



**Os consumidores de feira agroecológica itinerante em Maceió, Alagoas.**  
*Consumers of itinerant agroecological fair in Maceió, Alagoas.*

LIMA, Evio Figueiredo Lopes<sup>1</sup>; DOS SANTOS, Tania Marta Carvalho<sup>2</sup>; DA SILVA, João Manoel<sup>3</sup>; COSTA, Jakes Halan de Queiroz<sup>2</sup>

<sup>1</sup>UFAL, eflopeslima93@gmail.com; <sup>2</sup>CECA/UFAL, taniamarta2@gmail.com; jakes@ceca.ufal.br; <sup>3</sup>RENORBIO/UFAL, jm.agro@hotmail.com.

**Eixo temático: Economia dos Sistemas Agroalimentares de Base Agroecológica**

**Resumo:** A agricultura familiar se refere a toda forma de cultivo da terra e produção rural cuja gestão e mão de obra sejam, em maioria, provenientes do núcleo familiar. Num cenário de diferentes oportunidades as feiras livres mostram-se como importante estratégia de geração de renda. Nelas o agricultor encontra um consumidor, cada vez, mais exigente, inclusive em relação aos produtos de base agroecológica. Neste trabalho objetivou-se traçar o perfil dos consumidores da feira agroecológica itinerante do bairro do Eustáquio Gomes, em Maceió – AL, cujo trabalho de campo transcorreu no mês de outubro de 2018. O universo de consumidores era formado, em sua maioria, por mulheres, com idade acima de 50 anos de idade, casadas, com o segundo grau incompleto e, que buscavam produtos de qualidade, preços baixos, produtos livres de agrotóxicos, num local próximo as suas residências. A feira era de grande relevância no que se refere a conquistas sociais e econômicas, para feirantes e para consumidores.

**Palavras-chave:** Agricultura familiar; sustentabilidade; agroecologia; comercialização.

**Keywords:** Family farming; sustainability; agroecology; commercialization.

## **Introdução**

A agricultura familiar tem uma dinâmica e características que são distintas. O agricultor familiar tem uma relação particular com a terra, seu local de trabalho e moradia, sendo a diversidade produtiva também uma característica marcante.

Parcela dos agricultores familiares desenvolvem ações que ultrapassam as porteiças das propriedades rurais e, dentre elas, atividades de comercialização da produção em feiras livres, levando diretamente aos consumidores os resultados dos esforços concretizados, gerando renda para os agricultores e seus familiares (SCHNEIDER; CASSOL, 2014).

As feiras aproximam produtores de consumidores proporcionando o estabelecimento de relações sociais variadas, além das econômicas, sendo percebidas como importantes em função do papel socioeconômico que exercem no mercado e na sociedade. As feiras possibilitam o desenvolvimento de uma alimentação mais saudável, além de resgate e preservação da cultura alimentar herdada em cada local da sociedade. Para Mior et al. (2013), as vendas diretas permitem uma ampliação das relações sociais entre agricultores e consumidores, além disso ocorre uma expansão da demanda à medida que os produtos se tornam mais conhecidos.



Os espaços de comercialização direta, segundo Mior et al. (2013), são espaços que ressignificam a relação entre produtor e consumidor, pois os mesmos trocam saberes, informações, receitas e impressões. Segundo Darolt, Lamine e Brandenburg (2013), cada vez mais o consumidor consciente busca nos mercados locais produtos ecológicos, de época e com preços justos, mas também deseja adquirir produtos em que sejam ressaltadas características locais das comunidades, como as tradições, o modo de vida e, a valorização do saber-fazer.

Poucas informações existem a respeito da importância das feiras agroecológicas, itinerantes, no cotidiano da população maceioense e alagoana, quanto ao consumo de frutas, verduras e hortaliças, e quanto aos fatores que estreitam o relacionamento entre a feira e os consumidores de produtos de base agroecológica, bem como quanto à qualidade dos produtos ofertados no estado de Alagoas. Diante disso objetivou-se, por meio deste estudo, caracterizar o perfil dos consumidores da feira agroecológica itinerante do bairro do Eustáquio Gomes, Município de Maceió – Alagoas.

## **Metodologia**

Trata-se de um estudo de caso (GIL, 2007; YIN, 2010), tendo como foco a feira agroecológica, itinerante, do bairro do Eustáquio Gomes, localizado na parte alta da cidade de Maceió – Alagoas, a partir de visitas, observações, contato e entrevistas com os consumidores, utilizando-se um roteiro semiestruturado. O trabalho foi desenvolvido englobando a pesquisa bibliográfica, coleta de dados no campo, análise dos dados e elaboração do relatório de pesquisa. O levantamento bibliográfico envolveu conceitos, temas e categorias chaves para o entendimento das questões tratadas no trabalho, tendo como fonte principais livros e artigos científicos.

As ações de campo englobaram visitas à feira para a realização de contatos com feirantes e consumidores, para observações de campo bem como, a realização de entrevistas com feirantes e, com consumidores. As entrevistas com os consumidores tiveram como base o uso de um roteiro semiestruturado (GIL, 2007), com questões que propiciaram a construção do perfil dos consumidores da aludida feira. Foram entrevistados 30 consumidores frequentadores da mesma, no mês de outubro de 2018. As questões englobaram: gênero, idade, estado civil, número de filhos, composição familiar, atividade desenvolvida, local de nascimento, benefício social, nível de escolaridade, produtos demandados, tempo que frequenta a feira, motivo (s) da procura pela feira, grau de satisfação com a feira e produto adquiridos. Os dados foram tabulados e analisados, para construção do perfil dos consumidores.

## **Resultados e Discussão**

A feira agroecológica, itinerante, foi criada a partir de 2014, por um grupo de agricultores familiares, assentados em projetos de assentamento rurais de reforma



agraria, no município de Joaquim Gomes, em Alagoas. A feira contempla, quinzenalmente, os bairros do Eustáquio Gomes, Jardim Royal, Sítio São Jorge e Prado e representa uma iniciativa para geração de renda e oferta de produtos de base agroecológica a preços competitivos.

Os principais produtos ofertados pelos feirantes eram: maracujá, banana, mamão, macaxeira, feijão verde, cebola, caju, coco, jaca, abacaxi, pimentão, pimenta, tomate, alface, limão, goiaba, inhame, graviola, farinha de mandioca, batata doce, peixe, melancia, coentro, pitomba, cará, acerola, milho, tapioca, doces (leite, banana e mamão com coco) e bolos (macaxeira, milho e massa puba).

A maioria dos consumidores (93%) nasceu em Maceió. Cerca de 40% dos consumidores tinha mais de 60 anos de idade (Tabela 1), números que se aproximam dos encontrados por Reis et al. (2014). O universo da população era formado, em sua maioria, por mulheres, dados que se aproximam dos constatados por Morel et al. (2015), A maioria delas casadas (60%), resultados que se aproximam dos obtidos por Cazane, Machado e Sampaio (2014).

Idade	Masculino (%)	Feminino (%)	Total (%)
20 – 29	3,3	10	13,3
30 – 39	3,3	10	13,3
40 – 49	10	3,3	13,3
50 – 59	10	10	20
60 – 69	10	23,3	33,3
> 70 ANOS	3,4	3,4	6,8
Total	40	60	100

**Tabela 1.** Consumidores da feira agroecológica itinerante do bairro do Eustáquio Gomes, em Maceió – AL, por faixa etária e gênero.

Fonte: Autor

Dentre as profissões, constatou-se: doméstica, costureira, pedreiro, mecânico, vigilante, cobrador garçonetes, eletrotécnico, cobrador motorista e funcionários públicos estaduais. Aproximadamente 30% dos consumidores estavam aposentados e 37% contavam com Bolsa Família, que segundo Campello e Neri (2013), contribuem para a redução da miséria e fome no país. Quanto a escolaridade, 30% tinha 1º grau incompleto, 20% o 1º grau completo, 10% o 2º grau incompleto, 33% o 2º grau completo e 7% o 3º grau completo.

Dentre os consumidores que frequentavam a feira, todos os que declararam que frequentavam em um tempo inferior a 1 ano, eram do gênero masculino. Dos consumidores que frequentavam a feira em um tempo de 1 ano (26,7%), 62,5% eram do gênero feminino e 37,5% do gênero masculino. Com um tempo de 2 anos foram observados 30,0% do total dos consumidores, sendo que 66,7% eram do gênero feminino e 33,3% eram do gênero masculino. Com 3 anos e representando 20,0% dos consumidores, constatou-se que 83,3% representavam o gênero



feminino e 16,7% o gênero masculino. Com 4 anos de tempo de participação na feira, estavam 13,3% do total dos consumidores, sendo que 50,0% eram do gênero feminino e 50,0% do gênero masculino.

Em relação a satisfação dos consumidores com a feira agroecológica e seus produtos, foi constatado que 57% dos entrevistados opinaram por ótimo, 27% afirmaram que era boa e 16% que era regular.

O grau de satisfação por parte dos consumidores se explica, pela qualidade dos produtos ofertados pelos feirantes e pelos preços praticados, abaixo dos observados no mercado local (supermercados e mercadinhos que ofertam produtos agroecológicos), além da proximidade da feira às residências dos consumidores.

Outro fator foi o respeito pelos feirantes/agricultores, construído a partir da interação entre eles, pela confiança então existente, pelas relações sociais estabelecidas, pelas trocas de saberes e informações ao longo do tempo, consoante Mior (2013). Conforme Cassol (2013), para os clientes dos feirantes, “as relações pessoais já são suficientes para atestar a qualidade dos produtos”. Cabe registrar que os produtos fornecidos não eram certificados e que os feirantes ainda não detinham informações sobre certificação de produtos agropecuários.

## **Conclusões**

A feira agroecológica é uma forma de integração entre os feirantes (agricultores familiares) e consumidores, registrando-se uma grande relevância de conquistas sociais e econômicas para ambos os participantes. Os produtos ofertados são produzidos, livres de agrotóxicos, pelos próprios agricultores, nos seus respectivos lotes, em assentamentos rurais, no município de Joaquim Gomes, Estado de Alagoas. O perfil dos consumidores da feira agroecológica itinerante compreendeu um universo representado por uma maioria de mulheres, com idade acima de 50 anos de idade, maioria casadas, que não concluíram o segundo grau e, que buscavam preços baixos, produtos livres de agrotóxicos, num espaço físico próximo as suas residências, que não apresentava a infraestrutura adequada para utilização.

## **Agradecimentos**

A todas as pessoas que contribuíram para a produção e divulgação deste trabalho.

## **Referências bibliográficas**

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. – 4.ed. São Paulo, Atlas, 2007.



CAMPELLO, T.; NERI, M. C. (Orgs). **Programa Bolsa Família: uma década de inclusão e cidadania**. Brasília, Ipea, 2013.

CASSOL, A. P. **Redes agroalimentares alternativas: mercados, interação social e a construção da confiança**. 2013. 185 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013.

CAZANE, A. L; MACHADO, J. G. C. F.; SAMPAIO, F. F. Análise das feiras livres como alternativa de distribuição de frutas, legumes e verduras (FLV). **Informe Gepec**, Toledo, v. 18, n. 1, p. 119-137, jan./jun. 2014.

DAROLT, M. R.; LAMINE, C.; BRANDEMBURG, A. Diversidade dos circuitos curtos de alimentos ecológicos: ensinamentos do caso brasileiro e francês. **Agriculturas**, v. 10, n. 2, p.8-13, jun/2013.

MIOR, L. C. et al. **Caracterização das Agroindústrias Familiares e das Redes de Cooperação no Sul Catarinense**. Florianópolis, Epagri, 2013.

MOREL, A. P. S. et al. Comportamento do consumidor das feiras livres: um estudo em um município de Minas Gerais. **Revista FSA**, Teresina, v. 12, n. 4, art. 2, p. 14-31, jul./ago. 2015.

REIS, G. C. et al. Perfil do consumidor das feiras municipais de Palmas - TO. **10ª Semana da Iniciação Científica da UFT**. 2014.

SCHNEIDER, S.; CASSOL, A. Diversidade e heterogeneidade da agricultura familiar no Brasil e algumas implicações para políticas públicas. **Cadernos de Ciência & Tecnologia**, v. 31, n. 2, p. 227-263, 2014.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. – 4.ed. Porto Alegre, Bookman, 2010. 248p