pensamento agroecológico, Duarte (2009) reflete sobre os conceitos de agroecologia, produção orgânica e agronegócio, e explica que o agronegócio maquia o processo produtivo orgânico, agregando valor a não empregar agrotóxico nas plantações, mas não se responsabiliza pelo desmatamento causado pela monocultura. Duarte (2009), reflete ainda que enquanto o agronegócio trabalha para a valorização do mercado, das commodities, da exploração da força de trabalho e degradação do meio ambiente, a agroecologia favorece ao homem e ao meio ambiente. São dois cenários que divergem notoriamente na sociedade atual. De um lado o capitalismo, um sistema extremamente exploratório que se preocupa principalmente com lucro, e de outro a agroecologia, um modo de se fazer agricultura que cada vez mais vem ganhando força e vem se destacando pelo seu modo de produção voltado tanto para a preservação do meio ambiente, como para com as pessoas que fazem parte do processo de produção.

Conforme o Centro de Estudos do Trabalho e de Assessoria ao Trabalhador (CETRA 2013), os chamados circuitos curtos de comercialização promovem e levam agroecologia à mesa das pessoas, através das feiras de economia solidária. As Feiras de economia solidária são espaços em que agricultoras e agricultores familiares comercializam produtos agroecológicos diretamente aos consumidores e consumidoras, e se caracterizam por ser um circuito curto de comercialização, pois elimina a necessidade de agente atravessador nesse processo de saída dos produtos do campo até a própria feira. Estas são estratégias de comercialização que dinamizam a produção do campo, proporcionando alimentação saudável e garantindo o aumento da renda familiar camponesa. Fortalecem ainda, a organização comunitária, pois são realizadas de forma participativa, sendo coordenadas pelos próprios/as agricultores e

agricultoras. São feiras que diferem das demais, por oferecer um produto diferenciado e de qualidade, e que promove a autonomia do produtor rural.

“Na região Nordeste tem-se uma expressiva quantidade de feiras de economia solidária e orgânicas, dispendo de 215 (26% das Feiras do Brasil), aproximando-se, em número de feiras, da região Sul que possui 216 feiras (26%)” (ARAÚJO, 2021, p. 20.). Esse é um fator relevante a ser considerado, principalmente sendo a região nordeste uma grande produtora e consumidora de produtos agrícolas. Mostrando que o Estado do Ceará vem atuando de forma participativa na produção agroecológica, bem como nos circuitos curtos de comercialização.

Darolt e colaboradores (2013), elucidam o conceito de circuitos curtos como sendo aquela comercialização realizada com no máximo um intermediário, com proximidade geográfica e relação de confiança entre todos, e traz as modalidades que esse tipo de circuito compreende, como a venda direta na propriedade, fora da propriedade e indireta com apenas um intermediário. A venda indireta está relacionada a lojas especializadas independentes, lojas de cooperativas de produtores e consumidores ecológicos, pequenos mercados de produtos naturais, etc. Esses circuitos são grandes contribuintes para economia da região onde as mesmas ocorrem, e são fundamentados em uma importante relação de confiança construída entre o produtor e o consumidor.

Maluf (2004) denomina Circuitos curtos de comercialização como circuitos regionais de produção, distribuição e consumo de alimentos, e explica que se formam em territórios no interior do País ou no entorno dos núcleos urbanos. O autor ainda explica que:

(...)a agricultura familiar mantém vínculos simultâneos de distintos tipos com os mercados de produtos agroalimentares em razão do seu perfil produtivo diversificado. Assim, a reprodução das unidades familiares rurais baseia-se no conjunto das atividades produtivas por elas desenvolvidas e nos vínculos com os mercados que lhes são correspondentes. Há sempre que mencionar a parcela da produção que é destinada ao autoconsumo, importante componente da reprodução dessas famílias (da sua segurança alimentar) (MALUF, 2004, p.24).

O presente trabalho realizou o levantamento e caracterização das feiras de economia solidária apoiadas de alguma forma pela Cáritas no Estado do Ceará. Partindo do pressuposto que, a Cáritas é uma instituição que trabalha também o ponto de vista agroecológico e com foco na economia solidária, possuindo assim, papel importante na disseminação, e mais que isso, na forma de se fazer a agroecologia na prática. O trabalho surge da necessidade da Cáritas em se ter catalogado as feiras

de economia solidária e solidárias presentes no Estado do Ceará. Assim, a pesquisa objetiva:

1. Analisar a contribuição da Cáritas à agricultura familiar e a comercialização através de feiras solidárias no Estado do Ceará.
2. Identificar e caracterizar as feiras apoiadas pela Cáritas/CE.
3. Traçar o perfil dos feirantes das feiras apoiadas pela Cáritas/CE, assim como dos seus produtos e serviços.
4. Compreender o perfil dos consumidores das feiras acompanhadas pela Cáritas/CE.
5. Identificar os principais gargalos e problemas enfrentados pelas pessoas que comercializam nas feiras.

2 METODOLOGIA

A pesquisa nasceu de uma articulação entre a Cáritas e a Universidade da Integração da Lusofonia Afro-Brasileira (UNILAB), a partir de uma demanda para realizar o levantamento e caracterização das Feiras de Economia Solidária acompanhadas pela Cáritas no Ceará. O Estado do Ceará compreende 184 municípios, sendo o quarto maior Estado da região Nordeste, com uma extensão de 148,8 mil km² (CIDADE BRASIL, 2019). A pesquisa foi construída com os representantes da Cáritas de forma participativa, ao qual contou com as representações das oito equipes das Cáritas Diocesanas presentes no Estado do Ceará: Crateús, Crato, Fortaleza, Iguatu, Itapipoca, Limoeiro, Sobral e Tianguá.

Para sistematizar as informações, foi preparado um formulário através do Google Forms, com auxílio dos agentes diocesanos vinculados à Cáritas por meio de alguns encontros online via Google Meet. Para essa pesquisa, o aplicativo serviu como veículo de comunicação entre a estudante pesquisadora, e os representantes das feiras de economia solidária da Cáritas no Ceará, que disponibilizaram as informações necessárias a esta pesquisa. O questionário se enquadra em pesquisa quali-quantitativa, que contém perguntas objetivas e subjetivas. De acordo com Muniz (2023), esse tipo de abordagem de pesquisa é uma mistura entre as características da pesquisa qualitativa e da pesquisa quantitativa, o que possibilitou o levantamento das feiras ativas, dos produtos comercializados, dos principais gargalos encontrados, e outras informações que foram necessárias ao estudo.

O questionário final apresentou 37 perguntas (objetivas e subjetivas), classificados em três grandes grupos de perguntas: Perfil das feiras, Perfil dos

feirantes e Perfil de comercialização (Quadro 1). Essa divisão das perguntas por tópicos, possibilitou uma melhor fluidez na obtenção das respostas, e também uma melhor organização dos dados coletados posteriormente. A aplicação do questionário disponibilizado às lideranças territoriais da Cáritas deu-se início no dia 03 de março e foi encerrada em 19 de abril de 2023. As respostas do formulário online foram registradas no Google Forms e armazenados em uma planilha do MS Excel.

Quadro 1 – Descrição do questionário utilizado como ferramenta de pesquisa sobre as Feiras acompanhadas pela Cáritas/CE, aplicado aos representantes das Cáritas Diocesanas da Cáritas do Estado do Ceará, disponibilizado via Google Forms entre os dias 03 de março a 19 de abril de 2023.

Perfil da feira:
Endereço; Nome da feira; Data que a feira teve início; Frequência em que ocorre; Dias em que ocorre; Diocese; Caráter da feira (municipal, territorial, estadual ou outro); Cidade onde ocorre; Estrutura da feira (barraca, galpão, tenda); Propósito da feira (comercialização, formação entre os membros, ambas opções); Papel da Cáritas (promotora, patrocinadora, parceira e apoio); Existência de benefício/incentivo do poder público;
Perfil dos feirantes:
Faixa etária; Gênero; Quem comercializa desde o início da feira; Participação em associação sindicato; Endereço do feirante; Empreendimentos da feira; Se os empreendimentos são formalizados; Vínculo dos feirantes com a Caritas; Tempo de assistência pela Cáritas; Se os empreendimentos estão articulados em redes ou fóruns.
Perfil de comercialização:
Tipos de produtos comercializados; Transporte/logística dos produtos comercializados; se são de origem agroecológica (sem uso de agroquímicos); Comercialização (cestas, venda autônoma/solidária); Entrega dos produtos (na própria feira, delivery, entrega solidária); Perfil dos consumidores; Participação em rede de consumidores solidários; Considerações do entrevistado sobre a feira.

Fonte: Dados do formulário de pesquisa (2023).

Por fim, foi realizado um comparativo dos dados obtidos ao longo do estudo com os dados encontrados na literatura. A partir disso, foi possível comparar dados mais antigos, com dados atuais, além das falas e vivências de autores que trabalham com feiras de economia solidária com os resultados encontrados na pesquisa. Isso possibilitou a análise comparativa dos dados encontrados após aplicação da pesquisa nas feiras de economia solidária do Cáritas no Estado do Ceará.

3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Os dados coletados ao longo da pesquisa sobre as feiras ativas promovidas pela Cáritas/CE foram organizados em tabelas que contabilizam e catalogam as respostas de acordo com a Cáritas Diocesanas responsável e por feira. As respostas de cada Cáritas Diocesanas ao questionário foram respondidas por seu agente diocesano. Para análise dos dados levantados deve-se considerar primeiramente que, conforme acordado com os representantes da Cáritas, o trabalho foi guiado com base nas oito Cáritas Diocesanas presentes no Estado do Ceará: Crateús, Crato, Fortaleza, Iguatu, Itapipoca, Limoeiro, Sobral e Tianguá.

As oito Cáritas Diocesanas compreendem uma ou mais feiras de economia solidária ativas assistidas pela Cáritas do Estado do Ceará, e para facilitar a organização nas tabelas que serão discutidas ao longo deste artigo, utilizou-se siglas para identificação, como a seguir descrito. Desse modo, tem-se que: Na Cáritas Diocesanas Crateús, existem a Feira Agroecológica de Crateús (FACR) e a Feira da agricultura familiar e Economia Popular Solidária dos territórios dos Inhamuns (FRAFES). Em Crato existem a Feira da Agricultura Familiar e Economia Solidária da Comunidade Chico Gomes (FAFECOSOL); a Feira da Agricultura Familiar (AAFASIL), e a Feira Agroecológica da Casa de Quitéria (FACQ). No território de Fortaleza existem a Feira de Economia Solidária e Agricultura Familiar - Fortaleza e Metropolitana (FESAFFM) e o Feirão Cearense de Socioeconômica Solidária e Agricultura Familiar (FCSSAF). Em Iguatu existe a Feira comunitária de Serraria (FCS). Na região de Itapipoca tem-se a Feirinha agroecológica da comunidade de Lagoinha (FACL) e a Feira da Agricultura Familiar de Trapiá (FAFT). Em Limoeiro contabilizou-se uma feira, a Feira da agroecologia, Agricultura Familiar e Reforma Agrária do Vale do Jaguaribe (FAAFRAVJ). Em Sobral existem a Feira da Agricultura Familiar (FAFS), a Feira da agricultura familiar de Massapê (FAFM), e a Feira virtual (FV). E em Tianguá existem a Feira Comunitária de São João (FCSJ) e a Feira agroecológica (FA).

No formulário aplicado e respondido pelas lideranças foi dividido em três seções principais, por áreas de pesquisa. A primeira área compreendeu o perfil das feiras, assim essa parte contém dados referentes às feiras de economia solidária da Cáritas, de acordo com o que foi possível observar com base nas respostas ao questionário. A segunda área se refere ao perfil dos feirantes que fazem parte e tornam possíveis as feiras. E, a terceira área, diz respeito ao perfil dos produtos comercializados, englobando tanto a forma de produção, como a forma que o produto chega até a feira/ ao consumidor. De acordo com Santiago (2023) um dos agentes

diocesanos da Cáritas, da regional Fortaleza em um levantamento feito, são contabilizadas no Estado do Ceará, 42 feiras de Economia Solidária apoiadas pela Cáritas. Nesta pesquisa, foram contabilizadas 16 dessas feiras. Assim, foi possível inferir com base nessas 16 respostas o perfil dessas feiras, dos feirantes e dos produtos comercializados. Com base nisso, os resultados e discussões seguiram essa ordem no corpo deste trabalho.

3.1 Perfil das feiras

Foram levantados dados referentes a quanto tempo a feira ocorre, e com base nas respostas, foi possível observar que todas das feiras passaram a existir a partir da década de 2.000, sendo as primeiras datadas do ano de 2001, 2005 e 2014 e as mais recentes de 2021, 2022 e 2023. Outro ponto questionado foi em relação à estrutura física das feiras, onde observou-se pelas respostas que na maioria das Cáritas Diocesanas as feiras utilizam estrutura de barracas ou tendas, que possibilitam vantagens de proteção aos produtos e melhor organização de feiras. Ademais, a Feirinha agroecológica da comunidade de Lagoinha e a Feira da agroecologia, Agricultura Familiar e Reforma Agrária do Vale do Jaguaribe utilizam como estruturas físicas apenas o uso de mesas. A Feira da agricultura familiar de Trapiá, Feira Comunitária de São João e o Feirão Cearense de Socioeconomia Solidária e Agricultura Familiar afirmaram não contar com uma estrutura física de nos dias em que a feira ocorre, podendo acontecer por vezes de forma mais improvisada. Citaram que esse é um dos principais problemas relacionados a realização dessas feiras. As demais informações do perfil das Feiras contidos no instrumento de pesquisa, estão descritos na tabela 01.

Tabela 1 – Dados referentes à primeira seção do formulário de pesquisa sobre o Perfil das feiras, aplicado às lideranças de cada Cáritas Diocesanas atendida pela Cáritas/CE no período de março a abril de 2023.

Diocese	Nome da feira (sigla)	Frequência da feira	Dia da feira	Propósito da feira	Papel da Cáritas
Crateús	FACR	Quinzenal	Sábado	Comercialização/formação de membros	Parceria e apoio
	FRAFES	Anualmente	Sexta	Formação de membros	Promotora
Crato	FAFECOSOL	Mensalmente	Sábado	Comercialização/formação de membros	Parceria e apoio
	AAFASIL	A cada dois meses	Sábado	Comercialização	Parceria e apoio
	FACQ	Semanalmente	Sábado	Comercialização	Parceria e apoio
Fortaleza	FEFAFFM	Mensalmente	Sábado	Comercialização/formação de membros	Promotora
	FCSSAF	Anualmente	As vezes dois dias seguidos	Comercialização/formação de membros	Promotora
Iguatu	FCS	Anualmente	Sábado	Comercialização	Parceria e apoio
Itapipoca	FACL	Mensalmente	Quinta	Comercialização	Parceria e apoio
	FAFT	Mensalmente	Primeiro sábado de cada mês	Comercialização/formação de membros	Parceria e apoio
Limoeiro	FAAFRAVJ	Duas vezes por ano	Sábado	Comercialização/formação de membros	Promotora
Sobral	FAFS	Mensalmente	Sexta	Comercialização/formação de membros	Parceria e apoio
	FAFM	Mensalmente	Sexta	Comercialização	Parceria e apoio
	FV	Mensalmente	Quarta	Comercialização	Parceria e apoio
Tianguá	FCSJ	Mensalmente	Sexta	Comercialização/formação de membros	Parceria e apoio
	FA	Semanalmente	Sábado	Comercialização/formação de membros	Parceria e apoio

Fonte: Dados do formulário de pesquisa (2023).

Os dados referentes a frequência, esfera e dia da feira expostos na tabela 01 são bastante variáveis. Assim, com base nos dados levantados com relação a frequência da feira observou-se que 50% das feiras ocorrem mensalmente, 19% anualmente, 12% semanalmente, 6% a cada dois meses, 6% duas vezes ao ano, e 6% quinzenalmente. Sobre a esfera das feiras, tem-se três divisões: as feiras de esfera municipal, territorial e estadual. Considerando que de acordo com Santiago (2023), um dos membros da Cáritas, a denominação de uma feira de esfera municipal é uma feira de escala menor, contando com um número menor de comerciantes e de

produtos, que compreende as comunidades rurais de determinado município. Ao passo que uma feira territorial seria uma feira de proporção média, que agrega os participantes de mais de um município que compreende um território ou região. E, a feira estadual, ela tem uma proporção maior, e por tanto, compreende diversos territórios. Santiago (2023), cita ainda que as feiras de esfera territorial e estadual, ocorrem também com o propósito de realizar formação de membros, seminários e apresentações culturais para além da comercialização. Enquanto que as de esfera municipal, em sua maioria possui como foco principal, a comercialização de seus produtos. Podendo haver raramente as mesmas atividades extras que ocorrem nas demais feiras de esfera territorial e estadual. Com base no questionário, inferiu-se que 50% das feiras são de esfera municipal, 12% territorial e 12% estadual.

As feiras acompanhadas pela Cáritas ocorrem principalmente com o propósito de comercialização e formação de membros (56%), bem como somente para comercialização (37%), e somente formação dos membros/oficinas/seminários (6%). Interessante ressaltar o fato da realização e formação dos membros ser uma prática que poucas feiras de economia solidária conseguem ter acesso. A Cáritas vem atuando com esse diferencial frente essas feiras. Além disso, atuam em grande parte como parceria e apoio (75% das feiras estudadas) e também como promotora de algumas feiras de economia solidária (25%).

Santiago (2023) fala que a Cáritas atua como parceira quando é convidada e articula, e é responsável por acompanhar algumas atividades durante a feira. Sendo que nessa etapa, outro órgão seria o agente promotor dessa feira. O termo apoio seria quando a Cáritas entra com recursos e apoia as despesas relacionadas à realização da feira. Ao passo que o termo patrocínio segue essa mesma linha de raciocínio, porém oferece subsidio unicamente financeiro. E atuaria como promotora quando ela realiza e convida outras instituições a apoiarem de diversas formas à realização dessas feiras. Baseando-se nessa ideia de prestar apoio e assistência às feiras de economia solidária, podemos trazer aqui a rede Cáritas a qual vem sendo estudada nesta pesquisa. Nessa perspectiva, e conforme o regimento da Cáritas Brasileira (2016), é possível observar que, em conformidade aos dados coletados nesse trabalho sobre sua atuação e apoio às feiras de economia solidária, em especial as do Estado do Ceará, é visível seu papel social que possibilita o incentivo à produção agroecológica e a comercialização justa e solidária dentro destes circuitos de comercialização aqui citados.

Com relação ao dia da semana em que ocorre, 56% ocorrem aos sábados, 25% às sextas, sendo que às quartas e quintas ocorrem 6% cada, e em dois ou três dias seguidos em 6%. Acrescenta-se ainda, um fator relevante observado na pesquisa, é a questão do incentivo do poder público municipal. A maioria das feiras de economia solidária da Cáritas no Estado do Ceará não recebem incentivo do poder público para que continuem esse processo de comercialização (81%), sendo que somente uma minoria afirma receber alguma forma de incentivo (18%). Houve uma resposta da Cáritas Diocesanas Limoeiro (Feira da agroecologia, Agricultura Familiar e Reforma Agrária do Vale do Jaguaribe) que afirmou contar com a disponibilização de espaço em eventos culturais, palco, cadeiras, mesas e transportes nos dias das feiras no ano de 2023. Enquanto a Cáritas Diocesana de Fortaleza (Feirão Cearense de Socioeconômica Solidária e Agricultura Familiar) afirmou que no passado já contou com apoio e parceria da Secretaria de Desenvolvimento Agrário (SDA), Secretaria de Trabalho e Desenvolvimento Social (STDS) e da Secretaria de Desenvolvimento Econômico (SDE) do município.

A desistência de alguns produtores em continuar fazendo parte desses circuitos de comercialização pode estar associada ao fato de haver pouco incentivo do poder público. Para Mayangsari e colaboradores (2018), existe uma carência de incentivo público a quem produz e comercializa produtos da agricultura familiar, que geralmente são pequenos produtores com pouco capital, o que pode explicar as baixas variedades e quantidades de produtos ofertados. Essa fala ressalta a necessidade de se ter políticas públicas válidas voltadas para os produtores e comerciantes de produtos agroecológicos no Estado do Ceará.

3.2 Perfil dos feirantes

Sobre o perfil dos feirantes, uma série de informações foram coletadas. Em um questionamento sobre a composição de agricultores que continuam ou permanecem agentes de comercialização ao longo do período de existência de cada feira, foi possível observar que das dezesseis feiras pesquisadas, dez são compostas por pelo menos três quartos (3/4) dos mesmos feirantes que participam da feira desde seu início. Três feiras (Feira da agroecologia, Agricultura Familiar e Reforma Agrária do Vale do Jaguaribe; Feira de Economia Solidária e Agricultura Familiar - Fortaleza e Metropolitana e a Feira da Agricultura Familiar e Economia Solidária dos territórios Inhamuns) contam com dois quartos (2/4) dos mesmos feirantes desde o início da

primeira feira. Duas feiras (Feira da agricultura familiar de Trapiá, e Feira comunitária de Serraria) têm em sua composição os mesmos feirantes desde o início. E apenas uma feira, o Feirão Cearense de Socioeconômica Solidária e Agricultura Familiar conta com cerca de um quarto (1/4) dos mesmos feirantes desde o início da primeira feira. Esses dados referentes a composição dos feirantes desde o início da primeira feira, trazem um levantamento relacionado a presença destes feirantes nesses circuitos de comercialização até os dias atuais, assim como percebeu-se que alguns não continuaram fazendo parte dessas feiras.

No que diz respeito aos feirantes e seus grupos produtivos, isto é, em qual categoria esses se enquadram, considerando que para esse questionamento foi possível marcar mais de uma opção no formulário de pesquisa, observou-se que as feiras são compostas por: organização por mulheres (69%), unidade familiar (69%), por homens (56%), por jovens (19%), por povos e comunidades tradicionais (12%) e por população LGBTQIA+ (6%). Foi possível inferir ainda que, a grande maioria dos feirantes residem na zona rural (81%), e apenas 19% residem nas zonas periurbanas, os quais são da Feira Agroecológica de Crateús, Feira de Economia Solidária e Agricultura Familiar de Fortaleza e do Feirão Cearense de Socioeconômica Solidária e Agricultura Familiar.

Bezerra e Siliprandi (2015) corroboram com os dados sobre a presença da mulher nesses circuitos de comercialização, e este afirma que as mulheres têm se destacado na produção familiar agroecológica no Brasil, assim como na participação nas feiras de economia solidária. As agricultoras assumem a gestão da produção para o autoconsumo destinado à família e à venda nas feiras de economia solidária. Caminhas (2022), retrata o fato de as feiras de economia solidária serem uma ferramenta que traz autonomia e destaque para a mulher do campo e por tanto promovem o fortalecimento do protagonismo feminino nos quintais produtivos da Agricultura Familiar; geração de renda e autonomia financeira para as agricultoras na família e investimento na Segurança Alimentar da família; aprendizagem de técnicas destinadas a circuitos curtos de comercialização (precificação, transporte e armazenamento), troca de saberes e divulgação da importância da Agricultura Familiar junto à população e consumidores.

Na tabela 02 podemos observar a quantidade de grupos produtivos/empreendimentos que cada uma das dezesseis feiras catalogadas possui, que se refere ao número de grupos que participam das feiras oferecendo produtos e serviços. Cabe destacar que uma das feiras de Crateús, a Feira da agricultura familiar

e Economia Popular Solidária dos territórios dos Inhamuns, afirmou ter pelo menos 300 grupos produtivos associados à feira, um número relativamente alto ao se comparar com a quantidade de grupos produtivos das demais feiras. Principalmente considerando que essa feira ocorre anualmente. Sobre a formalização desses grupos produtivos, as respostas apontaram que na sua maioria não são devidamente formalizados e geralmente são articulados em redes/fóruns, como através de Sindicatos, Cáritas, Associações, Fórum de economia solidária, Fórum das comunidades rurais, Rede de intercâmbio de sementes e da Rede Bodega.

Tabela 2 – Dados referentes à segunda seção do formulário de pesquisa sobre o perfil dos feirantes, aplicado às lideranças de cada Cáritas Diocesanas atendida pela Cáritas/CE no período de março a abril de 2023.

Diocese	Nome da feira (Sigla)	Quantidade de empreendimentos	Faixa etária dos feirantes	Vínculo com a Cáritas	Tempo assistido pela Cáritas
Crateús	FACR	22	30 a 40 anos	Parceiros	15 anos
	FRAFES	300	30 a 40 anos	A Caritas promove formação	15 anos
Crato	FAFECOSOL	7	30 a 40 anos	Acompanhamento	12 anos
	AAFASIL	12	30 a 40 anos	Acompanhamento	18 anos
	FACQ	3	30 a 40 anos	Parceria sem vínculo formal	12 anos
Fortaleza	FESAFFM	6	50 a 60 anos	Fazem parte da rede de Economia Solidária	Desde sua pertença a rede ECOSOL
	FCSSAF	40	50 a 60 anos	Através do movimento de Economia Solidária	Desde que participam da rede ECOSOL
Iguatu	FCS	3	30 a 40 anos	Acompanhamento	07 anos
Itapipoca	FACL	2	30 a 40 anos	Acompanhamento	11 anos
	FAFT	10	30 a 40 anos	Parceiros	05 meses
Limoeiro	FAAFRAVJ	7	30 a 40 anos	Nem todos os feirantes tem vínculo	06 anos
Sobral	FAFS	Diversos	50 a 60 anos	“Boa”	“uns há mais de 10 anos, outros menos”
	FAFM	22	50 a 60 anos	Projetos e parcerias	07 anos
	FV	3	30 a 40 anos	Parceiros	12 anos
Tianguá	FCSJ	11	30 a 40 anos	Acompanhamento	10 anos
	FA	9	30 a 40 anos	Acompanhamento	08 anos

Fonte: Dados do formulário de pesquisa (2023).

Com relação a faixa etária dos feirantes (Tabela 2), um quarto das feiras apresentam a maioria dos feirantes com idade de 30 a 40 anos, e um quarto possuem a maioria de seus feirantes de 41 até 60 anos. Conforme Araújo e colaboradores (2014), em uma pesquisa feita nas feiras de economia solidária de Paraíba, cita-se que no que se refere à faixa etária, o grupo pesquisado tem idade que varia no intervalo de 18 a 72 anos, sendo de 47 anos a média observada. Trata-se de um perfil de agricultores com pequena participação de jovens, ocorrendo predomínio na composição do grupo de adultos já na faixa de maturidade. Isso retrata os dados levantados na dada pesquisa em que a média de idade dos feirantes vai de 30 a 60 anos. Esse dado traz a reflexão de que cada vez menos, os jovens se sentem motivados a participar de atividades no campo/comercialização dos produtos advindos da agricultura. O estudo de Buainain (2006) realizado no Estado do Maranhão, ressalta a emigração dos jovens do meio rural para a área urbana, em busca de melhores oportunidades de trabalho. Isso implica em ter menos mão de obra no campo, conseqüentemente a base da agricultura familiar vai se perdendo principalmente por não existir essa divisão de tarefas e transmissão de saberes entres os membros da família.

No questionário houve uma pergunta sobre o vínculo dos feirantes com a Cáritas, com respostas abertas, e observou-se que as respostas geralmente estavam voltadas para termos como parceiros, acompanhamento e realização de projetos. Com relação ao tempo assistidos pela Cáritas, as respostas seguem um certo padrão e mostram que a Cáritas presta assistência pelo menos a partir dos anos 2.000, ou desde que a feira passou a existir.

3.3 Perfil da comercialização:

Na seção perfil dos produtos comercializados, os dados relacionados à venda através de cestas, foram obtidos por meio de uma indagação acerca da organização de cestas de produtos agroecológicos para comercialização, se essa ocorria durante o período da feira ou entre os intervalos. As respostas a esse questionamento mostraram que dez feiras afirmaram não fazer o uso de cestas para o processo de comercialização (62%); quatro feiras, a Feira virtual, Feira da Agricultura Familiar e Economia Solidária da Comunidade Chico Gomes, Feira da Agricultura Familiar da AAFASIL e o Feirão Cearense de Socioeconômica Solidária e Agricultura Familiar afirmaram existir essa comercialização através de cestas apenas durante a feira

(25%); e duas feiras, a Feira da agroecologia, Agricultura Familiar e Reforma Agrária do Vale do Jaguaribe e a Feira Agroecológica de Tianguá afirmaram contar com o uso de cestas somente entre os seus intervalos (12%). Para as feiras que utilizam esquema de entrega através de cestas, observou-se que os principais produtos que essas cestas contêm são: produtos da agricultura familiar in natura e processados (feijão, ovos caipiras, colorau, molho de tomate, doces, tapiocas, geleias, rapaduras, frutas, alface, cebolinha, coentro) e artesanatos.

Em relação a quem seriam os consumidores dessas feiras, foi feita uma pergunta para traçar esse perfil, sendo que foi possível marcar mais de uma alternativa a esse item. Assim, dez feiras apontaram que os principais consumidores seriam os próprios agricultores (62%); dez respostas mostraram que os consumidores são pessoas que residem na zona urbana e são frequentadores assíduos da feira (62%); e oito respostas mostram que os consumidores são pessoas que residem na zona urbana e são consumidores esporádicos da feira (50%). Para Darolt (2022) e Cerveira (1999), o consumo de alimentos em feiras de economia solidária e orgânicas se deve principalmente pelo fato desses consumidores se preocuparem com sua saúde pessoal e de seus familiares. Esse fato mostra que cada vez mais, as pessoas que tem mais acesso à informação e estão mais preocupados com a qualidade dos alimentos que estão chegando à mesa. Cabe citar aqui a fala Lamine (2005) que trata dos circuitos curtos de comercialização: É uma forma de comercialização de escala mais regional e que constitui redes onde há possibilidade de redistribuição do valor agregado, favorecendo a economia local, inspira a criação de laços de confiança entre os atores envolvidos e de novas formas de associação política e de governança.

Sobre o fato de os consumidores participarem de alguma rede ou fórum de consumidores solidários, nove respostas afirmaram não participar, cinco não souberam informar e somente a Feira Agroecológica de Crateús citou a utilização de grupos no WhatsApp. Os dados referentes a logística/transporte dos produtos comercializados; comercialização solidária entre produtores, ou seja, se eles vendem solidariamente produtos de outros produtores; principais produtos; e o fato de serem agroecológicos ou não, estarão descritos a seguir (tabela 03).

Para melhor dinamização dos dados, optou-se por criar siglas para todos os produtos comercializados nessas feiras conforme os dados coletados, assim tem-se que : artesanato (ART), costura (CT), produtos agrícolas de origem vegetal in natura (PAV), produtos agrícolas de origem animal (PAA), produtos agrícolas processados ou beneficiados de origem animal/vegetal (PAP), serviços/saúde alternativa (S),

cosméticos (C), produtos de limpeza (PL), alimentação pronta (AP), produtos medicinais naturais (PMN), extrativismo (EXT), serviços de beleza (SB) e produtos de sequeira como feijão, milho, fava (PS). Falando-se dos principais produtos comercializados nessas feiras visto na tabela 03, as respostas por vezes se repetem nas diferentes Cáritas Diocesanas estudadas nesse trabalho. Nesta questão do formulário, foi possível marcar mais de uma opção de produto presente na feira, e tinha a opção de listar outros produtos que não estivessem contidos nas alternativas. Assim, os principais produtos citados nas dezesseis respostas foram: artesanato (14 Feiras), produtos de origem vegetal in natura (12 Feiras), produtos agrícolas processados ou beneficiados de origem animal/vegetal (11 Feiras), produtos agrícolas de origem animal (11 Feiras), alimentação pronta (10 Feiras), produtos medicinais naturais (10 Feiras), extrativismo (08 Feiras), cosmético (04 Feiras), costura (03 Feiras), produtos de limpeza (02 Feiras), serviços/saúde alternativa (02 Feiras), serviços de beleza (01 Feiras), produtos de sequeira (01 Feiras) e Serviços (01 Feiras).

Tabela 03 – Dados referentes à terceira seção do formulário de pesquisa sobre o Perfil de comercialização, aplicado às lideranças de cada Cáritas Diocesanas atendida pela Cáritas/CE no período de março a abril de 2023.

Diocese	Nome da feira (Sigla)	Transporte/ logística dos produtos	Produtos Agroecológicos	Comercialização	Produtos Comercializados (Sigla)
Crateús	FACR	Conta Própria	Sim, 100%	100% vendem o que produzem	ART, PAV, PAP, PAA, AP, EXT.
	FRAFES	Conta própria/ apoio de parceiros	Mais de 50%	75% vendem o que produzem	ART, PAV, PAP, PAA, AP.
Crato	FAFECOSOL	Conta Própria	Mais de 50%	100% vendem o que produzem	ART, PAV, AP, EXT, PMN.
	AAFASIL	Conta Própria	Mais de 50%	75% vendem o que produzem	ART, PAV, PAP, PAA, AP, EXT, PMN, CM.
	FACQ	Conta Própria	Mais de 50%	50% vendem o que produzem	PAV, PAP, PMN, PL.
Fortaleza	FESAFFM	Conta Própria	Mais de 50%	50% vendem o que produzem	ART, PAP, CM, CT.
	FCSSAF	Conta própria, aluguel de transporte, Caritas	Mais de 50%	50% vendem o que produzem	ART, PAV, PAP, AP, PAA, EXT, PMN, PL, CM, CT, S, SB.
Iguatu	FCS	Conta própria	Sim, 100%	50% vendem o que produzem	PAP.
Itapipoca	FACL	Conta própria	Mais de 50%	75% vendem o que produzem	ART, PAP, PAA, AP, PMN.
	FAFT	Conta própria	Cerca de 50% dos produtos	50% vendem o que produzem	ART, PAV, PAP, PAA, AP, PMN, CM.
Limoeiro	FAAFRAVJ	Conta própria	Mais de 50%	75% vendem o que produzem	ART, PAV, PAP, PAA, AP, PMN, .
Sobral	FAFS	Conta própria/sindicato	Sim, 100%	100% vendem o que produzem	ART, PAV, PAA, EXT, PMN, PS.
	FAFM	Apoio de parceiros/ sindicato	Sim, 100%	100% vendem o que produzem	ART, PAV, PAA, AP, EXT.
	FV	Conta própria/sindicato	Mais de 50%	75% vendem o que produzem	PAP, PAA, ART, S.
Tanguá	FCSJ	Conta própria	Mais de 50%	75% vedem o que produzem	ART, PAV, PAP, AP, PMN, CT, EXT.
	FA	Conta própria	Sim, 100%	75% vendem o que produzem	ART, PAV, PAP, EXT, PMN.

Fonte: Dados do formulário de pesquisa (2023).

. Sobre o tópico citado na tabela 03 de transporte e logística dos produtos, foi possível deduzir que das dezesseis respostas a esse questionamento, doze afirmaram que os feirantes levam seus produtos até as feiras unicamente por conta própria. As outras quatro respostas afirmaram contar também com apoio de parceiros, sindicato, Cáritas e transporte alugado. Vale ressaltar que, somente o Feirão Cearense de Socioeconômica Solidária e Agricultura Familiar (FCSSAF), citou o fato de contar com a Cáritas para essa etapa da comercialização.

Sobre o fato de os produtos serem agroecológicos (Tabela 3), as respostas disponíveis apresentavam-se em porcentagem de produtos agroecológicos que são comercializados nessas feiras. Assim, dez afirmaram que mais de 50% dos produtos são de origem agroecológica, cinco feiras afirmaram que seus produtos são 100% agroecológicos, e apenas uma feira afirmou contar com até 50% dos produtos como de origem agroecológica (Feira da Agricultura Familiar de Trapiá- Itapipoca). É válido

salientar que sendo os produtos comercializados nessas feiras, de origem agroecológica, é possível inferir a qualidade desses produtos. Dessa maneira, as feiras cumprem com um dos princípios agroecológicos, que é o de ofertar alimentos livres de agrotóxicos, fortalecendo a agricultura familiar e camponesa. Além disso, as feiras fortalecem a identidade das pessoas que produzem alimentos saudáveis e sustenta toda a comunidade local. Esse enfoque faz com que a agroecologia possibilite “resgatar a cidadania dos pequenos” (Machado & Filho, 2014, p. 37). Ainda sobre essa linha de pensamento, Furtado e colaboradores (2021) e a Embrapa (2007) discorrem que o consumo de alimentos ausente de agrotóxicos, no período atual, reflete melhor percepção ambiental do consumidor, acarretada por uma mudança de comportamento na escolha durante a compra dos produtos mais saudáveis e menos agressivos à natureza, tendo em vista a abrangência da consciência sobre os impactos dos agrotóxicos no meio ambiente e na saúde humana como uma proposta duradoura, onde é importante considerar a qualidade de vida de quem produz e de quem consome sem causar impactos ao meio ambiente. Desse modo, cada vez mais a agroecológica vem ganhando visibilidade no âmbito social.

Pode-se afirmar que as feiras de economia solidária contribuem também para a segurança alimentar, tanto de quem produz e consome seu próprio produto, como dos consumidores diretos dessas feiras. Assim, Rigotto e colaboradores (2012), explicam que o consumo desses produtos está intimamente associado a promoção da Segurança Alimentar e Nutricional (SAN) da população e implica também na luta pelo acesso a alimentos adequados e saudáveis, livres de agrotóxicos e não-transgênicos. De fato, é de suma importância preocupar-se com a procedência dos alimentos que chega à mesa dos consumidores. Vale citar ainda que, esse tipo de consumo fortalece e dá mais autonomia aos produtores, e acaba por fortalecer também os circuitos curtos de comercialização.

Referente a comercialização desses produtos (Tabela 3), se esta é feita pelos próprios agricultores e se há comercialização solidária, proporcionalmente observou-se que, das dezesseis Feiras, quatro elucidaram que 100% dos produtos comercializados advém dos de sua própria produção; sete respostas mostram que 75% dos produtos advém dos próprios produtores; e cinco afirmam vender 50% do que produzem, ou seja proporcionalmente são os que mais comercializam de forma solidária. Essa comercialização tida como solidária, quando os envolvidos no processo se ajudam, é trazida por Singer (2014), quando ele fala que a solidariedade na economia só pode se realizar se ela for organizada igualmente pelos que se

associam para produzir, comerciar, consumir ou poupar. A chave dessa proposta é a associação entre iguais em vez do contrato entre desiguais. Cabe citar ainda o pensamento de Berctucci e colaboradores (2010), quando diz que a economia solidária apresenta diversas características que se firmam com base nos seguintes princípios: cooperação – união de esforços em busca de objetivos comuns; autogestão – práticas democráticas de decisões cotidianas; solidariedade – união de esforços em busca de melhores condições de vida, preservação ambiental e bem-estar de todos; ação econômica – busca pela viabilidade econômica atrelada aos aspectos sociais, culturais e ambientais.

Sobre a entrega dos produtos, quinze respostas trouxeram a afirmativa de que os produtos são entregues na própria feira, e apenas uma resposta afirmou que a entrega ocorre de forma Delivery a Feira Agroecológica de Crateús.

O último tópico trazido no questionário de pesquisa foi relacionado a considerações, desafios e sugestões sobre a feira. As respostas refletiram principalmente em problemas com infraestrutura (estrutura das feiras e carência de equipamentos como freezer), logística (comercialização, transporte dos produtos, divulgação das feiras), falta de incentivo do poder público, necessidade de ter-se mais parceiros/apoiadores, falta de capacitação e formação para os produtores e agentes que comercializam nesses circuitos. Costa e colaboradores (2021), também reflete sobre o fato de a divulgação das feiras de economia solidária ser deficiente, esse é um dos principais fatores limitantes para esses circuitos no Estado do Ceará.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa possibilitou analisar a contribuição da Cáritas à agricultura familiar e a comercialização através de feiras solidárias no Estado do Ceará, além de identificar e caracterizar as feiras apoiadas pela Cáritas/CE, assim como traçar o perfil dos feirantes das feiras e de seus produtos e serviços. Foi possível compreender ainda o perfil dos consumidores das feiras acompanhadas pela Cáritas/CE, observando a frequência que os mesmos participam desses circuitos de comercialização. Identificou-se também os principais gargalos e problemas enfrentados pelas pessoas que comercializam nas feiras.

Nessa perspectiva, inferiu-se que a Cáritas regional Ceará, conta com uma considerável representatividade de feiras de economia solidária no Estado. Das oito Cáritas Diocesanas presentes no Ceará em que foi feito o levantamento dessas feiras,

existem 16 feiras de economia solidária vinculadas à Cáritas. Isso reflete que no Estado existe uma considerável disseminação da agroecologia, e que essa pode ganhar uma maior proporção quando incentivada por órgãos, redes, ou até mesmo entidades como é o caso da Cáritas. Ressalta-se aqui, a importância da Cáritas para a continuidade e disseminação da agroecologia no Estado do Ceará.

Observou-se que metade das feiras (50%) possuem características semelhantes, acontecem aos sábados, uma vez por mês e são de esfera municipal. A maior parte das feiras ocorrem com o intuito de comercialização e formação dos membros. Ademais, a maioria dos grupos produtivos estão articulados em rede/fórum, demonstrando planejamento e organização nesses circuitos.

Falando-se do perfil dos feirantes, identificou-se que as feiras são compostas em sua maioria por organização por mulheres (69%) e unidade familiar (69%). Com relação a faixa etária dos feirantes, um quarto das feiras apresentam a maioria dos feirantes com idade de 30 a 40 anos, e um quarto possuem a maioria de seus feirantes de 41 até 60 anos, refletindo em uma falta de protagonismo juvenil nestes circuitos de comercialização.

Com relação aos produtos ofertados, mais de 50% destes são de origem agroecológica e em sua grande maioria são entregues na própria feira. A maior parte dos consumidores não faz parte de uma rede de consumo solidário, o que denota a falta de articulação e organização destes. Ressaltando a necessidade de se conhecer mais sobre consumo solidário.

Vale ressaltar ainda, que há uma necessidade de investimento em políticas públicas voltadas para o meio rural, em especial para o produtor agrícola que trabalha sob viés agroecológico. Também há uma necessidade de se falar em circuitos de comercialização voltados para esse viés agroecológico e que também tem foco em uma economia solidária. Principalmente considerando que estes circuitos promovem, tanto a disseminação da agroecologia, como a autonomia dos agentes que comercializam nessas feiras. Por fim, é válido afirmar que as feiras de economia solidária influenciam e incentivam a agricultura familiar.

RERÊNCIAS

ALTIERE, Miguel. Agroecologia: bases científicas para uma agricultura sustentável. 3ª ed. **Rev.São Paulo**, Rio de Janeiro: Expressão Popular, AS-PTA, 2012. Disponível em:

https://arca.furg.br/images/stories/producao/agroecologia_short_port.pdf.
Acesso em: 03 abr.2023.

ALVES, Igor. **O que é metodologia científica**. [Universidade Federal do Pará, 2021]
Disponível em: <https://www.significados.com.br/metodologia-cientifica/>. Acesso em:
14 fev.2023.

ARAÚJO, Iriane Teresa de; SANTOS, Cristiane Fernandes dos; SIQUEIRA, Elisabete Stradiotto; MAIA, Zidenice. A agroecologia como perspectiva de sustentabilidade na agricultura familiar. **Rev.Ambiente & Sociedade**, São Paulo, v. XVII, p. 33-52, abr.-jun. 2014. Disponível em:
https://www.researchgate.net/publication/270487230_A_agroecologia_como_perspectiva_de_sustentabilidade_na_agricultura_familiar. Acesso em: 03 abr.2023.

ARAÚJO, Tarcísio Patricio de. **Ocupação e renda em feiras agroecológicas: o caso de Recife -Pernambuco**. Relatório de pesquisa. Fortaleza : Instituto de Desenvolvimento do Trabalho : Núcleo de Economia Solidária, Universidade Federal de Pernambuco : Banco do Nordeste do Brasil, 2013.

ARAÚJO, Deyfson Mota; AMORIM, Wagner Vinicius; SANTOS, Camila Dutra dos. A TERRITORIALIZAÇÃO DAS FEIRAS AGROECOLÓGICAS E ORGÂNICAS EM FORTALEZA-CEARÁ. **Rev.GeoSertões**, [S.I.], v. 6, n. 11, p. 10-29, set. 2021. ISSN 2525-5703. Disponível em:
<https://cfp.revistas.ufcg.edu.br/cfp/index.php/geosertoos/article/view/1625>. Acesso em: 10 abr. 2023.

BERTUCCI, Ademar. et al. **Economia solidária. Outra economia a serviço da vida acontece**. Conselho nacional de igrejas cristãs do Brasil – CONIC. 2010.
Disponível em:
https://repositorio.ufrn.br/bitstream/123456789/21947/4/AlyssonAndreRegisOliveira_TESE.pdf.txt. Acesso em: 05 abr.2023.

BEZERRA, Antonia Geane Costa et al. Mulheres, gênero e agroecologia na feira de agricultura familiar de São José de Mipibu. **Rev.Cadernos de Ciências Sociais da UFRPE**, v. 2, n. 15, p. 66-97, 2019. Disponível em:
<https://journals.ufrpe.br/index.php/cadernosdecienciassociais/article/view/3139>. Acesso em: 06 abr.2023.

BRANDEMBURG, Alfio et al. A diversidade dos circuitos curtos de alimentos ecológicos: ensinamentos do caso brasileiro e francês. **Rev..Agriculturas**, v. 10, n. 2 jun. 2013. Disponível em: <https://aspta.org.br/files/2013/09/Revista-Agriculturas-V10N2-Artigo-1.pdf>. Acesso em: 10 maio 2023.

BUAINAIN, Antônio Marcio. **Agricultura familiar, Agroecologia e Desenvolvimento Sustentável: questões para debate**. Brasília, DF: Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura (IICA),2006. Disponível em: <http://repositorio.iica.int/handle/11324/7555>. Acesso em: abr. 2023.

CAMINHAS, Ana Margarida Theodoro. As Feiras de economia solidária, a Segurança Alimentar e o Protagonismo Feminino nos Quintais Produtivos da Agricultura Familiar: **Revista Brasileira de Desenvolvimento**, 8 (1), 4184–4200. Disponível em: <https://doi.org/10.34117/bjdv8n1-276>. Acesso em: 15 abr.2023.

Cáritas Brasileira,2022. Disponível em: <https://Cáritas.org.br/> . Acesso em: 27 nov. 2022.

CERVEIRA, Ricardo; CASTRO. Manuel Cabral de. Consumidores de Produtos orgânicos da cidade de São Paulo: características de um padrão de consumo. **Rev.Informações Econômicas**, São Paulo, v.29,1999. Disponível em: <http://www.iea.sp.gov.br/ftpiea/ie/1999/tec1-dez99.pdf>. Acesso em: 03 fev.2023.

Cidade Brasil, 2019. **Municípios do Estado do Ceará**. Disponível em: <https://www.cidade-brasil.com.br/estado-ceara.html>, Acesso em: 23 mar. 2023.

COSTA, Vângila.Ferreira . et al, Perfil de consumidores de feiras de economia solidária de Fortaleza. **Rev.Research**, Society and Development, v. 11, n. 6, e29511629211, 2022. Disponível em: <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/download/29211/25230/334072>. Acesso em: 03 abr.2023.

DAROLT, Moacir Ribeiro. **O Consumidor e o mercado de produtos orgânicos**. I Simposio: A pesquisa em Agricultura Orgânica, UFLA, Lavras- MG, 2003.

DAROLT, Moacir Ribeiro et al; A diversidade dos circuitos curtos de alimentos ecológicos: ensinamentos do caso brasileiro e francês. **Rev. Agriculturas**, v. 10, n. 2. p.8-13, junho de 2013. Disponível em: <http://bibliotecadigital.abong.org.br/xmlui/bitstream/handle/11465/595/91.pdf?sequen ce=1&isAllowed=y#page=8>. Acesso em: 10 fev.2023.

DUARTE, Luciana Rodrigues Ramos. **Transição agroecológica: uma estratégia para a convivência com a realidade semi-árida do Ceará**. Dissertação de mestrado. Fortaleza, Ceará- 2009. Disponível em: <https://repositorio.ufc.br/handle/riufc/8022>. Acesso em: 15 fev.2023.

Embrapa. Empresa brasileira de pesquisa agropecuária - Centro Nacional de Pesquisa de Monitoramento por Satélite. 2007. Disponível em: <https://www.embrapa.br/en/international>. Acesso em: 30 abr.2023.

Estatuto da Cáritas. Disponível em: <https://Cáritas.org.br/storage/arquivo-de-biblioteca/May2021/JqZ3Wui1lCbpezYxaZH.pdf> .Estatuto da Cáritas, 27 de dezembro de 2016. Acesso em: 06 mar. 2023.

FEIDEN, Alberto. Manejo Ecológico do Solo. In: EMBRAPA: Agroecologia em Mato Grosso do Sul: princípios, fundamentos e experiências. **Anais...** Dourados, IDATERRA/Embrapa, p. 57-65, 2002.

Feiras Agroecológicas e Solidárias. CETRA,2013. Disponível em: <https://cetra.org.br/index.php/pt-br/9-noticias/350-feiras-agroecologicas-e-solidarias>. Acesso em : 23 mar. 2023.

Feiras de Agroecologia. Rede ECOCEARÁ, 2017. Disponível em: <https://ecoceara.com.br/feiras-agroecologicas/> Acesso em : 04 maio 2023.

FELDENS, Leopoldo. **o homem a agricultura a história**: o homem, a agricultura e a história. 2018. 168 f. Monografia (Especialização) - Curso de Agronomia, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Editora Univates, Lajeado, 2018. Cap.

2. Disponível em: https://www.univates.br/editora-univates/media/publicacoes/246/pdf_246.pdf. Acesso em: 03 fev.2023.

FORTE, Joannes Paulus Silva. **A igreja dos homens: o trabalho dos agentes de Cáritas para o desenvolvimento da economia popular solidária no Ceará.** 2008. 296 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Universidade Federal do Ceará, Departamento de Ciências Sociais, Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Fortaleza-CE, 2008. Disponível em: <http://www.repositorio.ufc.br/handle/riufc/1464>. Acesso em: 05 abr.2023.

Furtado, Ariademy Silva de Souza et al. Construção colaborativa de uma feira agroecológica virtual entre agricultura familiar e instituições federais de ensino superior do Estado de Goiás-Brasil. **Rev.Research, Society and Development**, v. 10, n. 6, p. e42510615513-e42510615513, 2021.

GLIESSMAN, Stephen Richard. **Agroecologia: processos ecológicos em agricultura sustentável.** Porto Alegre: UFRGS, 2000. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/pgdr/agroecologia-processos-ecologicos-em-agricultura-sustentavel/>. Acesso em: 20 dez.2022.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Produção Agrícola Municipal.** Rio de Janeiro: IBGE, 2010. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/agricultura-e-pecuaria/9117-producao-agricola-municipal-culturas-temporarias-e-permanentes.html>. Acesso em: 05 mar. 2023.

KUSTER, Ângela; et al. **Agroecologia plante essa idéia.** Fortaleza: Fundação Konrad. Disponível em: <http://www.laviet.ufba.br/nucleoagroecologico/cartilha.pdf>. Acesso em: 05 maio 2023.

LAMINE, Claire. Settling Shared Uncertainties: local partnerships between producers and consumers. **Rev.Sociologia Ruralis**, Wageningen, v.45, n. 4, p.324-345, 2005. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1467-9523.2005.00308.x>. Acesso em: 05 mar.2023.

LIMA, Eliete de. **Alimentos orgânicos na alimentação escolar pública catarinense: um estudo de caso.** 2006. 128f.Dissertação (Mestrado em Nutrição)- Faculdade de Nutrição, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2006. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/88712>. Acesso em: 15 mar. 2017.

MALUF, Renato Sergio. Mercados agroalimentares e a agricultura familiar no Brasil: agregação de valor, cadeias integradas e circuitos regionais. **Rev.Ensaio FEE**, Porto Alegre, v. 25, n. 1, p. 299-322, abr. 2004. Disponível em: https://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&as_sdt=0%2C5&scioq=O+Consumidor+e+o+mercado+de+produtos+org%C3%A2nicos.+Darolt&q=Mercados+agroalimentares+e+a+agricultura+familiar+no+Brasil%3A+agrega%C3%A7%C3%A3o+de+valor%2C+cadeias+integradas+e+circuitos+regionais.+&btnG=. Acesso em: 08 mar.2023.

MATTOS, Beatriz Helena Oliveira de Melo; KUSTER,Angela. (org.). **Educação no contexto com o Semi-Árido brasileiro.** Fortaleza: Fundação Konrad Adenauer,2004.

MAYANGSARI, Ira Dwi.; TRENGGANA, Arlin Ferlina Mochamad; SALMIYAH, Dini ; ABDILLAH, Fatima. Marketing strategy of organic products in bandung: farmer community, product innovation and social media. **Rev. International Journal of Engineering & Technology**, v. 7, n. 4, p. 1286-1291, 2018. Disponível em: https://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&as_sdt=0%2C5&scioq=O+Consumidor+e+o+mercado+de+produtos+org%C3%A2nicos.+Darolt&q=.+Marketing+strategy+of+organic+products+in+bandung%3A+farmer+community%2C+product+innovation+and+social+media.+&btnG=. Acesso em: 08 fev. 2023.

MDA. Brasil Agroecologia. **Plano nacional de Agroecologia e produção orgânica – PLANAPO**. 2013. Disponível em: http://www.mda.gov.br/sitemda/sites/sitemda/files/user_img_19/BrasilAgroecologico_Baixar.pdf . Acesso em: 12 abr. 2023.

MUNIZ, Carla. **O que é metodologia científica**. Disponível em : <<https://www.significados.com.br/metodologia-cientifica/>. Acesso em: 14 fev. 2023

NASCIMENTO, Edson. **Princípios da Economia Solidária**. Brasília. Editora Ferreira. 14 p. Jul de 2006. Disponível em: http://www.editoraferreira.com.br/publique/media/edson_toque7.pdf. Acesso em 23 abr. 2023.

PRIMAVESI, Ana. **Agroecologia: ecosfera, tecnosfera e agricultura**. São Paulo: Nobel, 1997. Disponível em: <https://anamariaprimavesi.com.br/wp-content/uploads/2022/02/Agroecologia-Ecosferabr-Tecnosfera-e-Agricultura.pdf>. Acesso em: 20 abr.2023.

RIGOTTO, Raquel Maria et al. **Dossiê ABRASCO - um alerta sobre os impactos dos Agrotóxicos na Saúde**. Parte 3 - Agrotóxicos, conhecimento científico e popular: construindo a ecologia de saberes. Porto Alegre, nov. 2012. Disponível em: <http://www.contraosagrototoxicos.org/index.php/materiais/relatorios/dossie-abrasco-um-alerta-sobre-os-impactos-dos-agrotoxicos-na-saude-parte-3/download>. Acesso em: 30 maio 2023.

SANTIAGO, José. [**Pesquisa Acadêmica sobre feiras agroecológicas da Cáritas no Estado do Ceará**]. Whatsapp: [Grupo de comunicação entre a Cáritas e a UNILAB]. 05 abr. 2023. 14:38. 1 mensagem do Whatsapp.

SILIPRANDI, Emma. **Mulheres e Agroecologia transformando o campo, as florestas e as pessoas**. 1. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2015. 352p.

SINGER, Paul. Introdução a economia solidária . 1ª ed. **São Paulo** : Editora Fundação Perseu Abramo, 2002. Disponível em: <https://fpabramo.org.br/wp-content/uploads/2018/04/Introducao-economia-solidaria-WEB-1.pdf>. Acesso em: 30 maio 2023.

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer primeiramente a Deus, e a minha família. Agradecer de forma especial a professora Fernanda Schneider pelo aceite de orientação da pesquisa e por me auxiliar e me motivar durante essa jornada. Agradecer também ao Instituto de Desenvolvimento Rural (IDR), a coordenação do curso de Agronomia (CCAGRO), e a todo o corpo docente pela iniciativa e criação do Projeto pedagógico Curricular (PPC) do curso de Agronomia que possibilita uma formação acadêmica excelente.

Agradecer de forma especial às lideranças da Cáritas regional do Ceará, que estiveram presentes durante toda a construção da pesquisa e foram atores essenciais para o levantamento desses dados. Sem esquecer dos agricultores e feirantes, que são os agentes principais que promovem e fazem as feiras acontecerem.