

UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA

CAMILA TEIXEIRA LOURENÇO

**ECONOMIA SOLIDÁRIA E AGRICULTURA FAMILIAR: PERFIL E
PREFERÊNCIAS DOS(AS) CONSUMIDORES(AS) DE DUAS FEIRAS SITUADAS
NA ZONA DA MATA DE MINAS GERAIS.**

VIÇOSA – MINAS GERAIS

2025

CAMILA TEIXEIRA LOURENÇO

**ECONOMIA SOLIDÁRIA E AGRICULTURA FAMILIAR: PERFIL E
PREFERÊNCIAS DOS(AS) CONSUMIDORES(AS) DE DUAS FEIRAS SITUADAS
NA ZONA DA MATA DE MINAS GERAIS.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Universidade Federal de Viçosa, como parte
das exigências para a obtenção do título de
Bacharela em Cooperativismo.

Orientadora: Bianca Aparecida Lima Costa

**VIÇOSA – MINAS GERAIS
2025**

CAMILA TEIXEIRA LOURENÇO

**ECONOMIA SOLIDÁRIA E AGRICULTURA FAMILIAR: PERFIL E
PREFERÊNCIAS DOS(AS) CONSUMIDORES(AS) DE DUAS FEIRAS SITUADAS
NA ZONA DA MATA DE MINAS GERAIS.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Universidade Federal de Viçosa, como parte
das exigências para a obtenção do título de
Bacharela em Cooperativismo.

APROVADA: 27 de junho de 2025

Assentimento:

Camila Teixeira Lourenço
Autora

Bianca Aparecida Lima Costa
Orientadora

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo analisar o perfil e as preferências dos(as) consumidores(as) que frequentam duas feiras de base agroecológica e de economia solidária, situadas nos municípios de Viçosa e Muriaé, na Zona da Mata de Minas Gerais. Considerando a crescente importância da produção agroecológica e dos circuitos curtos de comercialização, buscou-se compreender de que modo os(as) consumidores(as) se relacionam com esses espaços e quais elementos orientam suas decisões de compra. A pesquisa adotou uma abordagem quali-quantitativa, articulando diferentes instrumentos metodológicos: aplicação de questionários com perguntas objetivas e discursivas a 39 consumidores(as) — sendo 20 da Feira de Economia Solidária e Agricultura Familiar - Quintal Solidário (Viçosa) e 19 da Feira Agroecológica de Muriaé —, além da realização de duas entrevistas semiestruturadas com lideranças envolvidas na organização das feiras. Também foram coletadas informações junto a feirantes, o que permitiu observar diferenças na composição dos segmentos produtivos presentes em cada feira. Enquanto a Feira Quintal Solidário apresenta uma maior diversidade de nichos, incluindo produtores(as) de hortifrutigranjeiros, alimentos processados e artesanato, a feira de Muriaé é composta majoritariamente por feirantes que comercializam hortifrutigranjeiros, não havendo, no momento da pesquisa, presença de artesãos(ãs). A fundamentação teórica apoiou-se em estudos sobre agricultura familiar, agroecologia, consumo consciente e economia solidária. Os resultados indicam que, apesar das particularidades de cada contexto, ambas as feiras são valorizadas como espaços de acesso a alimentos orgânicos e agroecológicos. Além disso, fatores como localização, inserção institucional, acessibilidade e contexto territorial mostraram-se determinantes na configuração do perfil sociodemográfico dos(as) consumidores(as), bem como nas práticas e motivações de consumo observadas.

Palavras-chave: Circuitos curtos de comercialização; agroecologia; consumo consciente.

DEDICATÓRIA

*Aos meus pais, Adriana e
Valdeci, que com muito
trabalho sob o sol e a chuva,
me permitiram chegar até
aqui, à sombra.*

*E aos meus irmãos, Julia e
Felipe, que são os meus
maiores motivos para
sempre seguir em frente.*

AGRADECIMENTOS

À minha família, pelo apoio constante, pelas palavras de encorajamento e pela presença em todos os momentos.

À professora Bianca Aparecida Lima Costa, pela orientação, pelo conhecimento compartilhado e pela dedicação.

À Isabela Fredes de Freitas, por toda a ajuda durante a construção deste trabalho.

Aos companheiros da Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares, Mariana Paiva, Sashia Cristina, Paola Pimentel e Taylene Costa, pela parceria ao longo desta trajetória na universidade.

À todos os amigos que fiz durante a graduação, pelos momentos compartilhados, pelas conversas e pelas memórias que levarei comigo.

À FAPEMIG pelo financiamento da pesquisa que subsidiou o trabalho.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	8
2 REFERENCIAL TEÓRICO.....	9
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	13
3.1 Abordagens.....	13
3.2 Instrumento de coleta de dados e avaliação.....	14
4 RESULTADOS E DISCUSSÕES.....	16
4.1 Histórico das feiras.....	16
4.1.1 Feira de Economia Solidária e Agricultura Familiar Quintal Solidário.....	16
4.1.2 Feira Agroecológica de Muriaé.....	18
4.2 PERFIL DOS(AS) CONSUMIDORES(AS).....	21
4.2.1 Perfil dos consumidores da Feira de Economia Solidária e Agricultura Familiar Quintal Solidário.....	22
4.2.2 Feira Agroecológica de Muriaé.....	29
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	39
REFERÊNCIAS.....	41
APÊNDICES.....	45

1. INTRODUÇÃO

Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), no ano de 2019, uma em cada quatro pessoas com 18 anos ou mais no Brasil estava acima do peso (IBGE, 2020). Estes dados estão diretamente relacionados ao aumento do consumo de alimentos industrializados e ultraprocessados¹ nas últimas décadas. Como apontam Cichelero e Galiotto (2020), o século XXI está sendo marcado por uma sociedade de hiperconsumo e por suas consequências, que já podem ser sentidas no contexto da crise climática. Com a globalização, o avanço da tecnologia e as novas formas de se fazer comunicação e propaganda, criou-se uma “cultura de consumo” que vai muito além da produção e distribuição de mercadorias, sendo focada na difusão de símbolos e signos que esses bens materiais carregam consigo.

Em consonância, a busca por alimentos saudáveis tem se tornado cada vez mais relevante, em função dos crescentes índices de doenças associadas à má alimentação (Dino, 2023). Nesse cenário, as feiras configuram-se como importantes espaços de comercialização dos produtos da agricultura familiar, mas seu papel vai muito além disso. São também espaços de socialização, de construção de identidade regional e cultural e de articulação política. Nesse ambiente, há uma constante circulação de produtos, pessoas, informações e cultura, gerando uma dinâmica singular que se entrelaça com a paisagem local e com o cotidiano das comunidades envolvidas (Pereira; Brito; Borges, 2017).

As feiras representam, para os(as) agricultores(as) familiares, a oportunidade de comercialização direta, eliminando a necessidade de intermediários. Mais do que um espaço destinado à comercialização, a feira configura-se também como um ponto de encontro, de expressão cultural e de troca de experiências, preservando as tradições locais (Kauark; Rattes; Leal, 2019).

Os chamados circuitos curtos de comercialização têm como objetivo aproximar produtores(as) e consumidores(as), priorizando relações mais diretas, transparentes e baseadas na confiança mútua. De acordo com Fantini (2018), esses circuitos — especialmente na modalidade de venda direta — contribuem para agregar valor à produção local, fortalecendo os vínculos entre o território, os produtos e os(as) consumidores(as), o que favorece a permanência da produção no espaço de origem.

¹
https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/inspecao/produtos-vegetal/legislacao-de-produtos-origem-vegetal/biblioteca-de-normas-vinhos-e-bebidas/guia-alimentar-para-a-populacao-brasileira_2014.pdf/view.

A preferência por alimentos frescos, provenientes de circuitos curtos de comercialização, reflete não apenas a preocupação com a qualidade e a segurança alimentar, mas também um posicionamento em relação aos modelos convencionais de consumo, caracterizados pela padronização e centralização da oferta. Nesse contexto, destaca-se a economia solidária, que, conforme Andrade (2018), configura-se como uma proposta alternativa ao sistema hegemônico de mercado, pautada em decisões coletivas e em diretrizes que orientam as atividades de produção, distribuição, consumo, poupança e crédito, priorizando a valorização do ser humano em detrimento do capital.

A economia solidária concretiza-se por meio de organizações como associações, cooperativas, clubes de troca, empresas autogestionárias, fundações, organizações não governamentais, entre outras formas de organização social. Assim, promove relações mais horizontais e inclusivas nos processos de produção, comercialização e consumo (Secretaria Nacional de Economia Solidária, 2010).

Diante desse contexto, o presente trabalho busca responder à seguinte questão de pesquisa: Como se caracteriza o perfil dos(as) consumidores(as) das feiras de economia solidária e agricultura familiar e quais fatores orientam suas preferências de consumo? Com base nisso, objetiva-se analisar o perfil e as preferências de consumo dos(as) consumidores(as) em duas feiras situadas na região da Zona da Mata de Minas Gerais: a Feira de Economia Solidária e Agricultura Familiar - Quintal Solidário, no município de Viçosa, e a Feira Agroecológica, no município de Muriaé. De modo específico, pretende-se caracterizar os(as) consumidores(as), incluindo aspectos como idade, gênero, raça/cor, escolaridade e preferências de consumo.

Para alcançar esses objetivos, este trabalho está estruturado da seguinte forma: inicialmente, apresenta-se a fundamentação teórica, abordando a evolução das práticas de consumo, os conceitos de economia solidária, agroecologia e circuitos curtos de comercialização. Em seguida, descrevem-se os procedimentos metodológicos adotados e são expostos e discutidos os resultados obtidos, acompanhados das considerações finais.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

De acordo com Lipovetsky (2007), a sociedade de consumo evoluiu em três diferentes fases. A primeira delas foi caracterizada pela constituição de grandes mercados nacionais e pela modernização dos meios de transporte e de comunicação. Foi nessa época que se teve início a produção em massa, decorrente da elaboração de máquinas em conjunto com a

organização científica do trabalho. Essa fase teve início no final do século XIX e perdurou até o fim da Segunda Guerra Mundial.

Lipovetsky (2007) disserta que, o grande investimento em publicidade e a valorização da marca, como vemos hoje, já aconteciam na transição da primeira para a segunda fase. Esta iniciou-se na década de 1950 e terminou no final dos anos 1970 e foi marcada por um consumo de massa e excesso. Essa fase foi importante, pois, viabilizada pelos modelos de produção de Taylor e Ford, democratizou o acesso a bens duráveis, possibilitando às camadas mais populares aqueles produtos que antes eram associados às classes mais altas da sociedade (Lipovetsky, 2007).

Por fim, a terceira fase é chamada, por Lipovetsky (2007), de hiperconsumo. As relações de consumo tornam-se mais individualistas e voltadas mais para a satisfação do bem-estar do que para a de necessidades de sobrevivência. Desenvolveu-se uma relação emocional com o ato de comprar, tornando-o um ato social, de empoderamento e de fortalecimento da autoestima, o que, somado à facilidade de consumir a qualquer hora e sem sair de casa, tem levado a práticas de consumo desenfreadas (Lipovetsky, 2007).

No Brasil, esse movimento de transformação das práticas de consumo também vem sendo evidenciado ao longo das últimas décadas. Segundo estudo conduzido pelo Núcleo de Pesquisas Epidemiológicas em Nutrição e Saúde da Universidade de São Paulo (Nupens/USP), o consumo de alimentos ultraprocessados no país apresentou um aumento de 5,5% em um intervalo de dez anos, passando a representar quase 20% das calorias ingeridas pela população brasileira (Jornal da USP, 2023). Tal cenário reforça a necessidade de se compreender como essas dinâmicas de consumo vêm influenciando diferentes setores da economia, incluindo a organização da produção agrícola nacional.

De acordo com Campagnolla e Macêdo (2022), no Brasil, esse fenômeno se deu, conforme o padrão adotado em outros países, por meio de três eixos distintos: pesquisa agropecuária, assistência técnica e crédito rural subsidiado. Além disso, outras políticas públicas foram desenvolvidas para apoiar o setor agrícola, como, por exemplo, planos de compra de insumos e terras destinados a facilitar o acesso dos produtores aos meios necessários para a produção.

Destaca-se também a desoneração de tributos, como o Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) interestadual, a Contribuição para o Programa de Integração Social e para o Programa de Formação do Patrimônio do Servidor Público (PIS/Pasep) e o Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI), que incidem sobre a aquisição de agrotóxicos (Cunha; Soares, 2020). Essas medidas, ainda vigentes, visam reduzir os custos de produção

agrícola, estimulando a competitividade e a produtividade do setor. No entanto, a desoneração de tributos sobre agrotóxicos tem sido alvo de críticas, especialmente em virtude dos impactos ambientais e sociais associados ao uso excessivo desses insumos. Em contrapartida,

Seu foco em monocultivos estritamente produtivistas contribuiu para a simplificação dos processos produtivos, excluiu os pequenos agricultores descapitalizados e ignorou o aprimoramento tecnológico dos sistemas tradicionais que se fundamentam na diversificação produtiva e no uso e conservação dos recursos naturais (Campagnolla; Macêdo, 2022, p.2).

Outrossim, em 2017, para Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura (FAO), uma consequência da Revolução Verde é que embora o modelo tenha sido aplicado com a justificativa de produzir alimentos e acabar com a fome, mais de 815 milhões de pessoas passam fome em todo o mundo. Isso acontece porque o grande problema da fome hoje é a má distribuição desses alimentos, além da falta de acessos a uma alimentação saudável e adequada.

Ainda, o grande desperdício que ocorre tanto nas próprias lavouras como durante o transporte e o acondicionamento nos supermercados. Síncrono à antiga mazela da fome e desnutrição, a obesidade tem atingido cada vez mais pessoas no mundo, não sendo diferente no Brasil. De acordo com o Ministério da Saúde (2020), mais da metade da população brasileira se encontra acima do peso, outra consequência das novas formas de se produzir e consumir alimentos.

Preiss e Schneider (2020) debatem sobre a indústria de alimentos que, utilizando de apelos como: praticidade; preços atrativos em uma economia fragilizada como a brasileira; alta palatabilidade; e *marketing* “pesado”, tem provocado o elevado consumo de produtos alimentícios ultraprocessados pela população. Esse fato, aliado ao uso exacerbado de agrotóxicos e fertilizantes químicos, traz grandes riscos à saúde, favorecendo o acometimento de Doenças Crônicas Não Transmissíveis (DCNT), a exemplo de cânceres e doenças cardiovasculares, sendo essas últimas a principal causa de morte no mundo.

Outra importante consequência dos novos modelos de produção e de consumo são discutidas por Vieira e Frainer (2022), tanto de bens materiais quanto de alimentos, a degradação do meio ambiente e as mudanças climáticas. Quanto ao consumo de bens materiais, destaca-se a problemática da enorme geração de resíduos, em especial de resíduos plásticos, e o consumo exacerbado de recursos naturais.

Diante do exposto, é notório a forma de consumir das sociedades contemporâneas. No caso do consumo de alimentos, uma boa alternativa para isso são as feiras de economia

solidária e a agroecologia. Estas configuram-se como importantes espaços de comercialização direta entre produtores e consumidores, desempenhando um papel estratégico na promoção de práticas econômicas sustentáveis e no fortalecimento de comunidades locais.

O ideal da Economia Solidária se constitui como práticas de produção, comercialização, consumo e finanças, centradas na solidariedade, sempre visando à distribuição de riqueza dentro de uma mesma comunidade, a criação de novas relações de trabalho e a geração de renda familiar (Amorim, 2014).

A economia solidária e a agroecologia estão interconectadas, mas possuem especificidades próprias. A economia solidária teve sua origem na Europa, por volta do século XIX, impulsionada por movimentos da classe trabalhadora (Singer, 2012). Ela se caracteriza por práticas econômicas fundamentadas na cooperação, solidariedade e autogestão, com o propósito de promover a justiça social e a inclusão de populações excluídas do mercado tradicional.

Economia Solidária é um conceito utilizado para definir as atividades econômicas organizadas coletivamente pelos trabalhadores que se associam e praticam a autogestão. O professor Paul Singer costuma sublinhar as duas especificidades que, em sua visão, fundamentam as características das organizações econômicas solidárias: por um lado, o estímulo à solidariedade entre os membros, por meio da autogestão, e, por outro lado, a prática da solidariedade para com a população trabalhadora em geral, com ênfase especial na ajuda aos menos favorecidos (Schiochet, 2009, p.1).

Para Schmitt (2010), os(as) agricultores(as) familiares desenvolvem as atividades no campo contando com a força de trabalho e membros da família e retiram da terra o seu sustento. Dessa forma, é essencial distinguir o que são alimentos orgânicos, agroecológicos e convencionais. A agricultura convencional é químico dependente, utilizando agrotóxicos e fertilizantes sintéticos. Em contrapartida, a produção orgânica depende de recursos naturais como a própria biodiversidade, além da adoção de técnicas como compostagem e controle biológico em substituição aos produtos químicos (Rodale Institute, 2004). No Brasil, a produção orgânica é regulamentada por legislação específica, sendo necessário que os produtos sejam certificados conforme normas estabelecidas pelo Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica, coordenado pelo Ministério da Agricultura e Pecuária. Apenas alimentos certificados podem ser legalmente comercializados como orgânicos no país (Ministério da Agricultura e Pecuária, 2022).

A agroecologia configura-se como uma abordagem integradora, orientada não apenas para a promoção da sustentabilidade ambiental, mas também para o fortalecimento da justiça social e a elevação da qualidade de vida das populações rurais. Nesse contexto, a agroecologia pode ser compreendida como:

Uma das alternativas de combate à degradação ambiental e a pobreza que, a ser aplicada sobre a agricultura familiar como uma das alternativas para a reversão dos entraves sócio-produtivos, ao lado da pluriatividade, produz um novo paradigma de produção eficiente. A agroecologia está vinculada à valorização do saber produtivo tradicional do agricultor e a preservação ambiental, mas também é um instrumento de combate à pobreza rural (Souza, 2011).

Finalmente, é sabido que práticas alternativas de produção e de consumo, como as supracitadas, são mais sustentáveis e, portanto, importantes para a sobrevivência da nossa espécie na Terra, e proporcionam uma vida mais saudável. Elas estão de acordo com os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), desenvolvidos pela Organização das Nações Unidas (ONU), em especial com o ODS 12 que trata do consumo e produção responsáveis (ONU, 2015). Além disso, elas estão em conformidade com o preconizado no Guia Alimentar para a População Brasileira que traz a seguinte recomendação:

Procure fazer compras de alimentos em mercados, feiras livres e feiras de produtores e outros locais que comercializam variedades de alimentos in natura ou minimamente processados. Prefira legumes, verduras e frutas da estação e cultivados localmente, sempre que possível, adquira alimentos orgânicos e de base agroecológica, de preferência diretamente dos produtores (Brasil, 2014 p.92).

O guia ressalta que para uma alimentação ser saudável e adequada, ela deve advir de um sistema alimentar que seja justo tanto no aspecto social quanto no ambiental (Brasil, 2014). Os circuitos curtos de comercialização (CCC) revelam-se como importantes estratégias de fortalecimento das redes locais de produção e consumo, promovendo vínculos sociais e senso de pertencimento territorial. Ao favorecer o contato direto entre produtores(as) e consumidores(as), esses circuitos possibilitam o reconhecimento mútuo e a construção de relações baseadas na confiança, na transparência e na valorização da produção local. Em muitos casos, essas interações extrapolam a lógica comercial e geram laços comunitários (Rover; Darolt, 2021). Dessa forma, os circuitos curtos não apenas fortalecem os aspectos econômicos e ambientais dos sistemas alimentares, como também contribuem para a construção de dinâmicas mais justas, solidárias e sustentáveis de produção e consumo.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

3.1 Abordagens

Para alcançar o objetivo de analisar o perfil dos(as) consumidores(as) e suas preferências nas duas feiras de economia solidária e agricultura familiar situadas em Minas Gerais nas cidades de Viçosa e Muriaé, foi utilizada a abordagem quali-quantitativa que, para Prodanov e Freitas (2013, p. 70), “o ambiente natural é a fonte direta para coleta de dados e o pesquisador é o instrumento-chave”. Esse método não tem como objetivo principal enumerar ou medir eventos, mas sim explorar e compreender as percepções e experiências dos indivíduos em relação ao ambiente estudado.

A pesquisa possui caráter descritivo, exploratório e visa a análise do perfil e de elementos sociodemográficos dos(as) consumidores(as). Para Vergara (2004), a pesquisa descritiva apresenta características de uma população específica ou de um fenômeno específico. Também é possível estabelecer relações entre variáveis e gerar hipóteses sobre sua natureza. Além disso, essa abordagem permite captar as particularidades que permeiam o perfil desses consumidores, possuindo enfoque em elementos como o contexto social, motivações na escolha de seus produtos e as práticas dos(as) consumidores(as) durante as feiras.

No âmbito deste estudo, ressalta-se a natureza aplicada, que é definida por Prodanov e Freitas (2013, p. 51) como o objetivo de “gerar conhecimentos para aplicação prática dirigidos à solução de problemas específicos. Envolve verdades e interesses locais”. Dessa forma, pretende-se que esse seja um estudo que não tem um fim em si mesmo.

3.2 Instrumento de coleta de dados e avaliação

O presente trabalho integra o projeto intitulado "Agroecologia e sistemas alimentares localizados: inovações sociais na construção de circuitos curtos de comercialização", desenvolvido pela Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares (ITCP). O estudo foi financiado pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais (FAPEMIG) e obteve aprovação ética por meio do Parecer Consubstanciado do Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos (CEP), registrado sob o número 6.760.478 da Universidade Federal de Viçosa (UFV).

A abordagem metodológica adotada incluiu a observação direta, complementada pela aplicação de um questionário de entrevista (Apêndice 1), que contemplou perguntas objetivas e discursivas relacionadas a aspectos sociodemográficos, hábitos de consumo, preferências e critérios de escolha dos(as) consumidores(as). Cabe destacar que a amostra foi não probabilística, definida por conveniência, em função da disponibilidade e do envolvimento

dos(as) participantes com as feiras. As entrevistas com os(as) consumidores(as) foram realizadas de forma presencial, enquanto aquelas com as lideranças ocorreram de forma presencial e virtual, conforme a disponibilidade de cada participante.

Os dados históricos e contextuais das feiras foram obtidos por meio de entrevistas semi-estruturadas (Apêndice 2), realizadas com lideranças responsáveis pela organização e gestão das feiras de economia solidária e agricultura familiar. A pesquisa foi conduzida nos municípios de Viçosa e Muriaé, ambos localizados no estado de Minas Gerais.

Ao todo, foram entrevistadas 2 lideranças — 1 em Viçosa e 1 em Muriaé —, além de 39 consumidores, sendo 20 participantes em Viçosa e 19 em Muriaé. A coleta de dados se deu durante o período de 09/03/2024 à 23/04/2025, abrangendo tanto aspectos históricos e organizacionais das feiras quanto às motivações, preferências e hábitos de consumo dos frequentadores. Os dados foram obtidos por meio de um processo envolvendo uma equipe.

Os(as) consumidores(as) entrevistados(as) foram caracterizados com base em gênero, faixa etária, raça/cor, escolaridade, estado civil, frequência e tempo de participação na feira, produtos consumidos, conhecimento sobre os tipos de produtos comercializados e valor médio de gasto semanal. Esses aspectos compõem o perfil dos participantes e serão analisados ao longo do trabalho. As lideranças entrevistadas exercem funções estratégicas nas feiras: uma delas atua na coordenação e organização das atividades, enquanto a outra representa a articulação política. Ambas foram responsáveis por fornecer informações sobre o histórico das feiras, os desafios enfrentados e as estratégias adotadas na gestão desses espaços. A figura a seguir apresenta o perfil das lideranças entrevistadas.

Figura 1 - Perfil das lideranças entrevistadas.

Feira	Perfil da liderança	Participação na Feira
Feira Agroecológica de Muriaé	Mulher branca, 45 anos, agricultora familiar. Atualmente ocupa os cargos de Diretora-Presidenta da Cooperativa dos Produtores da Agricultura Familiar Solidária e de Secretária Municipal de Meio Ambiente e Sustentabilidade. Também é filiada ao Sindicato dos Trabalhadores Rurais de Muriaé.	Não ocupa espaço físico na feira atualmente, mas, por meio de sua atuação na Cooperativa e no Sindicato, exerce função de representação política e social.
Feira de Economia Solidária e Agricultura Familiar Quintal Solidário	Mulher branca, 51 anos, artesã. Integrante da Associação dos Artesãos de Viçosa (ADAV).	Coordenadora da feira.

Adaptado de: Freitas, 2025.

Após a pesquisa de campo e a busca nas bases de dados mencionadas anteriormente,

as informações coletadas foram organizadas em categorias específicas. Os dados quantitativos, oriundos das entrevistas com consumidores(as), foram tabulados em planilhas do Microsoft Excel, com o objetivo de sistematizar e possibilitar uma análise comparativa entre as variáveis sociodemográficas e as preferências de consumo. Esses resultados foram submetidos a uma análise descritiva, visando sintetizar e apresentar as informações de maneira clara e objetiva.

No que se refere aos dados qualitativos, provenientes principalmente das entrevistas semiestruturadas realizadas com as lideranças das feiras de economia solidária e agricultura familiar, estas foram gravadas e posteriormente transcritas na íntegra, utilizando o software Good Tape.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

As presentes seções a seguir apresentam os principais achados da pesquisa, estruturados em dois eixos analíticos: o histórico das feiras e os resultados obtidos por meio da sistematização das entrevistas com os consumidores(as). Inicialmente, é realizada a caracterização destes participantes, com base em variáveis como idade, gênero, raça e escolaridade. Em seguida, são analisadas as preferências dos consumidores(as) em relação aos tipos de produtos adquiridos, com ênfase na comparação entre itens orgânicos, agroecológicos e convencionais comercializados nas feiras da região.

4.1 Histórico das feiras

4.1.1 Feira de Economia Solidária e Agricultura Familiar Quintal Solidário

A Feira de Economia Solidária e Agricultura Familiar - Quintal Solidário ocorre semanalmente, às quartas-feiras, na Vila Giannetti, nº 52, no campus da Universidade Federal de Viçosa (UFV), em Minas Gerais. Sua localização, em um ambiente acadêmico, vinculado a atividades de ensino, pesquisa e extensão, confere-lhe uma singularidade, pois a feira configura-se como um espaço formativo, vinculado com o fortalecimento da agricultura familiar, da economia solidária, da agroecologia, da valorização do comércio local e dos circuitos curtos de comercialização.

O Quintal Solidário iniciou suas atividades em 2016 após a realização da Feira Regional de Economia Popular Solidária, em Viçosa, onde foi evidenciada a demanda por um

espaço permanente destinado à comercialização de produtos oriundos da economia solidária. Essa necessidade foi inicialmente manifestada pelos grupos incubados pela Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares da Universidade Federal de Viçosa (ITCP-UFV). Conforme discutido por Costa et al. (2019), a Feira Quintal Solidário foi efetivamente criada em 2016, por meio de uma parceria entre a Seção Sindical dos Docentes da UFV (ASPUV) e o programa de extensão da ITCP-UFV.

A ASPUV disponibilizou sua sede, viabilizando assim a instalação da feira, configurando-se como um apoio fundamental para sua consolidação da iniciativa. A Incubadora em parceria com outros projetos e organizações contribuiu para a organização da feira. A feira articula-se ainda com diversos parceiros institucionais, tais como a Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares (ITCP-UFV), a Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural (EMATER), o Serviço de Vigilância Sanitária de Viçosa, a Associação de Artesãos e Produtores de Alimentos Caseiros da Região de Viçosa (ADAPAC), o Centro de Tecnologias Alternativas da Zona da Mata (CTA-ZM), a Rede Raízes da Mata, o Projeto de Extensão da Feira Agroecológica e Cultural da Violeira da UFV e com o Departamento de Nutrição e Saúde da UFV (Costa et al., 2019).

Inicialmente, as atividades ocorriam quinzenalmente, mas, após alguns meses, a periodicidade passou a ser semanal, acompanhando o crescimento da demanda. No início, a ASPUV atuava como realizadora da feira, juntamente com a ITCP-UFV, posteriormente, passou a desempenhar a função de apoiadora, papel que mantém até os dias atuais. Além de ceder a infraestrutura necessária, o sindicato contou com o suporte de diversos projetos de extensão da universidade, fortalecendo a dimensão acadêmica da iniciativa.

Durante o período da pandemia de COVID-19, a Feira Quintal Solidário precisou interromper suas atividades, assim como muitas outras iniciativas de comercialização ao redor do mundo. Diante desse cenário desafiador, alguns(mas) expositores(as) precisaram buscar alternativas para complementar sua renda. Alguns(mas) optaram por buscar oportunidades de trabalho em outras áreas, enquanto outros(as) investiram em estratégias de entrega por meio de pedidos via *WhatsApp*, adaptando-se ao novo contexto de distanciamento social.

Atualmente, a feira reúne grupos de expositores(as) organizados em diferentes segmentos produtivos, como hortifrutigranjeiros, artesanato e alimentos processados. A distribuição ocorre entre 23 feirantes, dos quais 9 atuam com artesanato, 6 com alimentos processados, 4 com hortifrúti e 4 em outras categorias de produtos. Essa diversidade evidencia a pluralidade de nichos presentes na feira e permite compreender melhor a composição

dos(as) expositores(as), bem como a oferta de produtos disponibilizada ao público consumidor.

A seguir, para ilustrar o ambiente e a dinâmica da Feira de Economia Solidária e Agricultura Familiar - Feira Quintal Solidário, é apresentada uma fotografia representativa do espaço onde as atividades são realizadas. A imagem foi registrada em 28 de maio de 2025, no campus da Universidade Federal de Viçosa.

Figura 2 – Feira Quintal Solidário no Campus da UFV



Fonte: Tsuyoshi, 2025.

A Feira Quintal Solidário é impulsionada por diferentes atores sociais, entre eles a universidade, o sindicato docente, projetos de extensão e instituições parceiras, que atuam de forma articulada para sua consolidação e continuidade. Realizada em um espaço fechado pertencente à seção sindical, embora situado dentro do campus universitário, a feira demanda esforços contínuos de divulgação e a implementação de estratégias atrativas para garantir o acesso e a participação do público.

4.1.2 Feira Agroecológica de Muriaé

A Feira Agroecológica de Muriaé integra a história de consolidação da agroecologia no município, refletindo a atuação conjunta de movimentos sociais, instituições educacionais, organizações sindicais e religiosas. A adoção de práticas agroecológicas na região tem raízes nas décadas anteriores, com destaque para o apoio do Centro de Tecnologias Alternativas da Zona da Mata (CTA-ZM) desde os anos 1990, que contribuiu para a socialização de

conhecimentos e saberes e fortalecimento da agroecologia.

A origem da feira está vinculada a um curso realizado antes de sua formalização. A partir das atividades do curso, passaram a ser realizadas feiras esporádicas como forma de vivência prática e avaliação da receptividade do público urbano, além da comercialização por meio de cestas agroecológicas entregues diretamente aos consumidores(as). Naquele período, a comercialização dos alimentos ocorria por meio de cestas agroecológicas entregues via delivery e por feiras esporádicas, com o intuito de avaliar a aceitação do público urbano. Em 2016, essas iniciativas foram intensificadas com o envolvimento do Instituto Federal, por meio do Programa Nacional de Educação do Campo (Pronacampo), em parceria com a Cooperativa dos Produtores da Agricultura Familiar Solidária (Coopaf) e o Sindicato dos Trabalhadores Rurais. A partir desses diálogos, surgiram articulações voltadas à organização da produção e à criação de espaços permanentes de comercialização.

A feira foi oficialmente inaugurada em 2018, com apoio da Igreja Católica, no pátio da Igreja da Barra, reunindo aproximadamente 17 barracas de agricultores(as) familiares da região. Em agosto de 2019, após maior reconhecimento institucional, a feira foi transferida para a Praça do Trabalhador, estabelecendo-se como ponto fixo de comercialização até o início da pandemia de COVID-19.

Com a suspensão das atividades presenciais durante o período pandêmico, o grupo retomou o modelo de entrega de cestas, chegando a distribuir mais de 50 unidades por semana em 2020. A retomada gradual das feiras em 2021 foi acompanhada de desafios relacionados à infraestrutura, ao transporte e à reorganização do espaço físico. Por um período, as atividades retornaram ao pátio da Igreja da Barra, com posterior reinstalação na Praça do Trabalhador em 2022.

Na Feira Agroecológica de Muriaé, foram entrevistados(as) 8 feirantes. Todos(as) atuam na produção e comercialização de hortifrutigranjeiros, sendo que 2 também oferecem alimentos processados. Não foi identificada, entre os(as) entrevistados(as), a presença de expositores(as) vinculados(as) ao segmento de artesanato. A predominância de produtos hortifrutigranjeiros sugere uma ênfase na oferta de alimentos frescos e agroecológicos.

Em articulação com o poder público municipal, houve a proposta de ampliação das feiras para outros bairros, resultando na criação de dois pontos simultâneos de comercialização: às quartas-feiras, na Praça São Paulo, e às sextas-feiras, na Praça do Trabalhador. Contudo, a sobrecarga de trabalho, os custos logísticos e a distância das propriedades rurais tornaram a expansão insustentável para muitos participantes. Atualmente, os feirantes se organizam de maneira colaborativa e rotativa, compartilhando produtos e

espaços nos dois pontos de venda, o que permite manter a presença da feira em ambas as localidades de forma mais equilibrada. Com a finalidade de proporcionar uma representação visual do espaço e das atividades desenvolvidas na Feira Agroecológica de Muriaé, apresenta-se, a seguir, uma fotografia capturada no dia 10 de abril de 2024, o registro foi realizado durante as entrevistas presenciais com consumidores(as).

Figura 3 – Feira Agroecológica de Muriaé (Praça do Trabalhador)



Fonte: Acervo pessoal, 2024.

Figura 4 – Feira Agroecológica de Muriaé (Praça São Paulo)



Fonte: Página da Feira Agroecológica de Muriaé no Instagram².

² Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CorcaJguiHq/?img_index=1>. Acesso em 30 jun. 2025.

As experiências analisadas nas feiras de Viçosa e de Muriaé apresentam elementos que dialogam com as características atribuídas aos circuitos curtos de comercialização. Em ambas iniciativas, observa-se uma aproximação entre produtores(as) e consumidores(as), o que tende a favorecer relações de confiança e maior valorização da produção local. Embora operem em contextos distintos — um em espaço público e outro em ambiente universitário —, ambas contribuem para diversificar os canais de comercialização e ampliar o acesso a alimentos produzidos por agricultores familiares. Como aponta Silva, Costa e Priore (2019):

Os circuitos curtos de comercialização aproximam produtor e consumidor, e, no caso dos alimentos, promovem uma reorganização dos sistemas agroalimentares, já que essencialmente são administrados por poucas redes varejistas transnacionais. A venda direta de alimentos tem se desenvolvido no Brasil junto a políticas públicas no campo da segurança alimentar e nutricional, agroecologia e economia solidária. Famílias da agricultura familiar têm ocupado os espaços de compras institucionais, feiras, cestas agroecológicas e comunidades que sustentam a agricultura (CSA), por exemplo. No caso das feiras, observa-se que elas proporcionam intercâmbios entre a ciência e a prática, construindo redes que permitem o fortalecimento de todos os envolvidos (agricultor familiar, empreendimentos solidários e consumidores) (Silva; Costa; Priore, p. 223-224, 2019).

Concluída a apresentação do contexto histórico e organizacional das feiras analisadas, a próxima seção se dedica à caracterização dos(as) consumidores(as), com foco em seus perfis, motivações e preferências de consumo.

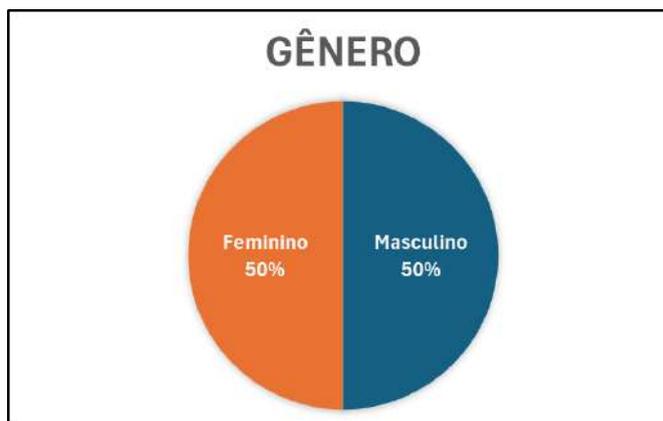
4.2 PERFIL DOS(AS) CONSUMIDORES(AS)

A presente seção tem como finalidade caracterizar o perfil dos(as) consumidores(as) entrevistados(as) nas feiras realizadas nos municípios de Viçosa e Muriaé, em Minas Gerais. Ao todo, foram entrevistados 39 consumidores, sendo 20 participantes da Feira Quintal Solidário e 19 da feira do município de Muriaé. Para garantir a confidencialidade das informações, os(as) participantes foram codificados por números, sendo referenciados ao longo da análise apenas por identificadores numéricos (exemplo: Participante 1, Participante 2, etc.). Os(as) consumidores(as) foram caracterizados com base em variáveis sociodemográficas relevantes à pesquisa, tais como gênero, faixa etária, raça/cor, nível de escolaridade, preferências de consumo entre produtos orgânicos, agroecológicos e convencionais, e com quem costumam frequentar a feira. A sistematização desses dados visa subsidiar a análise comparativa dos perfis e das práticas de consumo observadas nos diferentes contextos das feiras estudadas.

4.2.1 Perfil dos consumidores da Feira de Economia Solidária e Agricultura Familiar Quintal Solidário.

A caracterização dos(as) consumidores(as) da Feira Quintal Solidário baseia-se em uma amostra não probabilística composta por 20 participantes, frequentadores do espaço localizado no campus da Universidade Federal de Viçosa (UFV). Os dados foram organizados a partir de variáveis sociodemográficas e comportamentais, como gênero, faixa etária, raça/cor, escolaridade, estado civil, frequência de participação, tempo de vínculo com a feira, tipo de produtos consumidos, preferência por produtos agroecológicos e orgânicos, além do valor médio semanal gasto. A sistematização dessas informações visa compreender como o ambiente universitário e institucional da feira pode influenciar os perfis e práticas de consumo observados nesse contexto específico.

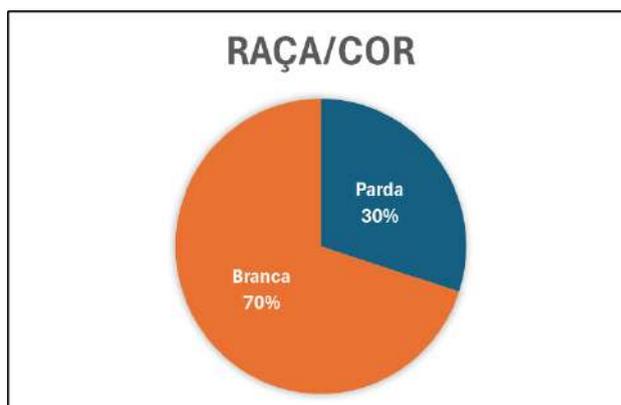
Gráfico 1 - Gênero dos(as) consumidores(as) entrevistados na Feira de Economia Solidária e Agricultura Familiar - Quintal Solidário.



Fonte: Elaboração própria.

A distribuição por gênero entre os respondentes revelou-se equilibrada, sendo 50% do sexo feminino e 50% do sexo masculino. Essa paridade pode estar relacionada a diferentes fatores contextuais, como a localização da feira em um ambiente universitário, que tende a reunir públicos diversos em termos de gênero.

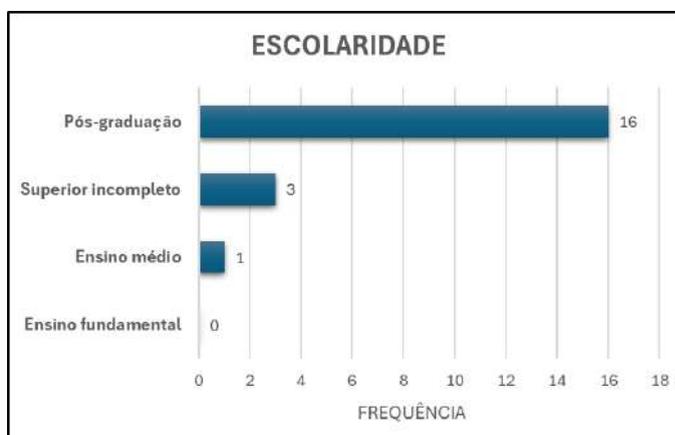
Gráfico 2 - Raça/Cor dos(as) consumidores(as) entrevistados na Feira de Economia Solidária e Agricultura Familiar - Quintal Solidário.



Fonte: Elaboração própria.

Quanto à autodeclaração de raça/cor, observou-se que 70% dos participantes se identificaram como brancos, enquanto 30% se declararam pardos. A ausência de respondentes que se identificassem com outras categorias (como pretos, indígenas ou amarelos) pode refletir o perfil de frequentadores da feira no período da coleta.

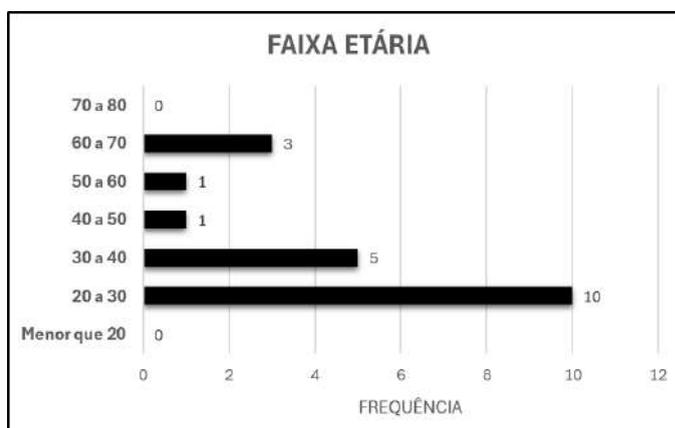
Gráfico 3 - Escolaridade dos(as) consumidores(as) entrevistados na Feira de Economia Solidária e Agricultura Familiar - Quintal Solidário.



Fonte: Elaboração própria.

Em relação ao nível de escolaridade, 80% dos participantes afirmaram possuir ensino superior completo com pós-graduação, 15% ensino superior incompleto e 5% ensino médio completo. A predominância de pessoas com ensino superior pode estar associada ao contexto institucional da feira, realizada no campus de uma universidade federal.

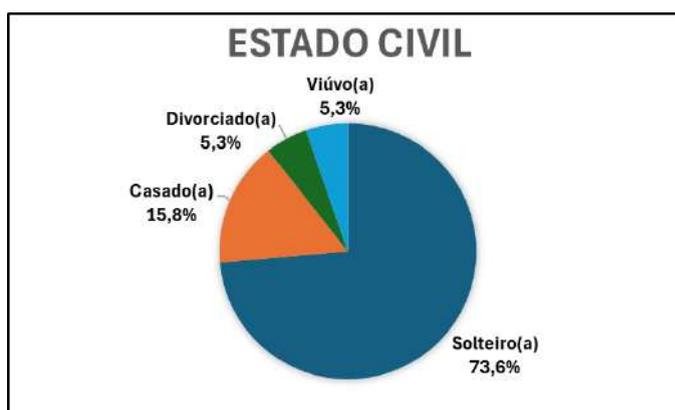
Gráfico 4 - Faixa etária dos(as) consumidores(as) entrevistados na Feira de Economia Solidária e Agricultura Familiar - Quintal Solidário.



Fonte: Elaboração própria.

A faixa etária predominante entre os entrevistados concentra-se entre 20 e 39 anos, abrangendo 70% da amostra. Os demais 30% distribuem-se entre outras faixas etárias, não especificadas neste recorte. A presença majoritária de jovens adultos pode estar associada à inserção da feira em um espaço universitário, frequentado por estudantes e professores universitários.

Gráfico 5 - Estado civil dos(as) consumidores(as) entrevistados na Feira de Economia Solidária e Agricultura Familiar - Quintal Solidário.



Fonte: Elaboração própria.

No que se refere ao estado civil, 73,7% dos entrevistados se declararam solteiros, 15,8% casados e 10,5% viúvos ou divorciados. A predominância de pessoas solteiras pode

estar vinculada ao perfil etário da amostra, majoritariamente composta por indivíduos entre 20 e 39 anos.

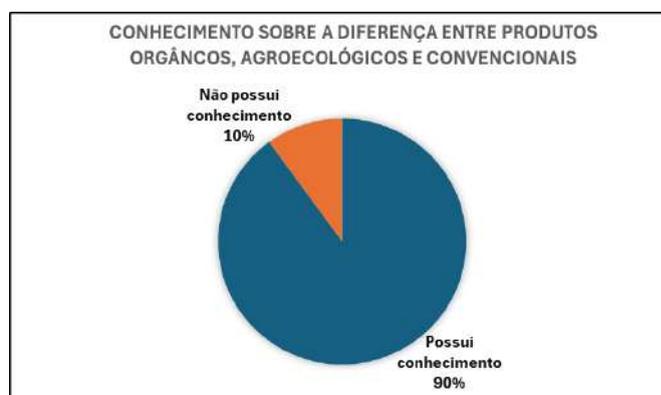
Gráfico 6 - Acompanhantes dos(as) consumidores(as) entrevistados na Feira de Economia Solidária e Agricultura Familiar – Quintal Solidário.



Fonte: Elaboração própria.

Em relação à companhia com que os entrevistados costumam frequentar a feira, 50% declararam ir acompanhados de amigos, 40% com familiares e 10% sozinhos. A presença expressiva de participantes que frequentam a feira com amigos pode estar relacionada ao fato de que a feira ocorre dentro do campus da Universidade Federal de Viçosa, um ambiente em que a convivência entre estudantes e membros da comunidade acadêmica tende a favorecer esse tipo de interação social.

Gráfico 7 - Conhecimento dos(as) consumidores(as) entrevistados sobre produtos orgânicos, agroecológicos e convencionais na Feira de Economia Solidária e Agricultura Familiar – Quintal Solidário.



Fonte: Elaboração própria.

Em relação ao conhecimento sobre as diferenças entre produtos orgânicos, agroecológicos e convencionais, 90% dos respondentes afirmaram ter esse conhecimento, enquanto 10% declararam não possuir. Esse alto índice pode estar relacionado ao ambiente em que a feira ocorre, com forte presença de ações de extensão e formação promovidas pela universidade.

Gráfico 8 - Preferência dos(as) consumidores(as) entrevistados por produtos orgânicos, agroecológicos e convencionais na Feira de Economia Solidária e Agricultura Familiar – Quintal Solidário.



Fonte: Elaboração própria.

No que se refere à preferência de consumo, observa-se que 80% dos entrevistados declararam optar por produtos orgânicos e agroecológicos, enquanto 20% afirmaram não ter preferência específica entre os tipos de produto. Esse dado, embora não permita generalizações, pode ser compreendido à luz do contexto no qual a feira está inserida. Realizada em um ambiente universitário, a Feira Quintal Solidário é atravessada por práticas educativas, extensionistas e debates sobre sustentabilidade, o que pode influenciar as percepções e escolhas dos consumidores que a frequentam.

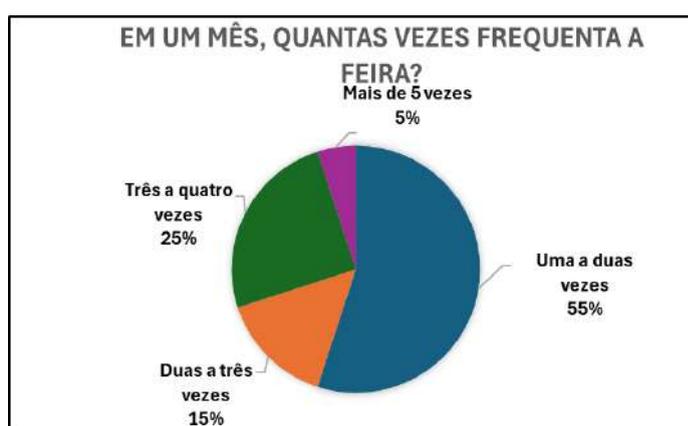
Gráfico 9 - Tempo de frequência dos(as) consumidores(as) entrevistados à Feira de Economia Solidária e Agricultura Familiar – Quintal Solidário.



Fonte: Elaboração própria.

No que se refere ao tempo de frequência à feira, observa-se uma distribuição relativamente equilibrada entre os diferentes intervalos de tempo. Do total de entrevistados, 20% frequentam a feira há menos de um ano, 15% entre um e dois anos, outros 20% entre dois e quatro anos, 20% entre quatro e seis anos, e 25% há mais de seis anos. Esses dados indicam a presença de um público diversificado, tanto em termos de engajamento recente quanto de participação contínua ao longo do tempo. Tal configuração pode estar associada à consolidação da feira como espaço de comercialização e interação social, bem como à sua localização em ambiente universitário, que pode favorecer a renovação constante do público.

Gráfico 10 - Frequência mensal dos(as) consumidores entrevistados na Feira de Economia Solidária e Agricultura Familiar – Quintal Solidário.



Fonte: Elaboração própria.

Quanto à frequência mensal de participação na feira, a maioria dos(as) entrevistados(as) declarou frequentar o espaço entre uma e duas vezes por mês (55%). Outros 25% relataram visitar a feira de três a quatro vezes por mês, enquanto 15% afirmaram ir de

duas a três vezes no mesmo período. Apenas 5% mencionaram frequentar mais de cinco vezes por mês, e nenhum(a) participante indicou comparecer entre quatro e cinco vezes. Essa distribuição sugere um padrão de frequência mais esporádico entre os respondentes, possivelmente vinculado à periodicidade do evento, aos hábitos de consumo ou à rotina dos consumidores no contexto universitário.

Gráfico 11 - Produtos consumidos com maior frequência pelos(as) consumidores(as) entrevistados na Feira de Economia Solidária e Agricultura Familiar – Quintal Solidário.



Fonte: Elaboração própria.

Entre os produtos mencionados pelos(as) entrevistados(as) da Feira Quintal Solidário, os mais consumidos foram hortifruti (70%), seguidos por processados (55%), bebidas (50%), produtos de higiene (30%) e artesanato (15%). Esses dados indicam uma predominância de consumo voltado a alimentos frescos e, em menor grau, a itens artesanais e de uso cotidiano.

Gráfico 12 - Valor médio semanal gasto pelos(as) consumidores(as) entrevistados na Feira de Economia Solidária e Agricultura Familiar – Quintal Solidário.



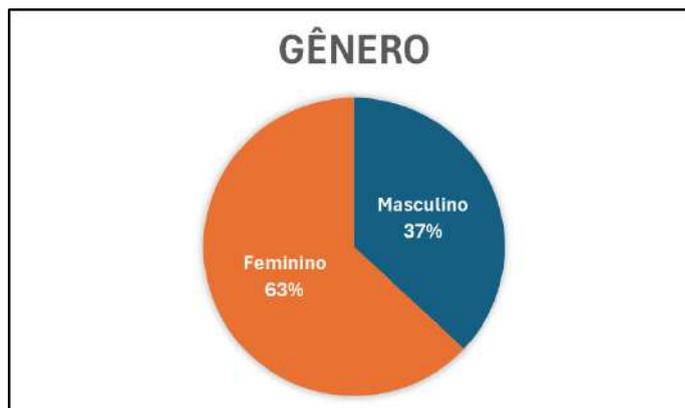
Fonte: Elaboração própria.

Em relação ao valor médio gasto semanalmente na feira, os dados indicam variações entre os(as) consumidores(as), com concentrações em faixas de menor valor. Essa diversidade pode estar relacionada a diferentes fatores, como a finalidade da compra (complementar ou principal), o perfil socioeconômico dos(as) participantes e a frequência com que frequentam a feira. Como a pesquisa foi conduzida em um espaço universitário, é possível que parte dos(as) consumidores(as) realize compras pontuais ou direcionadas a itens específicos, o que pode impactar os valores informados.

4.2.2 Feira Agroecológica de Muriaé

Esta subseção apresenta o perfil dos(as) consumidores(as) entrevistados(as) da Feira Agroecológica de Muriaé, com base em uma amostra não probabilística composta por 19 participantes. A caracterização foi realizada a partir de variáveis sociodemográficas e comportamentais, incluindo gênero, faixa etária, raça/cor, escolaridade, estado civil, frequência e tempo de participação na feira, produtos consumidos, conhecimento sobre os tipos de produtos comercializados e valor médio de gasto semanal. A sistematização desses dados visa subsidiar a análise das práticas de consumo e compreender as especificidades do público que frequenta essa feira, localizada em espaço urbano público e não vinculado diretamente ao contexto universitário.

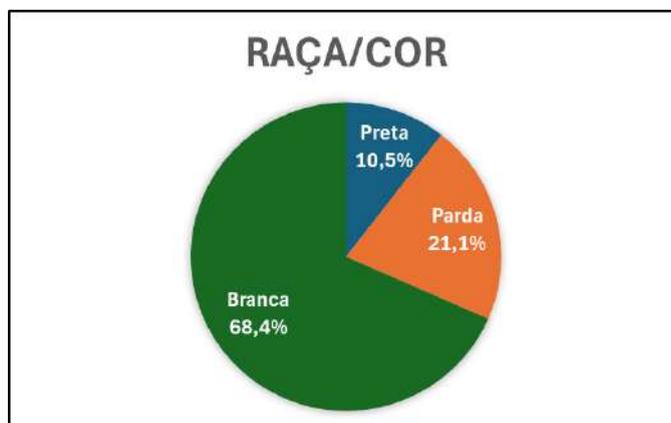
Gráfico 13 - Gênero dos(as) consumidores(as) entrevistados na Feira Agroecológica de Muriaé.



Fonte: Elaboração própria.

A composição da amostra revelou uma predominância de participantes do sexo feminino, que corresponderam a 63% dos respondentes, enquanto os homens representaram 37%. Essa distribuição pode estar relacionada a características específicas do público que frequenta a Feira Agroecológica de Muriaé, refletindo, possivelmente, o perfil de engajamento com práticas de consumo vinculadas ao espaço da feira no momento da coleta.

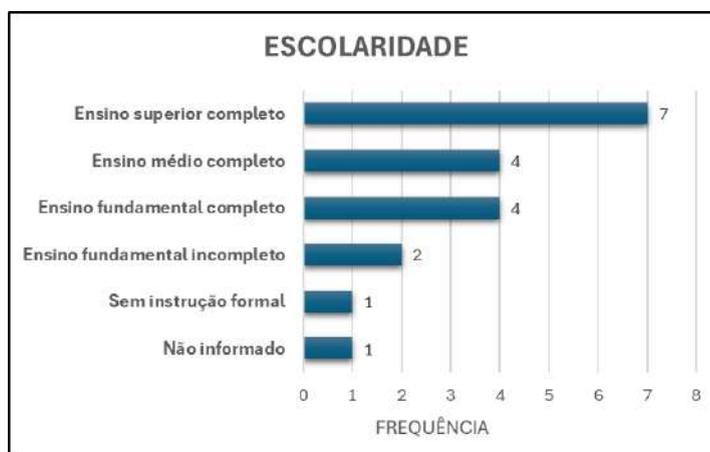
Gráfico 14 - Raça/Cor dos(as) consumidores(as) entrevistados na Feira Agroecológica de Muriaé.



Fonte: Elaboração própria.

No que se refere à autodeclaração de raça/cor, 68,4% dos participantes se identificaram como brancos, 21,1% como pardos e 10,5% como pretos. A presença de diversidade racial na amostra, ainda que limitada, sugere a participação de diferentes grupos sociais no espaço da feira.

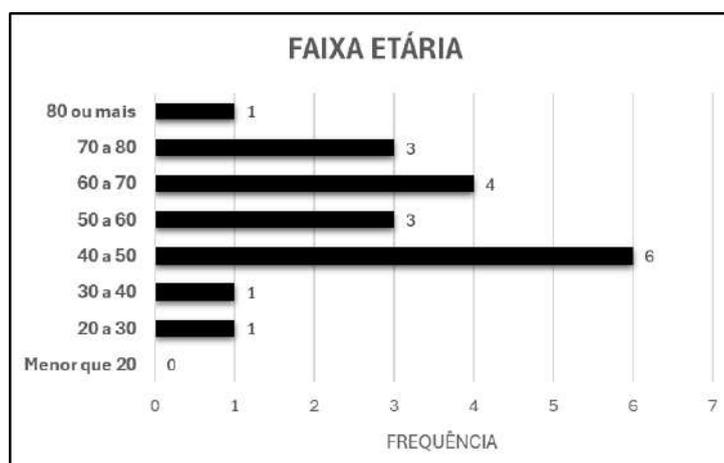
Gráfico 15 - Escolaridade dos(as) consumidores(as) entrevistados na Feira Agroecológica de Muriaé.



Fonte: Elaboração própria.

Os níveis de escolaridade entre os entrevistados mostraram-se variados: 38,9% possuem ensino superior completo, 22,2% ensino médio completo, 22,2% ensino fundamental incompleto, 11,1% ensino fundamental completo e 5,6% não possuem escolarização formal. Um dos participantes (5,3%) optou por não informar. Essa distribuição aponta para uma composição heterogênea em termos de trajetória educacional, o que pode indicar que a feira tem potencial de diálogo com diferentes segmentos da população urbana local.

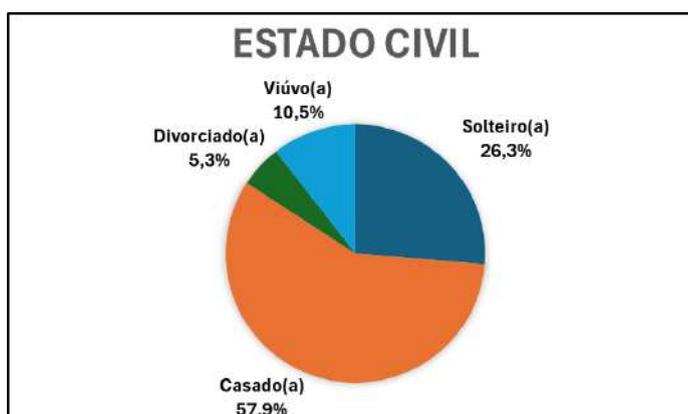
Gráfico 16 - Faixa etária dos(as) consumidores(as) entrevistados na Feira Agroecológica de Muriaé.



Fonte: Elaboração própria.

As idades dos(as) entrevistados(as) variaram amplamente. Entre as mulheres, a faixa etária foi de 22 a 80 anos, com média de 52,2 anos; entre os homens, de 43 a 81 anos, com média de 58 anos. A diversidade etária observada pode indicar que a feira atrai consumidores(as) de diferentes gerações, o que contribui para a sua caracterização como espaço intergeracional de convivência e consumo.

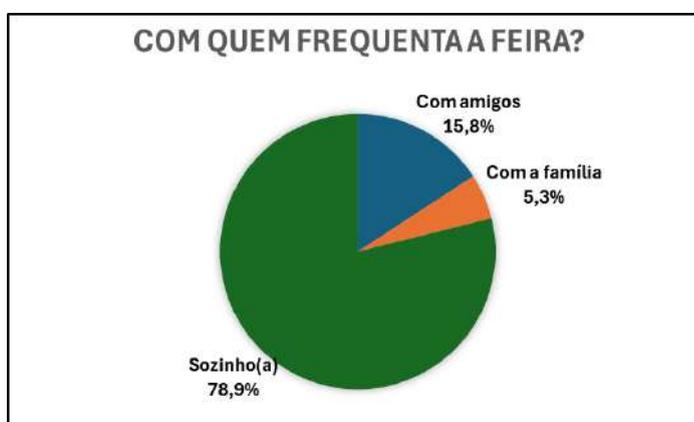
Gráfico 17 - Estado civil dos(as) consumidores(as) entrevistados na Feira Agroecológica de Muriaé.



Fonte: Elaboração própria.

Com relação ao estado civil, 57,9% dos(as) participantes se declararam casados(as), 26,3% solteiros(as), 10,5% viúvos(as) e 5,3% divorciados(as). A predominância de pessoas casadas pode estar associada à faixa etária predominante na amostra.

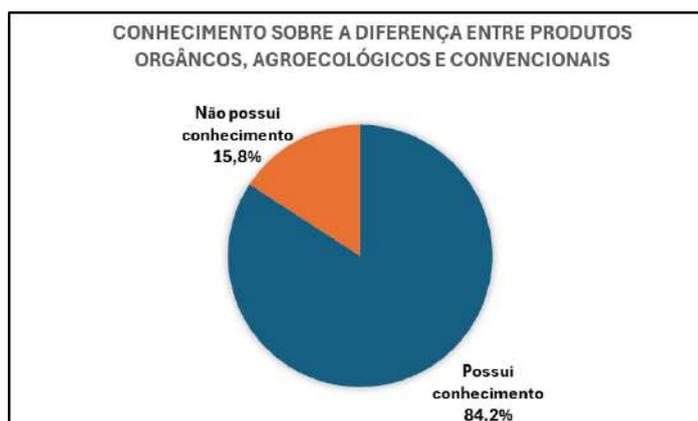
Gráfico 18 - Acompanhantes dos(as) consumidores(as) entrevistados na Feira Agroecológica de Muriaé.



Fonte: Elaboração própria.

A maioria dos(as) consumidores(as) afirmou frequentar a feira sozinho(as) (78,9%), enquanto 15,8% relataram ir acompanhados(as) de amigos e 5,3% com familiares. A recorrência de visitas individuais pode estar associada a rotinas de compra mais objetivas e autônomas, frequentemente observadas em feiras urbanas.

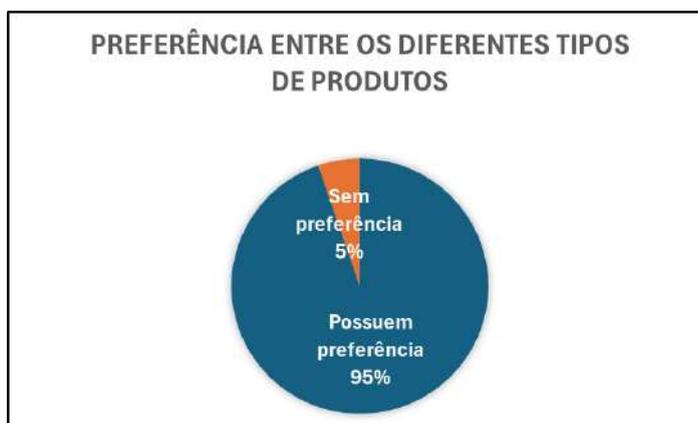
Gráfico 19 - Conhecimento dos(as) consumidores(as) entrevistados sobre produtos orgânicos, agroecológicos e convencionais na Feira Agroecológica de Muriaé.



Fonte: Elaboração própria.

No que tange ao conhecimento sobre as diferenças entre produtos orgânicos, agroecológicos e convencionais, 84,2% dos(as) participantes afirmaram possuir esse conhecimento, e 15,8% afirmaram não ter. Esse resultado indica que uma parcela significativa dos(as) participantes declara reconhecer as distinções entre produtos orgânicos, agroecológicos e convencionais.

Gráfico 20 - Preferência dos(as) consumidores(as) entrevistados por produtos orgânicos, agroecológicos e convencionais na Feira Agroecológica de Muriaé.



Fonte: Elaboração própria.

Em relação à preferência de consumo, 95% dos(as) entrevistados(as) demonstraram preferência por produtos orgânicos e agroecológicos, enquanto 5% não indicaram qualquer preferência específica. A valorização desses produtos pode estar relacionada à busca por alimentos mais saudáveis e produzidos de forma sustentável, elementos frequentemente presentes nas feiras agroecológicas.

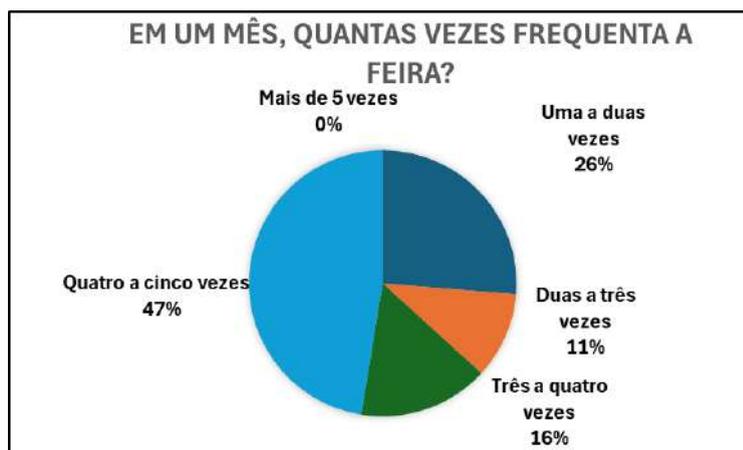
Gráfico 21 - Tempo de frequência dos(as) consumidores(as) entrevistados à Feira Agroecológica de Muriaé.



Fonte: Elaboração própria.

Em relação ao tempo de frequência à Feira Agroecológica de Muriaé, os dados indicam que 26% dos(as) entrevistados(as) frequentam o espaço há menos de um ano, 32% entre um e dois anos, 16% entre dois e quatro anos, e 26% entre quatro e seis anos. Nenhum(a) participante declarou frequentar a feira há mais de seis anos. Essa distribuição sugere uma predominância de consumidores(as) com vínculo recente ou intermediário com a feira, o que pode estar relacionado à expansão das atividades de comercialização nos últimos anos ou à inserção de novos públicos no contexto urbano local.

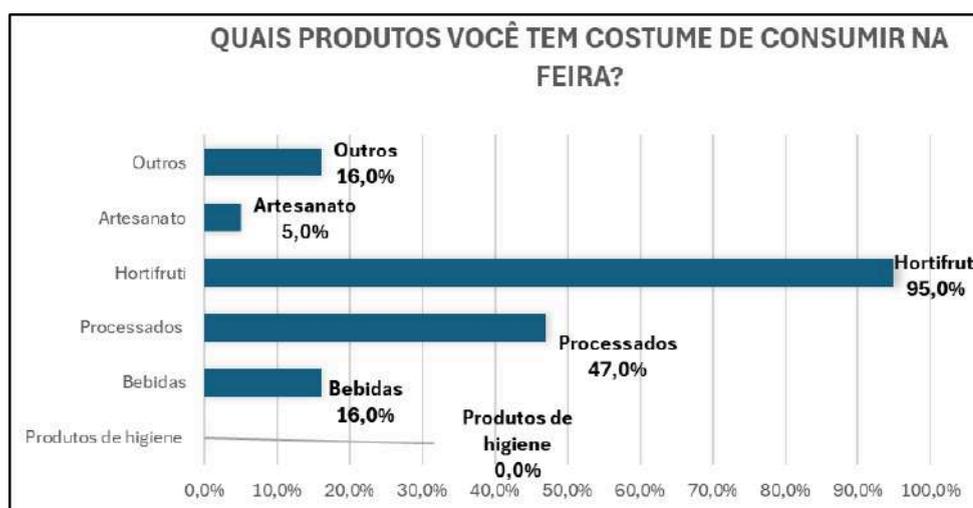
Gráfico 22 - Frequência mensal dos(as) consumidores entrevistados na Feira Agroecológica de Muriaé.



Fonte: Elaboração própria.

Em relação à frequência mensal de participação na Feira Agroecológica de Muriaé, observa-se que 47% dos(as) entrevistados(as) frequentam a feira entre quatro e cinco vezes por mês. Outros 26% relataram participar de uma a duas vezes ao mês, 16% entre três e quatro vezes, e 11% de duas a três vezes. Nenhum(a) participante indicou frequentar a feira mais de cinco vezes por mês. A maior concentração de respondentes na faixa de quatro a cinco visitas mensais pode sugerir um padrão de consumo mais regular e integrado à rotina dos(as) frequentadores(as), possivelmente associado ao caráter semanal da feira.

Gráfico 23 - Produtos consumidos com maior frequência pelos(as) consumidores(as) entrevistados na Feira Agroecológica de Muriaé.



Fonte: Elaboração própria.

No que se refere aos produtos consumidos na Feira Agroecológica de Muriaé, observa-se que os itens hortifrutigranjeiros foram mencionados por 95% dos(as) entrevistados(as), seguidos por alimentos processados (47%), bebidas (16%), itens classificados como “outros” (16%) e artesanato (5%). Nenhum(a) participante indicou consumir produtos de higiene. Cabe destacar que, embora uma pessoa tenha mencionado o consumo de artesanato, não foi identificada a presença de expositores(as) desse segmento na feira no momento da realização da pesquisa.

Gráfico 24 -Valor médio semanal gasto pelos(as) consumidores(as) entrevistados na Feira Agroecológica de Muriaé.



Fonte: Elaboração própria.

No que se refere ao valor médio semanal gasto pelos(as) consumidores(as) na Feira Agroecológica de Muriaé, observa-se uma distribuição bastante dispersa entre diferentes faixas de consumo. A maior concentração foi registrada na faixa de R\$ 50,00 (16%), seguida por faixas como R\$ 15,00, R\$ 20,00, R\$ 60,00, R\$ 100,00 e R\$ 150,00, todas com 11% das respostas. Valores mais elevados, como R\$ 170,00, R\$ 200,00, R\$ 300,00 e R\$ 400,00, também foram mencionados, embora por uma parcela menor dos participantes (5% cada). Essa variação pode refletir diferenças nos perfis de compra e nas necessidades individuais dos(as) consumidores(as), como o tamanho da família, renda, a frequência de ida à feira e a função da feira no abastecimento doméstico.

A seguir, apresenta-se uma tabela comparativa entre a Feira Quintal Solidário e a Feira Agroecológica de Muriaé, com o objetivo de evidenciar semelhanças e diferenças quanto à organização, aos produtos comercializados, à periodicidade e ao perfil dos expositores(as). A

comparação permite compreender melhor as particularidades de cada iniciativa e seu papel dentro dos circuitos curtos de comercialização na região.

A seguir, apresenta-se a Tabela 5, que compara aspectos centrais das feiras Quintal Solidário e Agroecológica de Muriaé, com foco no perfil dos(as) consumidores(as), na frequência à feira, nos produtos mais consumidos e nas preferências entre produtos orgânicos, agroecológicos e convencionais. A intenção é evidenciar as semelhanças e distinções entre as duas iniciativas, considerando seus contextos institucionais, formatos organizativos e inserções territoriais.

Figura 5 – Tabela comparativa entre as feiras Quintal Solidário e Agroecológica de Muriaé

Aspectos	Feira Quintal Solidário (Viçosa)	Feira Agroecológica de Muriaé
Localização	Campus Universitário	Espaço público urbano
Perfil dos consumidores	Jovens adultos, maioria com ensino superior	Diversidade etária, maioria casados
Escolaridade	80% ensino superior completo com pós-graduação	Variedade de níveis (superior, médio e fundamental)
Frequência na feira	Majoritariamente acompanhado de amigos	Majoria frequenta sozinho
Produtos mais consumidos	Hortifrúti (70%), processados, bebidas, higiene e artesanato	Hortifrúti (95%), processados e bebidas
Valor médio gasto	Concentração em faixas de valores menores (Entre R\$15,00 a R\$60,00)	Grande dispersão de valores (Entre R\$15,00 a R\$400,00)
Possui preferência	Sim	Não
Preferências entre produtos orgânicos, agroecológicos e convencionais	80% possui preferência	95% possui preferência

Fonte: Elaboração própria.

O perfil dos(as) consumidores(as) entrevistados(as) na Feira Agroecológica de Muriaé revela características que podem estar associadas tanto ao contexto urbano em que a feira se localiza quanto à sua trajetória de construção enquanto espaço público de comercialização. A diversidade observada em relação às faixas etárias sugere que a feira atrai um público amplo. A distribuição dos níveis de escolaridade indica a presença de consumidores(as) com diferentes percursos educacionais, o que pode refletir uma maior abertura da feira para distintos segmentos da população local. A preferência expressiva por produtos orgânicos e agroecológicos, relatada pela maioria dos participantes, aponta para uma valorização desses alimentos no contexto regional. Quanto aos produtos mais consumidos, destacam-se os

hortifrutigranjeiros, mencionados por 95% dos(as) respondentes, seguidos por alimentos processados, bebidas e outros itens. Artesanato foi pouco citado, e nenhum(a) participante mencionou produtos de higiene, o que pode indicar uma relação mais prática e funcional com a feira, centrada no abastecimento de alimentos frescos.

A feira de Viçosa, situada no campus universitário, tende a atrair predominantemente participantes ligados à comunidade acadêmica, enquanto a feira de Muriaé, localizada em espaço público urbano, apresenta maior diversidade de perfis, possivelmente em razão de sua acessibilidade e visibilidade no contexto da cidade. Em ambas as feiras, contudo, observa-se um interesse consistente por produtos orgânicos e agroecológicos, indicando que esses espaços vêm contribuindo para incentivar práticas de consumo mais conscientes e para valorizar a produção local. Na Feira Quintal Solidário, além da predominância do consumo de hortifrutis (70%), também foram mencionados com frequência alimentos processados, bebidas e produtos de higiene. Artesanato, embora presente, apareceu com menor expressividade. É possível que essa baixa demanda esteja relacionada ao modo como a feira se configura enquanto espaço de socialização, mais do que exclusivamente de abastecimento, o que pode influenciar os tipos de produtos priorizados pelos frequentadores.

Uma diferença importante entre as feiras refere-se à composição dos segmentos produtivos comercializados: enquanto a feira de Viçosa conta com expositores(as) de hortifrutis, alimentos processados e artesanato, a feira de Muriaé é composta majoritariamente por produtores(as) de hortifrutis, com presença pontual de alimentos processados e ausência de comercialização de artesanato no momento da pesquisa. Essa distinção pode refletir tanto a natureza do público atendido quanto os objetivos institucionais e o grau de articulação com iniciativas de extensão ou economia solidária em cada território.

De modo geral, a análise dos perfis dos(as) consumidores(as) das duas feiras permite observar que o contexto de realização de cada iniciativa influencia diretamente a composição de seus públicos. Essa relação evidencia a importância dos espaços de comercialização na mediação entre produção e consumo, demonstrando que aspectos como localização, acessibilidade e inserção institucional exercem papel determinante na formação dos públicos.

Além disso, o modo como os(as) consumidores(as) se relacionam com o espaço da feira também reflete o ambiente em que ela está inserida: na feira realizada na universidade, observou-se que grande parte dos consumidores a frequenta acompanhada de amigos, o que pode estar relacionado ao caráter acadêmico e ao dinamismo do cotidiano universitário. Por outro lado, na feira de Muriaé, a maioria dos(as) participantes afirmou frequentar o espaço sozinha, possivelmente em função de rotinas individuais e da relação mais direta e funcional

com a feira como espaço de compra no centro urbano. Essas distinções reforçam o papel dos contextos locais na configuração das práticas de consumo e nas formas de sociabilidade construídas em torno das feiras.

No que se refere ao valor médio semanal gasto pelos(as) consumidores(as), os dados apontam tendências distintas: na feira universitária de Viçosa, predominam faixas de consumo mais baixas, o que pode estar relacionado a um perfil de compra complementar ou pontual, típico do cotidiano acadêmico, já em Muriaé, observam-se faixas mais variadas e valores mais elevados entre alguns participantes, sugerindo usos mais amplos da feira como espaço regular de abastecimento.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As feiras analisadas neste estudo compartilham objetivos comuns, como o fortalecimento da agricultura familiar, da economia solidária e da promoção de práticas alimentares mais sustentáveis. No entanto, apresentam diferenças significativas quanto à configuração espacial, ao perfil do público frequentador e à forma como se inserem no contexto urbano ou institucional.

A Feira Agroecológica de Muriaé, realizada em espaço público aberto, apresenta maior visibilidade, acessibilidade e diversidade de perfis entre os(as) consumidores(as). Sua localização em ambiente urbano favorece o diálogo com diferentes segmentos da população e reforça sua função social enquanto espaço de comercialização direta e de fortalecimento das práticas agroecológicas. Já a Feira Quintal Solidário, situada no interior do campus da Universidade Federal de Viçosa, caracteriza-se por um público mais restrito, vinculado à comunidade acadêmica e a iniciativas de ensino, pesquisa e extensão, o que lhe confere uma dimensão formativa e institucional mais evidente.

No que se refere ao perfil dos(as) consumidores(as), observou-se em ambas as feiras um público engajado, com forte valorização de alimentos orgânicos e agroecológicos. Na Feira de Muriaé, essa preferência aparece de forma mais ampla e consolidada entre os(as) participantes, enquanto na Feira Quintal Solidário o consumo se relaciona também com processos de sensibilização e experimentação, característicos do ambiente universitário.

Outro ponto de distinção refere-se à diversidade dos segmentos produtivos presentes nas feiras. Enquanto em Muriaé os(as) feirantes atuam majoritariamente na comercialização de hortifrutis, com presença reduzida de alimentos processados e ausência de produtos artesanais, a Feira Quintal Solidário apresenta maior diversidade de nichos, incluindo

artesanato, alimentos processados, hortifrutis e outros produtos. Essa diferença pode indicar maior amplitude de parcerias institucionais e de projetos extensionistas vinculados à universidade, que fomentam uma gama mais variada de produções, inclusive de natureza não alimentícia.

Retomando os objetivos propostos, pode-se afirmar que o estudo contribuiu para compreender como os circuitos curtos de comercialização operam em contextos distintos, refletindo especificidades locais e institucionais que influenciam tanto o perfil dos(as) consumidores(as) quanto às formas de consumo. Como limitação, destaca-se o caráter não probabilístico da amostra, o que impede a generalização dos resultados, mas permite lançar luz sobre dinâmicas relevantes e ainda pouco exploradas.

REFERÊNCIAS

AMORIM, Rizioneide. Feiras de Economia Solidária: fenômeno de socialização ou redescoberta do mercado. In: **XV Congresso Brasileiro de Sociologia**. 2014.

ANDRADE, Laís Melo de. A economia solidária como uma questão de empoderamento da classe de baixa renda. In: SEMINÁRIO DE ECONOMIA DA UNIVERSIDADE ESTADUAL DE SANTA CRUZ, 8., 2022, Ilhéus. Anais [...]. Ilhéus: UESC, 2022. Disponível em: https://www.uesc.br/eventos/viiiisemeconomia/anais/gt4/gt4_t1.pdf. Acesso em: 15 maio 2025.

BRASIL. **Ministério da Agricultura e Pecuária**. *Legislação sobre produtos orgânicos*. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/sustentabilidade/organicos/legislacao-organicos>. Acesso em: 1 jun. 2025.

BRASIL. **Ministério da Saúde**. *Mais da metade dos brasileiros está acima do peso*. Brasília: Ministério da Saúde, 2020. Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/noticias/2020/marco/mais-da-metade-dos-brasileiros-esta-acima-do-peso>. Acesso em: 1 jun. 2025.

BRASIL. Pesquisa do IBGE mostra aumento da obesidade entre adultos. **Portal Gov**, 09 out. 2020. Disponível em:

BRASIL. Ministério da Saúde. **Guia alimentar para a população brasileira**. 2. ed. Brasília, DF: Ministério da Saúde, 2014. Disponível em: https://bvsm.sau.gov.br/bvs/publicacoes/guia_alimentar_populacao_brasileira_2ed.pdf. Acesso em: 08 dez. 2024.

BRASIL. **Secretaria Nacional de Economia Solidária**. *Oito anos da SENAES: avanços e desafios para as políticas públicas de economia solidária no governo federal (2003-2010)*. Brasília: MTE/SENAES, 2010. Disponível em: https://acesso.mte.gov.br/data/files/8A7C812D3CB58904013CB5F52A404620/Oito%20Anos%20da%20SENAES.%20Avan%C3%A7os%20e%20Desafios%20para%20as%20PP%20de%20Economia%20Solid%C3%A1ria%20no%20Gov.%20Federal%202003_2010.pdf. Acesso em: 31 maio 2025.

CICHELERO, César Augusto; GALIOTTO, Rubiane. Sociedade de consumo e crise ambiental: os reflexos do hiperconsumo. In: SCUR, Luciana; GIMENEZ, Juliano Rodrigues; BURGEL, Caroline Ferri (org.). **Biodiversidade, recursos hídricos e direito ambiental [recurso eletrônico]**. Caxias do Sul, RS: Educs, 2020.

DINO. Cresce a procura por opções mais saudáveis na alimentação. **Valor Econômico**, 31 mar. 2023. Disponível em: <https://valor.globo.com/patrocinado/dino/noticia/2023/03/31/cresce-a-procura-por-opcoes-mais-saudaveis-na-alimentacao.ghtml>. Acesso em: 01 jun. 2025.

DUBEUX, Ana; BATISTA, Marcela Peixoto. Agroecologia e economia solidária: um diálogo necessário à consolidação do direito à soberania e segurança alimentar e nutricional. **REDES: Revista do Desenvolvimento Regional**, v. 22, n. 2, p. 227-249, 2017.

FANTINI, Andrea et al. Agroturismo e circuitos curtos de comercialização de alimentos orgânicos na Associação “Acolhida na Colônia”-SC/Brasil. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 56, p. 517-534, 2018.

FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS – FAO. **The future of food and agriculture: trends and challenges**. Rome: FAO, 2017.

FRANÇA, Fialho. **Terceiro setor, economia social, economia solidária e economia popular: traçando fronteiras conceituais**. 1. ed. Salvador: Bahia: Análises e Dados, 2002.

Freitas, Isabela Fredes de. Feiras como circuitos curtos de comercialização: um olhar sobre experiências na Zona da Mata Mineira. 2025. 190 f. Dissertação (Mestrado em Agroecologia) – Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, MG, 2025.

HAZELL, Peter. The Asian Green Revolution. Washington: IFPRI, 2009. Apud CAMPAGNOLLA, Clayton; MACÊDO, Manoel Moacir Costa. **Revolução Verde: passado e desafios atuais**. Cadernos de Ciência & Tecnologia, Brasília, v. 39, n. 1, e26952, 2022.

KABAT. Water at a crossroads. **Nature Climate Change**, v. 3, p. 11-12, nov. 2012.

KAUARK, Giuliana; RATTES, Plínio; LEAL, Nathalia. **Um lugar para os espaços culturais: gestão, territórios, públicos e programação**. EDUFBA, 2019.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 1991.

LISBOA, Armando de Melo. Economia solidária e autogestão: imprecisões e limites. **Revista de administração de empresas**, v. 45, p. 109-115, 2005.

NAÇÕES UNIDAS. **Transformando nosso mundo: a agenda 2030 para o desenvolvimento sustentável**. [S.l.]: ONU, 2015. Disponível em: <https://sustainabledevelopment.un.org>. Acesso em: 10 dez. 2024.

NEVES, José Luis. Pesquisa qualitativa: características, usos e possibilidades. **Caderno de pesquisas em administração, São Paulo**, v. 1, n. 3, p. 1-5, 1996.

PEREIRA, Viviane; BRITO, Tayrine; PEREIRA, Samanta. A feira-livre como importante mercado para a agricultura familiar em Conceição do Mato Dentro (MG). **Revista Ciências Humanas**, v. 10, n. 2, 2017.

PRODANOV, Cleber Cristiano; DE FREITAS, Ernani Cesar. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico-2ª Edição**. Editora Feevale, 2013.

PREISS, Potira; SCHNEIDER, Sergio (org.). **Sistemas alimentares no século 21: debates contemporâneos** [recurso eletrônico]. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2020. 360 p.

ROVER, Oscar José; DAROLT, Moacir Roberto. Circuitos curtos de comercialização como inovação social que valoriza a agricultura familiar agroecológica. **Circuitos curtos de comercialização, agroecologia e inovação social**, p. 19-43, 2021.

SINGER, Paul. **Ensaio sobre economia solidária**. Leya, 2018.

SOUZA, Luciano Ricardio De Santana. A modernização conservadora da agricultura brasileira, agricultura familiar, agroecologia e pluriatividade: diferentes óticas de entendimento e de construção do espaço rural brasileiro. **Cuadernos de Desarrollo Rural**, v. 8, n. 67, p. 231-249, 2011.

RODALE INSTITUTE. **Organic vs. conventional**. Disponível em: <https://rodaleinstitute.org/pt/why-organic/organic-basics/organic-vs-conventional/>. Acesso em: 10 dez. 2024.

RODRIGUES, Samilla Nunes Rezende; COSTA, Bianca A. Lima; PRIORE, Silvia Eloiza. **Economia solidária, agricultura familiar e agroecologia**: análise do perfil dos(as) consumidores(as) da feira “Quintal Solidário” (Viçosa, MG). *Otra Economía*, v. 14, n. 26, p. 49-61, 2021.

SCHMITT. **Economia solidária e agroecologia**: convergências e desafios na construção de modos de vida sustentáveis. In: SCHMITT, J. C. **Mercado de trabalho**: conjuntura e análise. Brasília: Ipea/MTE, v. 42, p. 55-64, 2010.

SCHNEIDER, S.; NIEDERLE, P. A. **Agricultura familiar e teoria social**: a diversidade das formas familiares na agricultura. In: FALEIRO, F. G.; FARIAS NETO, A. L. (org.). **Savanas**: desafios e estratégias para o equilíbrio entre sociedade, agronegócio e recursos naturais. Planaltina, DF: Embrapa Cerrados, p. 989-1014, 2008.

SILVA, Raquel Nunes; COSTA, Bianca Aparecida Lima; PRIORE, Silvia Eloiza. **Feira de Agricultura Familiar e Economia Solidária: espaço de socialização e aprendizado**. *Revista Ingesta*, v. 1, n. 2, p. 223-224, 2019.

USP. *Consumo de alimentos ultraprocessados aumenta 5,5% em dez anos*. *Jornal da USP*, 16 ago. 2023. Disponível em: <https://jornal.usp.br/radio-usp/consumo-de-alimentos-ultraprocessados-aumenta-55-em-dez-anos/>. Acesso em: 1 jun. 2025.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

VIEIRA, Luciane Klein; FRAINER, Victória Maria. **A implementação das diretrizes das Nações Unidas de proteção ao consumidor em matéria de consumo sustentável, no direito brasileiro**. São Leopoldo: Casa Leiria, 2022.

APÊNDICES

APÊNDICE 1: ROTEIRO DO QUESTIONÁRIO PARA OS CONSUMIDORES.

Este questionário foi elaborado pelo Grupo de Pesquisa em Economia Solidária, Sistemas Agroalimentares e Agroecologia (GESSA), coordenado pela professora Bianca Costa, do Departamento de Economia Rural da Universidade Federal de Viçosa (DER-UFV). A equipe responsável pela elaboração é composta por pesquisadores de pós-graduação, estudantes de graduação com bolsas de iniciação científica e técnicos administrativos.

	<p>Projeto “Agroecologia e sistemas alimentares localizados: inovações sociais na construção de circuitos curtos de comercialização”</p>
---	---

Identificação:			
Gênero		Idade	
Cidade		Raça/Etnia: () Preta () Parda () Branca	
Estado Civil:		() Amarela () Indígena	
Grau de escolaridade	() Sem instrução formal () Ensino fundamental completo () Ensino fundamental incompleto, () Médio completo () Médio incompleto, () Superior completo () Superior incompleto		
Tem filhos/as?	() Sim () Não. Quantos?		

2. Há quanto tempo frequenta a feira?

() Menos de 1 ano () 1 a 2 anos () 2 a 4 anos () 4 a 6 anos () Mais de 6 anos

3. Em um mês, quantas vezes frequenta a feira?

() Uma a duas vezes () Duas a três vezes () Três a quatro vezes () Quatro a cinco vezes () Mais se 5 vezes () Por ocasião

4. Com quem frequenta a feira?

Família Amigos Sozinho/a

5. Como se desloca até a feira?

De carro A pé Outros

6. O que te motivou a frequentar a feira?

Saúde Alimentos frescos Maior variedade de alimentos Consciência ecológica Influência de outras pessoas Preço Lazer Compra direta de quem produz Qualidade Outros, descreva:

7. Você prioriza o consumo de alimentos na feira? Sim Não.

8. Quais? _____

9. Quanto do seu consumo alimentar é da feira?

Todos os alimentos muito cerca de metade pouco

10. Sabe a diferença entre produtos orgânicos, agroecológicos e convencionais?

Sim Não

11. Tem preferência por produtos orgânicos/agroecológicos aos convencionais?

Sim Não

12. Você acha que modificou seu hábito de consumo a partir do momento que começou a frequentar a feira?

Sim Não Se sim, quais? _____

13. Quais produtos você tem costume de consumir na feira? Artesanato Hortifruti

Processados Bebidas Produtos de higiene

Outros: _____

14. Qual(is) produtos sente falta na feira?

15. Frequenta outras feiras?

() Sim () Não Quais? _____

16. Quais as principais desvantagens?

() Frequência () Limitação dos alimentos () Distância () Preços

17. Quanto, em reais, você consome em média semanalmente na feira?

APÊNDICE 2: ROTEIRO – LIDERANÇAS/ORGANIZADORES

	<p align="center">Projeto “Agroecologia e sistemas alimentares localizados: inovações sociais na construção de circuitos curtos de comercialização”</p>
---	--

Nome			
Gênero		Idade	
Cidade		Raça/Etnia: () Preta () Parda () Branca	
Contato		() Amarela () Indígena	
Grau de escolaridade	() Sem instrução formal () Ensino fundamental completo, () Ensino fundamental incompleto, () Médio completo () Médio incompleto, () Superior completo (curso), () Superior incompleto (curso) () Pós-Graduado		
Relação com a iniciativa:			
E-mail:			
Mídias Sociais da Iniciativa:			
Telefone:			

ORGANIZACIONAL (Sociopolítico)

1. Nome do empreendimento/feira/CCC:
2. Conte um pouco sobre o que é a iniciativa. (ano que surgiu, motivos da criação, organizações envolvidas).
3. A iniciativa é formalizada? () SIM () NÃO
4. Recebeu ou recebeu algum tipo de apoio/assistência? Qual tipo? Descreva. Recebeu algum tipo de subvenção, investimento? Se sim, qual(is)? A feira já conseguiu acessar alguma política pública (editais, outros)?
5. Quais os princípios e valores da iniciativa?
6. Existe alguma regra/critérios para participação de consumidores(as) e produtores(as)? Quais?
7. Quantas famílias participam da iniciativa?
8. Quais os tipos de pessoas que se envolvem na iniciativa? Descreva o perfil. Pessoas mais velhas, mais alternativas, famílias, estudantes...
9. Quantos homens e mulheres participam (incluindo apoiadores)? _____ Mulheres

_____ Homens

10. Há muitas entradas e saídas de pessoas na iniciativa?
11. Qual a média de consumidores abarca a iniciativa
12. Quais produtos são vendidos na feira/rede?
13. Tem produtos que vêm de outras iniciativas de CCC (cooperativas, associações, redes e etc)? Ou todos são produção própria? Qual o percentual de fora, caso haja.
14. Há venda de produtos agroecológicos ou orgânicos? Se sim, há selos ou mecanismos de garantia (Quais)?
15. Se tem ideia da distância do abastecimento? De onde vêm os produtos? Há critérios em termos de quilômetros?
16. Existe equipe ou pessoal contratado para organização, divulgação e manutenção da feira? Descreva.
17. Possui regimento interno, regras de convivência ou estatuto? () SIM () NÃO
18. Quais os órgãos de decisão e gestão da iniciativa? Qual o procedimento para tomada de decisão? Há um planejamento conjunto das atividades?
19. Como avalia a participação dos envolvidos na iniciativa? As pessoas se sentem parte de um coletivo na sua avaliação?
20. Quais são as principais motivações das pessoas que participam (tanto produtores quanto consumidores)?
21. A iniciativa consegue absorver tudo que é produzido pelos produtores? quais outros canais são acessados?
22. A iniciativa gerou outras formas de organização, distribuição ou comercialização?
23. São realizadas ações de formação e/ou sensibilização promovidas pela iniciativa? Se SIM, cite alguns exemplos que foram feitos:
24. Os membros promovem processos de formação e socialização de tecnologias produzidas e utilizadas em seus processos de produção?
25. A iniciativa apoiou com assessoramento ou apoio econômico os produtores ou consumidores para a produção agroecológica ou orgânica?
26. Como os membros definem os preços? Há critérios ou acordos coletivos?
27. Quais os principais produtos que mais se consome na iniciativa?
28. Considera importante o uso e venda de produtos locais? Exemplos?
29. Os produtos frescos são exclusivamente de temporada? Se não, há discussões sobre este tema?
30. Há formas de trocas de bens e serviços sem utilização de dinheiro? Esta iniciativa é

incentivada?

31. Se a iniciativa iniciou antes da pandemia, qual foi o impacto? Quais as adequações foram realizadas? Como se avalia?
32. Quais são as principais dificuldades da feira?
33. Quais as principais potencialidades/fortalezas?
34. Conhece iniciativas similares?
35. Participam com outras organizações em outras atividades?
36. Algo a acrescentar?

APÊNDICE 3: TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

O Sr.(a) está sendo convidado(a) como voluntário(a) a participar da pesquisa **“Agroecologia e sistemas alimentares localizados: inovações sociais na construção de circuitos curtos de comercialização”**. Nesta pesquisa pretendemos analisar os circuitos curtos de comercialização com intuito de compreender a abrangência, os benefícios socioeconômicos, ambientais e as inovações sociais presentes nas iniciativas envolvidas com o Polo Agroecológico Zona da Mata Mineira, visando subsidiar políticas públicas no campo da agricultura familiar, agroecologia e economia solidária no Estado de Minas Gerais. O motivo que nos leva a estudar a importância destes mercados para a agricultura familiar é a proposta de uma reconexão entre produção e consumo, com a valorização do local e das relações de proximidade, comumente denominadas como circuitos curtos de comercialização de alimentos. Para esta pesquisa adotaremos os seguintes procedimentos: entrevistas que durarão 1 hora e 30 minutos em média. Os riscos envolvidos na pesquisa consistem em constrangimentos em relação às perguntas. A pesquisa contribuirá para a visibilidade e elaboração de políticas públicas.

Para participar deste estudo o Sr.(a) não terá nenhum custo, nem receberá qualquer vantagem financeira. Apesar disso, diante de eventuais danos, identificados e comprovados, decorrentes da pesquisa, o Sr.(a) tem assegurado o direito à indenização. O Sr.(a) tem garantida plena liberdade de recusar-se a participar ou retirar seu consentimento, em qualquer fase da pesquisa, sem necessidade de comunicado prévio. A sua participação é voluntária e a recusa em participar não acarretará qualquer penalidade ou modificação na forma em que o Sr.(a) é atendido(a) pelo pesquisador. Os resultados da pesquisa estarão à sua disposição quando finalizada. O(A) Sr.(a) não será identificado(a) em nenhuma publicação que possa resultar. Seu nome ou o material que indique sua participação não serão liberados sem a sua permissão.

Este termo de consentimento encontra-se impresso em duas vias originais, sendo que uma será arquivada pelo pesquisador responsável, na sala 213 do Departamento de Economia Rural da Universidade Federal de Viçosa, e a outra será fornecida ao Sr.(a).

Os dados e instrumentos utilizados na pesquisa ficarão arquivados com o pesquisador responsável por um período de 10 anos após o término da pesquisa. Depois desse tempo, eles serão destruídos.

Os pesquisadores tratarão a sua identidade com padrões profissionais de sigilo e confidencialidade, atendendo à legislação brasileira, em especial, à Resolução 466/2012 do Conselho Nacional de Saúde, e utilizarão as informações somente para fins acadêmicos e científicos.

Eu, _____, contato

fui informado(a) dos objetivos da pesquisa Agroecologia e sistemas alimentares localizados:

inovações sociais na construção de circuitos curtos de comercialização, de maneira clara e

detalhada, e esclareci minhas dúvidas. Sei que a qualquer momento poderei solicitar novas

informações e modificar minha decisão de participar se assim o desejar. Declaro que concordo em participar. Recebi uma via original deste termo de consentimento livre e esclarecido e me foi dada a oportunidade de ler e esclarecer minhas dúvidas.

Nome do Pesquisador Responsável: Bianca Aparecida Lima Costa

Endereço: RAIMUNDO ALVES TORRES, 65 RAMOS – 103, VIÇOSA MINAS
GERAIS

CEP: 36570000

Telefone: (31) 3899-1317

E-mail: bianca.lima@ufv.br

Em caso de discordância ou irregularidades sob o aspecto ético desta pesquisa, você poderá consultar:

CEP/UFV – Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos

Universidade Federal de Viçosa

Edifício Arthur Bernardes, piso inferior

Av. PH Rolfs, s/n – Campus Universitário

Cep: 36570-900 Viçosa/MG

Telefone: (31)3612-2316

Email: cep@ufv.br

www.cep.ufv.br

Viçosa, _____ de _____ de 20____.

Assinatura do Participante