



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS GEOGRÁFICAS

ANDRESSA SERAFIM DOS SANTOS SILVA

**FEIRA AGROECOLÓGICA DE ECONOMIA SOLIDÁRIA DA UFPE/CCSA:
PERCEPÇÕES DAS CONSUMIDORAS E CONSUMIDORES DE ALIMENTOS DE
BASE AGROECOLÓGICA**

Recife

2025

ANDRESSA SERAFIM DOS SANTOS SILVA

**FEIRA AGROECOLÓGICA DE ECONOMIA SOLIDÁRIA DA UFPE/CCSA:
PERCEPÇÕES DAS CONSUMIDORAS E CONSUMIDORES DE ALIMENTOS DE
BASE AGROECOLÓGICA**

Trabalho apresentado para o Departamento de
Ciências Geográficas da Universidade Federal de
Pernambuco (UFPE), como requisito para
conclusão do curso de Bacharelado em Geografia.

Orientador(a): Prof^o. Wemerson Flávio da Silva

Recife
2025

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do programa de geração automática do SIB/UFPE

Silva, Andressa Serafim dos Santos .

Feira Agroecológica de Economia Solidária da UFPE/CCSA: Percepções das consumidoras e consumidores de alimentos de base Agroecológica / Andressa Serafim dos Santos Silva. - Recife, 2025.

51 : il.

Orientador(a): Wemerson Flávio da Silva

Orientador(a): Jonas Herisson Santos de Melo

Orientador(a): Larissa Monteiro Rafael

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Geografia - Bacharelado, 2025.

Inclui referências.

1. Agroecologia. 2. Feiras Agroecológicas . 3. Economia Solidária . 4. Agricultura . 5. Alimentos Saudáveis . 6. Sustentabilidade. I. Silva, Wemerson Flávio da. (Orientação). II. Melo, Jonas Herisson Santos de. (Orientação). III. Rafael, Larissa Monteiro. (Orientação). IV. Título.

910 CDD (22.ed.)

ANDRESSA SERAFIM DOS SANTOS SILVA

**FEIRA AGROECOLÓGICA DE ECONOMIA SOLIDÁRIA DA
UFPE/CCSA: PERCEPÇÕES DAS CONSUMIDORAS E
CONSUMIDORES DE ALIMENTOS DE BASE AGROECOLÓGICA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
coordenação do Curso de Bacharelado em
Geografia da Universidade Federal de
Pernambuco, como requisito parcial para
obtenção do título de graduação em Geografia.

Aprovada em: ____/____/____.

BANCA EXAMINADORA

Documento assinado digitalmente
 **WEMERSON FLAVIO DA SILVA**
Data: 02/07/2025 15:34:52-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Profº. Dr. Wemerson Flávio da Silva
Universidade Federal de Pernambuco

Profº. Dr. Jonas Herisson Santos de Melo
Universidade Federal de Pernambuco
Avaliador Externo

Profº. Drª. Larissa Monteiro Rafael
Universidade Federal de Pernambuco
Avaliadora Interna

AGRADECIMENTOS

Expresso minha mais profunda gratidão a Deus, por me guiar, fortalecer e conceder sabedoria em cada etapa dessa jornada e a mim mesma, pela persistência em seguir meus ideais, pela resiliência diante das dificuldades e por nunca desistir.

Meu sincero agradecimento a Ayrton Rodrigues, por seu amor e apoio incondicional, estando ao meu lado em cada passo desse processo.

Aos meus familiares, amigas e amigos, que torceram por mim e me incentivaram a continuar, sou imensamente grata pelo carinho e encorajamento.

À professora Mônica Cox, cuja dedicação e amor pela Agroecologia foram fundamentais para minha aproximação com essa área. Suas palavras e ensinamentos fizeram toda a diferença para mim.

Ao professor Wemerson Flávio, por me acolher como orientanda, pelo apoio constante e por compartilhar seu conhecimento de forma tão generosa.

Agradeço também aos membros da banca examinadora, a doutora Larissa Monteiro e o mestre Jonas Herisson que compuseram a banca examinadora, pela análise cuidadosa e pelas valiosas contribuições a este trabalho.

Por fim, um agradecimento especial às agricultoras e agricultores que mantêm viva a agroecologia e seus saberes, especialmente àquelas e àqueles da Feira Agroecológica de Economia Solidária da UFPE/CCSA, cuja dedicação é inspiradora. E, claro, às consumidoras e consumidores que gentilmente dispuseram seu tempo para responder às entrevistas, tornando possível essa pesquisa. Vocês são incríveis!

*“A ciência convencional sabe fracionar, analisar e criar novos produtos e novas máquinas.
Mas ela não sabe como montar, compor, construir os ciclos e equilíbrios naturais, o inteiro,
para que funcione.”*

*“O homem somente terá saúde se os alimentos possuírem energia vital.
Os alimentos somente possuem energia vital se as plantas forem saudáveis.
As plantas somente serão saudáveis se o solo for saudável.”*
Ana Primavesi

“Quando o assunto é vida, o horizonte é atemporal.”
Vandana Shiva

RESUMO

A Agroecologia, como ciência e prática sustentável, propõe um modelo de produção alimentar integrado à natureza, valorizando saberes tradicionais e se opondo ao uso de agrotóxicos. Nesse contexto, as feiras agroecológicas destacam-se como espaços de comercialização e troca de conhecimentos, fortalecendo a agricultura familiar e promovendo o consumo consciente. Além da dimensão econômica, essas feiras funcionam como ambientes de troca de saberes, reforçando vínculos entre comunidades rurais e urbanas. Este estudo analisa o papel da Feira Agroecológica e de Economia Solidária da UFPE/CCSA na promoção da Agroecologia, sob a perspectiva de suas consumidoras e consumidores, destacando sua relevância para sistemas alimentares sustentáveis. Objetiva-se compreender como, aos olhos do público consumidor, a feira expressa os princípios agroecológicos, contrapondo-se ao modelo convencional, e como este público percebe a valorização de agricultoras e agricultores familiares. No objetivo específico, busca-se examinar sua contribuição para saberes tradicionais; avaliar seu impacto na agricultura familiar e analisar sua influência nas relações de consumo. Metodologicamente, trata-se de uma pesquisa qualitativa, descritiva e exploratória, com amostragem não probabilística por conveniência, envolvendo consumidoras e consumidores da feira. Utilizou-se um questionário simplificado para coletar dados socioeconômicos, hábitos de consumo e percepções sobre produtos agroecológicos. Os dados quantitativos foram analisados via estatística descritiva, e os qualitativos, por análise das respostas obtidas por consumidoras e consumidores da feira. Os resultados indicam que a feira desempenha um papel central na promoção do consumo consciente e na valorização da agroecologia. Dos entrevistados, 82% relataram que passaram a priorizar alimentos agroecológicos após frequentar a feira, destacando o contato direto com os(as) produtores(as) como fator decisivo. O espaço transcende sua função comercial ao se constituir como ambiente de troca de saberes e construção de redes sustentáveis, além de impulsionar práticas que resistem ao modelo agroindustrial. A qualidade dos alimentos e a confiança estabelecida nas relações de consumo foram apontadas como aspectos mais valorizados pelas consumidoras e consumidores.

Palavras-chave: Consumo consciente; Agricultura familiar; Sustentabilidade.

ABSTRACT

Agroecology, as a sustainable science and practice, proposes a food production model integrated with nature, valuing traditional knowledge and rejecting pesticides. In this context, agroecological fairs stand out as spaces for marketing and exchanging knowledge, strengthening family farming and promoting conscious consumption. In addition to the economic dimension, these fairs function as environments for exchanging knowledge, strengthening ties between rural and urban communities. This study analyzes the role of the Agroecological and Solidarity Economy Fair of UFPE/CCSA in promoting Agroecology, from the perspective of its consumers, highlighting its relevance for sustainable food systems. The objective is to understand how, in the eyes of the consumer public, the fair expresses agroecological principles, contrasting with the conventional model, and how this public perceives the appreciation of family farmers. The specific objective is to examine its contribution to traditional knowledge; evaluate its impact on family farming and analyze its influence on consumer relations. Methodologically, this is a qualitative, descriptive and exploratory research, with non-probabilistic sampling for convenience, involving consumers of the fair. A simplified questionnaire was used to collect socioeconomic data, consumption habits and perceptions about agroecological products. Quantitative data were analyzed using descriptive statistics, and qualitative data by analyzing the responses obtained by consumers of the fair. The results indicate that the fair plays a central role in promoting conscious consumption and valuing agroecology. Of those interviewed, 82% reported that they began to prioritize agroecological foods after attending the fair, highlighting direct contact with producers as a decisive factor. The space transcends its commercial function by constituting an environment for exchanging knowledge and building sustainable networks, in addition to promoting practices that resist the agroindustrial model. The quality of the food and the trust established in consumer relations were highlighted as aspects most valued by consumers.

Keywords: Conscious consumption; Family farming; Sustainability.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Faixa Etária das consumidoras e consumidores da feira agroecológica	31
Gráfico 2. Nível de escolaridade das consumidoras e consumidores da feira agroecológica	32
Gráfico 3. Frequência das consumidoras e consumidores na feira agroecológica	33
Gráfico 4. Bairro onde residem as consumidoras e consumidores da feira agroecológica	34
Gráfico 5. Média de gastos das consumidoras e consumidores na feira agroecológica	36
Gráfico 6. Alimentos mais procurados pelas consumidoras e consumidores na feira agroecológica	37
Gráfico 7. Percepção das consumidoras e consumidores na diferença no sabor dos alimentos.....	38
Gráfico 8. Conhecimento das consumidoras e consumidores sobre o termo “Agroecologia”	39

LISTA DE MAPAS

Mapa 1. Mapa de Geolocalização da Feira Agroecológica de Economia Solidária da UFPE/CCSA.....	18
Mapa 2. Mapa de geolocalização dos bairros onde residem as consumidoras e consumidores da feira agroecológica	35

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ANA	Agência Nacional de Agroecologia
ASSIM Vizinhos	Associação de Produtores e Moradores Agroecológicos do Imbé e Sítios Vizinhos
CCSA	Centro de Ciências Sociais Aplicadas
CNPq	Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico
FAO	Do inglês: “ <i>Food and Agriculture Organization of the United Nations</i> ” ou Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura
MEC	Ministério da Educação
NECSO	Núcleo de Economia Solidária da UFPE
NEPPAG	Núcleo de Educação, Pesquisa e Práticas em Agroecologia e Geografia
OCS	Organização de controle social
PROEX	Programa de Excelência Acadêmica
SAN	Segurança alimentar e nutricional
SERTA	Serviço de Tecnologia Alternativa
SESu	Secretaria de Educação Superior
SPEEPS	Seminário Pernambucano de Economia Solidária
UFPE	Universidade Federal de Pernambuco

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO	12
2.	REFERENCIAL TEÓRICO.....	15
2.1	ORIGEM DA FEIRA AGROECOLÓGICA DE ECONOMIA SOLIDÁRIA DA UFPE/CCSA.....	17
2.2	CONCEITOS, CONTRADIÇÕES E DESAFIOS DA AGROECOLOGIA.....	21
2.3	A AGROECOLOGIA EM CONTRAPONTO AO AGRONEGÓCIO	22
2.4	ALIMENTOS DO AGRONEGÓCIO <i>VERSUS</i> ALIMENTOS AGROECOLÓGICOS E A SOBERANIA ALIMENTAR NACIONAL	24
3.	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	28
4.	RESULTADOS E DISCUSSÕES.....	29
4.1	DETERMINANTES DA PERCEPÇÃO DAS CONSUMIDORAS E CONSUMIDORES SOBRE ALIMENTOS AGROECOLÓGICOS.....	29
5.	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	43
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	45
	ANEXO A.....	50

INTRODUÇÃO

O conceito de Agroecologia é esclarecido por Assis e Romeiro (2002) como uma ciência que emergiu na década de 1970, visando estabelecer uma fundamentação teórica para diversos movimentos de agricultura alternativa que começaram a ganhar força diante dos indícios de esgotamento da agricultura moderna. Segundo Caporal e Costabeber (2004), várias denominações surgiram como uma resposta aos modelos convencionais de agricultura, especialmente após a Segunda Guerra Mundial e a Revolução Verde. No entanto, na maioria das ocasiões, essas alternativas não foram capazes de oferecer soluções efetivas para os problemas socioambientais que se acumularam ao longo do tempo.

Nesse contexto de exploração e desenvolvimento do conhecimento, surgiu a Agroecologia, trazendo uma nova perspectiva científica para apoiar a transição rumo a modelos de agricultura sustentável, representando uma abordagem sustentável para a produção de alimentos, buscando equilibrar a relação entre o ser humano e a natureza, valorizando os saberes tradicionais na agricultura, evitando o uso de agrotóxicos e práticas que possam comprometer a integração e a harmonia ambiental (Sousa, 2017).

A Agroecologia contribui com o comércio local de pequeno porte, no qual é possível a construção de relações mais horizontais de produção e consumo, onde se tornam possíveis ações coletivas que envolvam cooperação e reciprocidade entre agricultoras, agricultores, consumidoras e consumidores (Warmling; Moretti-Pires, 2017).

Os principais fatores determinantes para a tomada de decisão de compra dos produtos orgânicos são: preocupação com a saúde, meio ambiente e qualidade dos produtos, e assim se verifica interesse crescente das consumidoras e consumidores por alimentação orgânica e, conseqüentemente, saudável e sustentável (Cruvinel et al., 2017). Isso porque os alimentos orgânicos são cultivados sem o uso de agrotóxicos, fertilizantes sintéticos ou organismos geneticamente modificados, o que reduz a exposição a substâncias potencialmente nocivas à saúde humana. Além disso, os sistemas de produção orgânica promovem a conservação do solo, da água e da biodiversidade, adotando práticas que respeitam os ciclos naturais e diminuem os impactos ambientais, o que os tornam mais alinhados com os princípios da sustentabilidade. Desse modo, uma das soluções apresentadas seria a promoção de feiras agroecológicas, que surgem como espaços de troca desses saberes tradicionais que valorizam a vida, onde as consumidoras e consumidores se encontram com a qualidade do que esses alimentos agroecológicos entregam e a presença de quem dedicou tempo para essa produção, que objetiva

a qualidade ao invés da quantidade. Além da comercialização dos produtos oferecidos, as feiras agroecológicas acabam criando centros de compartilhamento de histórias e experiências, devendo ser preservada e evidenciada para que todos(as) possam se beneficiar desses espaços e ampliar sua compreensão e importância da agricultura familiar sustentável.

O presente trabalho tem como objetivo analisar o papel da Feira Agroecológica e de Economia Solidária da UFPE/CCSA na promoção da Agroecologia, compreendendo como esse espaço semanal – realizado às quartas-feiras no estacionamento do Centro de Ciências Sociais Aplicadas (CCSA) da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), em Recife/PE – materializa os princípios agroecológicos por meio da comercialização direta de alimentos saudáveis, da valorização da agricultura familiar e da construção de relações de consumo consciente. O estudo centra-se na perspectiva das consumidoras e consumidores, examinando seus perfis socioeconômicos, hábitos de consumo e percepções sobre os produtos ofertados, em um cenário de consumo consciente, onde se encontram ambientes que estabelecem vínculos com as comunidades rurais e urbanas, saberes e sabores. Busca-se evidenciar com este trabalho o valor dessas feiras em um contexto mais sustentável, como espaços que materializam os princípios da Agroecologia, que se opõem ao modelo de produção dito como convencional.

Como objetivos específicos é proposto neste trabalho (a) compreender como a feira materializa os princípios agroecológicos, contrastando-os com o modelo convencional de produção agrícola; (b) avaliar seu impacto na agricultura familiar, destacando seu papel na valorização de pequenos produtores e na economia solidária; (c) Analisar a percepção das consumidoras e consumidores sobre os alimentos agroecológicos e o papel da feira na construção de alternativas sustentáveis de consumo.

Metodologicamente, este estudo caracteriza-se como uma pesquisa qualitativa, de natureza descritiva e exploratória, alinhada aos objetivos específicos de compreender como a feira materializa os princípios agroecológicos, avaliar seu impacto na agricultura familiar e analisar alternativas de consumo sustentável. Para tanto, adotou-se uma amostragem não probabilística por conveniência, envolvendo 30 consumidoras e consumidores da feira (incluindo estudantes, docentes, técnicos da UFPE e visitantes), com coleta de dados por meio de questionários estruturados (para caracterização socioeconômica e hábitos de consumo) e entrevistas semiestruturadas (para captar percepções sobre qualidade, motivações e barreiras de acesso). Os dados quantitativos foram analisados mediante estatística descritiva, enquanto os

qualitativos passaram por análise de conteúdo categorial, permitindo articular as evidências empíricas com o referencial teórico sobre agroecologia e crítica ao agronegócio.

Os dados quantitativos obtidos por meio dos questionários foram analisados estatisticamente, utilizando técnicas de estatística descritiva (frequências, médias, gráficos), enquanto os dados qualitativos das entrevistas foram submetidos à análise de conteúdo temática, conforme proposto por Bardin (2011), categorizando as percepções das consumidoras e consumidores em eixos como "valorização da produção familiar", "qualidade sensorial" e "barreiras de acesso", alinhados aos objetivos do estudo.

Para estruturação desta pesquisa, optou-se por fazer três capítulos. No primeiro capítulo destinou-se a apresentação das definições dos termos mais utilizados, como Agroecologia, percepção e alguns dos seus princípios; Feira Agroecológica; Agricultura familiar; sustentabilidade, assim como, uma contraposição, atrelada à monocultura e agrotóxicos, por exemplo.

No segundo capítulo é relatado dados estatísticos, com figuras e tabelas para embasamento científico do trabalho, demonstrando de forma didática sobre a preferência das pessoas em optarem por fazer suas compras de produtos da agricultura na feira supracitada em detrimento de supermercados que fornecem produtos do modelo de agricultura convencional e vice-versa.

No terceiro capítulo é trazido, através de levantamento bibliográfico e buscas documentais, evidenciar os benefícios da produção de alimentos de base agroecológica para a saúde e meio ambiente/natureza e economia.

Por fim, nas conclusões e discussão é apresentado uma análise geral do trabalho onde buscou-se destacar a valorização das feiras agroecológicas e produção sustentável para um sistema alimentar mais dinâmico, sendo justo e equilibrado. Através do fortalecimento das práticas agroecológicas, é possível construir um presente e futuro mais harmonioso na relação do ser humano com a natureza.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

A Agroecologia, como ciência e prática sustentável, emergiu na década de 1970 como resposta aos problemas socioambientais gerados pelo modelo convencional de agricultura, marcado pela Revolução Verde¹ (Assis; Romeiro, 2002). Segundo Caporal e Costabeber (2004), a Agroecologia propõe um modelo de produção alimentar que integra conhecimentos tradicionais e científicos, rejeitando o uso de agrotóxicos e promovendo a harmonia entre seres humanos e natureza. Essa abordagem contrasta radicalmente com o agronegócio, que se baseia em monoculturas, transgênicos e insumos químicos, gerando degradação ambiental e desigualdades sociais (Machado, 2017).

Por não se limitar a técnicas agrícolas alternativas - como poli cultivos, manejo ecológico do solo e controle biológico de pragas, a Agroecologia engloba dimensões produtivas, sociais, políticas e culturais, visando à construção de sistemas alimentares sustentáveis que resistem ao modelo convencional (Caporal & Costabeber, 2004; Machado, 2017). Como destaca Machado (2017, p. 21), "a Agroecologia é uma ciência dialética. Como tal, não tem dogmas nem receitas, porém tem princípios". Esses princípios incluem a valorização da biodiversidade, o respeito aos saberes tradicionais e a promoção da soberania alimentar, entendida como a capacidade de um país alimentar sua população com produtos locais, reduzindo a dependência de importações (Machado, 2017).

A Agroecologia encontra nas feiras agroecológicas um espaço privilegiado de concretização de seus princípios, onde a produção sustentável se articula diretamente com o consumo consciente. Esses espaços não apenas viabilizam a comercialização de alimentos saudáveis, mas também operam como plataformas de educação popular, difundindo práticas agrícolas alternativas e fortalecendo os laços entre campo e cidade. Ao fomentar o diálogo entre saberes tradicionais e científicos, as feiras materializam a proposta agroecológica de transformação dos sistemas alimentares, combinando resistência ao modelo hegemônico com a construção de alternativas econômicas solidárias.

Nesse contexto, as feiras agroecológicas surgem como espaços estratégicos para a materialização dos princípios agroecológicos. Elas funcionam como territórios de resistência ao modelo agroindustrial, onde se estabelecem relações diretas entre produtores e

¹ Nota da autora: Diversos problemas podem ser citados, como por exemplo a dependência de insumos químicos, uso intensivo de agrotóxicos e monoculturas em larga escala, concentração fundiária e exclusão social.

consumidores, eliminando intermediários e fortalecendo a economia solidária (Fernandes, 2009). A Feira Agroecológica de Economia Solidária da UFPE/CCSA, por exemplo, é um caso emblemático dessa dinâmica, promovendo a comercialização de produtos saudáveis e a troca de saberes entre comunidades rurais e urbanas (Boletim Informativo, 2007).

As feiras agroecológicas representam, assim, um eixo fundamental na construção de redes alimentares sustentáveis, onde a economia solidária e o consumo consciente se articulam em uma relação simbiótica. Ao estabelecer circuitos curtos de comercialização, esses espaços não apenas fortalecem a autonomia dos agricultores familiares, mas também educam os consumidores sobre os impactos socioambientais de suas escolhas alimentares. Dessa forma, as feiras transcendem sua função mercantil, tornando-se núcleos de transformação cultural e política, capazes de promover a transição para sistemas alimentares mais justos e sustentáveis.

A percepção dos consumidores sobre os alimentos agroecológicos é influenciada por fatores sensoriais, como sabor e aroma, e por valores éticos, como a preocupação com a saúde e o meio ambiente (Schottz; Petersen, 2015). Pesquisas indicam que a maioria dos consumidores reconhece a superioridade sensorial dos produtos agroecológicos em relação aos convencionais, associando-a à ausência de agrotóxicos (a ser mostrado a seguir neste trabalho). No entanto, como observado por Sousa et al. (2012), essa percepção nem sempre se traduz em mudanças consistentes nos hábitos de consumo, devido a barreiras como preços e acesso limitado.

A crítica ao agronegócio é um eixo central no referencial teórico da Agroecologia. Conforme Fernandes (1999), o território do agronegócio é homogêneo e voltado para a produção de mercadorias, enquanto o território camponês é heterogêneo e centrado na reprodução da vida. Essa dicotomia reflete a contradição entre um modelo que prioriza o lucro e outro que valoriza a sustentabilidade e a justiça social (Machado, 2017). Além disso, o agronegócio é apontado como um dos responsáveis pela crise alimentar, pois prioriza commodities para exportação em detrimento da produção de alimentos para o mercado interno (Moncau, 2021).

A legislação brasileira, como a Lei Federal nº 10.831/2003, reconhece a importância da produção orgânica e agroecológica, incentivando práticas que respeitem o meio ambiente e a saúde humana (Brasil, 2003). No entanto, como alerta Carneiro (2012), a democratização do

acesso a esses produtos ainda é um desafio, exigindo políticas públicas que ampliem a presença de feiras agroecológicas em áreas periféricas.

Destaca-se neste trabalho que a Agroecologia é como um paradigma transformador, capaz de integrar produção, consumo e educação em prol de sistemas alimentares mais justos e sustentáveis. As feiras agroecológicas, como a da UFPE/CCSA, exemplificam essa potencialidade, ao unir saberes tradicionais e científicos e fortalecer a resistência ao modelo hegemônico do agronegócio.

2.1 ORIGEM DA FEIRA AGROECOLÓGICA DE ECONOMIA SOLIDÁRIA DA UFPE/CCSA

A crescente preocupação com a sustentabilidade ambiental e a segurança alimentar tem impulsionado iniciativas voltadas para a produção e comercialização de produtos agroecológicos. Nesse contexto, a Feira de Economia Solidária e Agroecologia da Universidade Federal de Pernambuco UFPE/CCSA surgiu como uma resposta às demandas de pequenos produtores agroecológicos e à necessidade de fortalecer a economia solidária na região. Este capítulo discute a história da origem da feira, destacando seus principais atores e os eventos que levaram à sua consolidação.

A ideia da Feira de Economia Solidária e Agroecologia da UFPE/CCSA foi concebida em janeiro de 2006, durante o I Seminário Pernambucano de Economia Solidária: Conexão entre a Prática na Sociedade e os Estudos na Universidade (I SPEEPS). O evento, promovido pelo Núcleo de Economia Solidária da UFPE (NECSO²), foi palco de debates sobre a necessidade de integração entre a universidade e as pequenas produtoras e produtores agroecológicos (Boletim Informativo, 2007).

Durante o seminário, uma palestra proferida pelo presidente da Associação dos Pequenos Produtores Agroecológicos e Moradores do Imbé, Marrecos e Sítios Vizinhos (ASSIM), localizada na Mata Norte de Pernambuco, foi crucial para a mobilização da universidade em prol da criação de um espaço para a comercialização de produtos agroecológicos dentro do campus. A ASSIM já participava de outras feiras agroecológicas em bairros do Recife e via na UFPE um público potencial para difundir os princípios da

² Nota da autora: O Núcleo de Economia Solidária da UFPE é um grupo de pesquisa e extensão, registrado no Conselho Nacional de Pesquisa (CNPq), mantido pelo trabalho de alguns professores e estudantes do Centro de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal de Pernambuco.

Agroecologia e do consumo consciente. Trata-se de feira em que o processo de criação de uma OCS, conduzido pela ASSIM, foi recentemente concluído (Araújo et. al, 2013).

Nos meses subsequentes ao I SPEEPS, o NECSO iniciou um processo de negociação com a administração da UFPE para obter a autorização necessária para a realização da feira dentro do campus. Paralelamente, um projeto de extensão intitulado "Jovens Agricultores Comunicando e Protagonizando a Economia Solidária e Agroecologia" foi submetido ao edital PROEX/SESu/MEC e aprovado em novembro de 2006. Este projeto previa, entre outras atividades, a criação da feira agroecológica como um espaço permanente de comercialização e troca de saberes.

Em dezembro de 2006, a Feira de Economia Solidária e Agroecologia foi oficialmente inaugurada, ocorrendo semanalmente em frente ao Centro de Ciências Sociais Aplicadas (CCSA) da UFPE, sempre às quartas-feiras, das 4h às 11h (Mapa 1). A feira reuniu inicialmente a ASSIM, a Ecoorgânica - Cooperativa de Produtores Familiares Orgânicos, o Centro de Saúde Alternativa da Muribeca (CESAM), o Grupo Brasil Novo e os Trapeiros de Emaús.

Mapa 1: Mapa de Geolocalização da Feira Agroecológica de Economia Solidária da UFPE/CCSA



Fonte: A Autora (2025)

A Feira de Economia Solidária e Agroecologia foi estruturada com a participação de diferentes grupos, cada um trazendo sua especificidade dentro da economia solidária e agroecologia:

- **ASSIM (Associação dos Pequenos Produtores Agroecológicos e Moradores do Imbé, Marrecos e Sítios Vizinhos):** produtores da Mata Norte de Pernambuco especializados em cultivo agroecológico e beneficiamento de produtos orgânicos;
- **Ecoorgânica:** cooperativa sediada em Vitória de Santo Antão, com foco no processamento e beneficiamento de produtos orgânicos;
- **CESAM (Centro de Saúde Alternativa da Muribeca):** grupo localizado em Jaboatão dos Guararapes, especializado na produção de fitoterápicos;
- **Grupo Brasil Novo:** coletivo de mulheres do bairro da Muribeca que produz artesanato e produtos de costura;
- **Trapeiros de Emaús:** organização que atua na reciclagem de materiais e reaproveitamento de equipamentos, além de oferecer cursos profissionalizantes para jovens.

A feira rapidamente ganhou adesão de estudantes, professores e servidores da UFPE, consolidando-se como um espaço de referência para o consumo de produtos agroecológicos e para o fortalecimento da economia solidária no ambiente universitário (Imagem 1).

Figura 1: Feira Agroecológica de Economia Solidária da UFPE/CCSA



2.2 CONCEITOS, CONTRADIÇÕES E DESAFIOS DA AGROECOLOGIA

Se faz necessário ao leitor(a) deste trabalho habituar-se a alguns termos comuns desta área. Falar de Agroecologia e seus termos agregados como agricultura familiar, sustentabilidade e valorização da cultura ancestral em contraponto ao modelo de agricultura dito como convencional (ou padrão) do Agronegócio, com suas monoculturas, agrotóxicos e alimentos transgênicos.

O modelo convencional de agricultura, também denominado agricultura industrial ou agronegócio, baseia-se num paradigma produtivista que prioriza o lucro em detrimento da sustentabilidade socioambiental. Fundamentado na tríade monocultivos-agrotóxicos-transgênicos, esse modelo promove a simplificação dos ecossistemas, a dependência de insumos externos e a concentração de terras e recursos, configurando-se como um sistema ecologicamente predatório e socialmente excludente (Caporal & Costabeber, 2004; Machado, 2017).

As monoculturas, essenciais na agricultura industrial, geram a perda da biodiversidade e provocam uma modificação geral no agroecossistema (Bravo, 2011). Assim, as empresas multinacionais lucram com a deterioração ambiental e com as falhas do modelo tecnológico, que elas mesmas criaram (Machado, 2017).

As monoculturas das grandes unidades de produção são insustentáveis social e ambientalmente e, do ponto de vista econômico requerem áreas cada vez maiores para compensar a redução crescente dos preços da produção em relação ao aumento dos preços dos insumos, máquinas e serviços utilizados na produção do agronegócio. Esta espiral não pode continuar indefinidamente, se desejamos uma possibilidade de futuro para a humanidade (Machado, 2017).

No referente aos agrotóxicos, são venenos jogados indiscriminadamente no ambiente e, como afirma Pimentel, "menos de 0,1% dos pesticidas aplicados para o controle dos parasitas alcança seus objetivos". Mais de 99,9% dos pesticidas usados migram ao ambiente, onde afetam a saúde pública e os biótipos benéficos, contaminando os solos, o ar e a atmosfera do ecossistema (Robin, 2012, p. 161)." Agrotóxico esse, palavra criada por Paschoal em 1979, é um termo mais forte do que "defensivo" e caracteriza perfeitamente a sua função: um tóxico na agricultura, as multinacionais e mesmo os organismos oficiais usam o eufemismo "defensivos" para nominar os venenos agrícolas (Machado, 2017).

Já no que tange aos alimentos transgênicos, pode-se afirmar que se tratam de organismos geneticamente modificados utilizados pelas multinacionais. Embora de uso corrente, a expressão é imprópria, ou mesmo errada, porque não existe na natureza organismo que não tenha sido produto de uma evolução com a modificação de sua estrutura genética e que, portanto, não seja um "organismo geneticamente modificado". Ocorre que “transgênico” tem conotação negativa e geneticamente modificado é menos inteligível e mais suave.

A principal questão relacionada com os transgênicos é que são produtos estranhos à natureza, ou seja, não fazem parte do conjunto de seres que se articulam entre si, nascem, crescem e morrem conforme a lei básica da vida. Um ser ou um produto alheio e estranho à comunidade natural acaba, sempre, sendo incorporado, criando, nesse processo de adaptação, novas formas naturais que vão se coadunando, se ajustando para consolidar a nova associação. Quanto a isto, não há dúvida, só que isso acontece nos tempos da natureza, ou seja, num processo de milênios (Machado, 1997).

Para Sevilla Guzmán (pág. 3, 1995) "a Agroecologia constitui campo dos conhecimentos que promove o manejo ecológico dos recursos naturais, através de formas de ação social coletiva que apresenta alternativas à atual crise da Modernidade, mediante propostas de desenvolvimento participativo desde os âmbitos da produção e da circulação alternativa de seus produtos, pretendendo estabelecer formas de produção e de consumo que contribuam para encarar a crise ecológica e social e, deste modo, restaurar o curso alterado da coevolução social e ecológica”.

A Agroecologia estabelece uma relação intrínseca com os saberes ancestrais e tradicionais, reconhecendo neles não apenas técnicas agrícolas sustentáveis, mas todo um sistema de conhecimento integrado à natureza. Como destacam Altieri (2012) e Toledo (2005), os povos tradicionais - indígenas, quilombolas e camponeses - desenvolveram ao longo de séculos sistemas agroalimentares complexos que mantêm a biodiversidade e garantem a segurança alimentar, baseados em princípios de reciprocidade e manejo adaptativo dos ecossistemas. Esses saberes, muitas vezes marginalizados pelo paradigma científico hegemônico, são ressignificados pela Agroecologia como alternativas concretas à crise socioambiental (Leff, 2002). A valorização desses conhecimentos se manifesta não apenas na adoção de práticas como agroflorestas e sementes crioulas, mas numa visão holística que integra produção, cultura e espiritualidade - o que Vandana Shiva (2003) denomina de "democracia da Terra". Nesse sentido, a Agroecologia emerge não como mera técnica agrícola, mas como

projeto político-epistemológico que questiona a colonialidade do saber e do poder (Santos, 2007), propondo diálogos de saberes que articulam conhecimentos científicos e tradicionais na construção de alternativas pós-extrativistas.

2.3 A AGROECOLOGIA EM CONTRAPONTO AO AGRONEGÓCIO

Conforme destaca Machado (2017, p. 21) em *A Dialética da Agroecologia*,

"A Agroecologia é uma ciência dialética. Como tal, não tem dogmas nem receitas, porém tem princípios. É o caminhomais racional para a produção de alimentos limpos".

Partindo dessa concepção, este trabalho compreende a Agroecologia enquanto modelo agrícola que resgata saberes agronômicos pré-Revolução Verde, mas que simultaneamente incorpora os avanços científicos e tecnológicos das últimas cinco décadas. Sua abordagem integra dimensões produtivas, sociais, políticas, culturais, ambientais, energéticas e éticas, sempre considerando a escala de atuação (Machado, 2017).

O primeiro passo para a construção de um novo paradigma é a desconstrução dos conceitos, técnicas e processos do modelo do agronegócio. É preciso abandonar os conceitos convencionais e, em seu lugar, estudar e incorporar saberes que promovam tecnologias limpas, que respeitam os bens comuns naturais, ao mesmo tempo em que ofereçam as produtoras e produtores um caminho produtivo e positivo, economia financeira, social, ambiental e eticamente (Machado, 2017).

A "Revolução Verde", entendida como um projeto de modernização agrícola global implementado a partir da década de 1940 (com auge nos anos 1960-1970), consistiu na difusão massiva de pacotes tecnológicos baseados em sementes de alto rendimento (híbridas e depois transgênicas), mecanização pesada, fertilizantes químicos e agrotóxicos - promovidos como solução para a "fome mundial" por instituições como FAO e Banco Mundial (Lappé & Collins, 1982). Essa revolução verde³, pôs em prática a tríade capitalista: tempo, custo, lucro. A auto denominada "modernização conservadora" da agricultura, que não foi nem "revolução" e, muito menos, "verde". A sua instituição, no Brasil, foi acompanhada de uma inteligente preparação, a qual contou com o apoio do Acordo MEC-USAID, que, além de modificar a estrutura da universidade brasileira, auspicou a formação de centenas de técnicos brasileiros com pós-

³ Segundo Severo, Matos e Clauzet (2016), a globalização, o crescimento populacional e o consumismo desenfreado são variáveis que ascendem desde a Revolução Industrial até a atualidade, sendo que autoridades e estudiosos voltam seus esforços para resolver problemas decorrentes do crescimento populacional percebido principalmente nos setores de produção de alimentos e infraestrutura para suprir a contínua evolução.

graduação nos Estados Unidos da América do Norte. Esses técnicos recebiam bolsas que os mantinham nos Estados Unidos durante quatro anos e ainda permitiam razoáveis economias. A dívida externa financiou. (Machado, 2017).

O projeto do campo e o projeto do agronegócio não se coadunam, uma vez que são projetos com características e formas opostas e conflitantes de conceber a natureza, os seres humanos e o trabalho. Enquanto o campesinato, definido por Chayanov (1981) como um modo de vida baseado na unidade família-território-trabalho, prioriza a reprodução da vida através da diversificação produtiva e da gestão comunitária dos recursos naturais (Van der Ploeg, 2008), o agronegócio opera sob a lógica do capital, convertendo a natureza em commodity e o trabalho em mercadoria (Marx, 1867). Esse conflito se materializa em: relação com a terra (bem comum vs. recurso produtivo); temporalidade (ciclos ecológicos vs. ritmo do mercado financeiro); e finalidade (soberania alimentar vs. acumulação de capital), conforme demonstram os estudos de Fernandes (2008) sobre a territorialização do capital no campo brasileiro. Tal afirmação de que o campesinato e o agronegócio não coadunam está em consonância com Fernandes (1999, p. 40- 41), o qual cita que:

“[...] os territórios do campesinato e os territórios do agronegócio são organizados de formas distintas, a partir de diferentes relações sociais. Um exemplo importante é que enquanto o agronegócio organiza seu território para produção de mercadorias, o grupo de camponeses organiza seu território, primeiro para sua existência, precisando desenvolver todas as dimensões da vida. [...] A paisagem do território do agronegócio é homogênea, enquanto a paisagem do território do camponês é heterogênea. A composição uniforme e geométrica da monocultura se caracteriza pela pouca presença de pessoas no território, porque sua área está ocupada por mercadoria, que predomina na paisagem. A diversidade dos elementos que compõem a paisagem do território camponês é caracterizada pela grande presença de pessoas no território, porque é nesse e desse espaço que constroem suas existências, produzindo alimentos. Homens, mulheres, jovens, meninos e meninas, moradias, produção de mercadorias, culturas e infraestrutura social, entre outros, são os componentes da paisagem dos territórios camponeses.

Assim sendo, a Agroecologia, ao se contrapor ao agronegócio, e, portanto, negando esses procedimentos custosos e destrutivos, soluciona os problemas criados pela “revolução verde” através de condutas e processos simples e eficientes como a própria essência da natureza: desintoxicação do solo, sem rotulá-lo; controle dos parasitas (e dos agrotóxicos) pela trofobiose; nutrição das plantas através do ciclo do etileno no solo e das substâncias complexas de alto peso molecular e dispensa dos fertilizantes externos pela ação dos microrganismos do solo, por meio da transmutação dos elementos à baixa energia. E tudo isto com proteção ambiental e sem custo

financeiro a produtora e produtor, pois todos esses processos são realizados, em última análise, à custa da energia solar que é gratuita (Machado, 2017).

2.4 ALIMENTOS DO AGRONEGÓCIO *VERSUS* ALIMENTOS AGROECOLÓGICOS E A SOBERANIA ALIMENTAR NACIONAL

As feiras agroecológicas operam como interfaces dinâmicas entre o rural e o urbano, reconfigurando a tradicional dicotomia campo-cidade ao estabelecer fluxos materiais e simbólicos baseados na reciprocidade. Nelas, os produtos agrícolas carregam consigo não apenas valores nutricionais, mas também a memória dos territórios camponeses de origem - suas paisagens, saberes e lutas (Porto-Gonçalves, 2006). Essa conexão materializa o que Wanderley (2009) denomina de "novo rural brasileiro", onde a relação campo-cidade deixa de ser hierárquica (centro-periferia) para tornar-se complementar, mediada por valores ecológicos e solidários. Ao viabilizar o encontro direto entre quem produz e quem consome, essas feiras subvertem a lógica dos circuitos longos do agronegócio - que aliena a origem dos alimentos - e ressignificam o espaço urbano como lugar de acolhimento das culturas rurais (Sabourin, 2012).

Nesse processo, reforçam-se tanto a identidade territorial dos agricultores familiares quanto o compromisso ético dos consumidores urbanos, criando uma geografia alimentar alternativa que contesta a mercantilização da natureza (Fernandes, 2009). A soberania alimentar é a capacidade que um país tem de alimentar a sua população com produtos provenientes de sua agricultura animal e vegetal, importando apenas um ou outro alimento que, mais por razões culturais que agrícolas, não são produzidos⁴. Mas, a dieta básica/calórica/proteica é suprida com alimentos cultivados livremente dentro de suas fronteiras. A soberania alimentar é pré-condição para a soberania política. Nesse sentido, a situação do Brasil ainda é delicada e vulnerável (Machado, 2017).

A percepção generalizada de que os produtos agroecológicos possuem preços elevados não constitui um equívoco completo, mas antes reflete uma realidade parcialmente distorcida pelos contextos de comercialização. Como demonstrado por Schneider et al. (2016), essa impressão fundamenta-se principalmente na observação dos preços praticados nos canais

⁴ O conceito de soberania alimentar surgiu como um contraponto da Via Campesina ao conceito de segurança alimentar na Cúpula Mundial sobre Alimentação que foi realizada pela Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura (FAO), realizada em Roma em 1996.

convencionais de distribuição, particularmente nas grandes redes supermercadistas que comercializam produtos orgânicos certificados. Nestes espaços, os valores são efetivamente superiores, conforme comprovado por diversas pesquisas acadêmicas (Schneider et al., 2016; Sabourin, 2015).

Contudo, é crucial diferenciar estes circuitos longos de distribuição das feiras agroecológicas, onde a dinâmica de formação de preços obedece a lógicas distintas. Nas feiras estudadas neste trabalho, como bem elucidado por Petersen et al. (2013), os preços são estabelecidos através de um sistema coletivo que combina tabelas de valores referenciais - considerando parâmetros como qualidade e tamanho dos produtos - com assembleias anuais que envolvem todas as famílias agricultoras participantes. Este mecanismo, conforme analisado por Sabourin (2015), representa uma inovação institucional que visa garantir equidade tanto para produtores quanto para consumidoras e consumidores, mitigando as flutuações abruptas características dos mercados convencionais.

A relativa acessibilidade de preços nestes espaços decorre fundamentalmente da natureza dos circuitos curtos de comercialização, amplamente estudados por Petersen et al. (2013) e Esterci e Sabourin (2013). Ao eliminar os múltiplos intermediários que caracterizam as cadeias agroindustriais - onde cada elo exige sua margem de lucro, frequentemente às custas da remuneração justa ao produtor (Schneider et al., 2016) - as feiras agroecológicas conseguem conciliar preços competitivos com remuneração adequada aos agricultores familiares.

Não obstante estes avanços, como alerta Carneiro (2012), a acessibilidade econômica não se traduz automaticamente em democratização do acesso. A concentração geográfica destas feiras em bairros de classe média e média-alta das grandes cidades brasileiras - quando existentes - cria um paradoxo onde os benefícios da agroecologia permanecem restritos a segmentos específicos da população (Carneiro, 2012). Esta realidade evidencia, conforme argumenta Caporal (2009), a necessidade urgente de políticas públicas que reconheçam as feiras agroecológicas não apenas como instrumentos de geração de renda para agricultores familiares, mas como elementos estratégicos dos sistemas municipais de abastecimento alimentar, merecedores de investimentos que permitam sua expansão para áreas periféricas.

O quadro atual da agricultura alternativa, embora demonstre crescimento expressivo em números absolutos - com contingentes significativos de produtores envolvidos mundialmente, como destacam Altieri (2012) e Fernandes (2009) - ainda representa parcela modesta tanto em

termos de área cultivada quanto de volume de produção quando comparado ao modelo convencional (Altieri, 2012; Fernandes, 2009). Esta disparidade reflete os desafios estruturais que a transição agroecológica enfrenta num cenário de hegemonia do agronegócio, conforme analisado por Fernandes (2009) em seus estudos sobre territorialidade e conflitos no campo brasileiro.

Porém, de acordo com Fonseca (2009, p. 31), a participação de agricultoras e agricultores familiares e trabalhadoras e trabalhadores rurais na produção de orgânicos - que ultrapassa os 70,0% do total de "projetos controlados" envolve castanha de caju e frutos da Amazônia, frutas, legumes e verduras, café, cacau, óleos essenciais (cosméticos) e algodão colorido, entre outros produtos, com destinação ao mercado interno e também ao mercado externo. Por outro lado, grandes empreendimentos se dedicam principalmente à soja, mel, cacau, cana-de-açúcar e frutas, além da pecuária de corte. Desse conjunto de produtos, o grupo que compreende legumes e verduras, frutas, mel, raízes e tubérculos, além de plantas medicinais e aromáticas, constitui o núcleo principal de produtos comercializados nas chamadas feiras agroecológicas no Brasil.

Interessante citar neste trabalho o trecho de uma entrevista, veiculada no jornal Brasil de Fato em 20 de outubro de 2021 pela jornalista Gabriela Moncau, onde os autores Marco Antônio Mitidiero Júnior e Yamila Goldfarb demonstram que o Agronegócio não só não traz alimentos para a população brasileira, que só vê aumentar o alarmante nível da fome. Ao contrário: de acordo com a pesquisa, o setor fomenta a desigualdade, que faz com que atualmente 55% da população não tenha certeza se terá o suficiente para se alimentar no dia seguinte.

Na entrevista, a jornalista questiona os autores de o porquê as agricultoras, agricultores, pesquisadoras e pesquisadores defendem que agroecologia pode sanar a fome no Brasil, obtendo a resposta dos autores supracitados de que a partir da análise de dados da balança comercial, do PIB e do IBGE, a pesquisa aponta que o agro pouco contribui com o Produto Interno Bruto (PIB), traz altos custos ao Estado, gera poucos empregos e é o grande responsável por devastações ambientais. “O agronegócio é, portanto, nada mais e nada menos do que um negócio. O agronegócio não está preocupado em alimentar a população em nenhum lugar do planeta.”

“A Agroecologia tinha que acontecer agora numa escala planetária. Aqui no país, se a ideia é justiça ambiental, tinha que começar por restaurar as áreas que estão queimadas

com a prática da agroecologia e não com reflorestamento [feito por empresas com interesses capitalistas]”, Ailton Krenak, em entrevista aos jornalistas Daniel Lamar e Mariana Duarte de Souza do jornal Brasil de Fato, em 23 nov. 2023.

A Lei Federal no 10.831, de 23 de dezembro de 2003, descreve o sistema orgânico de produção agropecuária como o modo de produzir que adota técnicas específicas, como a otimização dos recursos naturais e socioeconômicos disponíveis. Este sistema busca não somente respeitar as culturas das comunidades rurais, também pretende ser uma alternativa econômica mais sustentável e ecológica (Brasil, 2003). A agricultura orgânica, reconhece as dimensões ambientais, culturais e políticas da produção agrícola. Fundamenta-se no desenvolvimento rural sustentável e no cultivo de produtos que não afetam o equilíbrio ambiental, e defende, o cuidado da saúde das produtoras e produtores e das consumidoras e consumidores (Ferreira; Cepolini, 2018).

A fim de garantir a segurança alimentar e nutricional (SAN)⁵ é necessário implementar um novo estilo de agricultura sustentável que utilize princípios científicos da Agroecologia. A verdadeira modernização da agricultura exige que o manejo dos recursos naturais e a seleção de tecnologias usadas no processo produtivo sejam o resultado de uma nova forma de aproximação e integração entre Ecologia e Agronomia, onde os estilos de agricultura devem ser compatíveis com a heterogeneidade dos agroecossistemas. Além disso, deve-se levar em conta os conhecimentos locais, os avanços científicos e a socialização de saberes, além do uso de tecnologias menos agressivas ao ambiente e à saúde das pessoas e poupadoras de recursos não renováveis (Caporal; Costabeber, 2003). Protagonistas desse cenário, a agricultura familiar e camponesa desempenha papel fundamental na transição rumo à uma economia sustentável, especialmente aqueles relacionados à produção de alimentos saudáveis (Brandenburg et al, 2016). Para tanto, o paradigma agroecológico e de sustentabilidade leva à construção e expansão de novos saberes socioambientais, alimentando e promovendo o processo de transição agroecológica (Caporal; Costabeber, 2002).

⁵ A partir da Lei Orgânica de Segurança Alimentar e Nutricional (LOSAN) de 2006 foi definido como a "realização do direito de todos ao acesso regular e permanente a alimentos de qualidade, em quantidade suficiente, sem comprometer o acesso a outras necessidades essenciais, tendo como base práticas alimentares promotoras da saúde, que respeitem a diversidade cultural e que sejam ambiental, cultural, econômica e socialmente sustentáveis”.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Do ponto de vista metodológico, esta pesquisa adota uma abordagem qualitativa de caráter descritivo e exploratório. O método qualitativo foi selecionado por sua adequação em investigar as percepções e motivações das consumidoras e consumidores da feira agroecológica, enquanto a natureza descritiva permite caracterizar detalhadamente o perfil socioeconômico desses consumidores e suas avaliações sobre a experiência de aquisição de produtos agroecológicos.

Para embasamento técnico e melhor entendimento visual dos leitores, é apresentado a uma pesquisa de campo autoral. A coleta de dados foi feita através de apenas um questionário simplificado (Anexo A), onde as consumidoras e consumidores eram entrevistados(as) de forma aleatória a medida que consumidoras e consumidores iam chegando à feira. A entrevista semi-estruturada é uma combinação de perguntas abertas e fechadas, que possibilita que as entrevistadas e entrevistados construam seu próprio discurso e opiniões, no decorrer da entrevista (Fraser; Gondim, 2004). A pesquisa ocorreu com 30 consumidoras e consumidores, dentro do espaço da feira agroecológica. Dentre as consumidoras e consumidores que participaram da entrevista, havia a presença de alunos(as), professores(as) e técnicos(as), além de visitantes locais.

O questionário aplicado continha 11 perguntas: idade, escolaridade, frequência de visita à feira, bairro onde reside, média de gasto por visita, produtos que mais comprou, motivação de ir à feira, se nota a diferença no sabor dos alimentos, como conheceu a feira, se já ouviu falar sobre Agroecologia e por fim, opinião sobre o valor dos alimentos.

Foi realizada uma análise qualitativa dos dados, destacando as observações feitas pelas consumidoras e consumidores na entrevista e uma análise quantitativa dos dados por meio de planilha eletrônica *Microsoft Excel* e apresentação dos resultados em gráficos e tabelas, começando pelo gráfico da faixa etária das consumidoras e consumidores da feira agroecológica.

A amostragem não probabilística e por conveniência, foi composta por consumidoras e consumidores que concordaram voluntariamente em colaborar com o estudo, preservando-se o anonimato dos respondentes. Essas entrevistas tiveram como objetivo capturar dimensões subjetivas do consumo, como motivações de compra e avaliações qualitativas sobre os produtos oferecidos.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Os resultados obtidos nesta pesquisa permitem uma análise multidimensional sobre a Feira Agroecológica de Economia Solidária da UFPE/CCSA, abrangendo desde o perfil socioeconômico das consumidoras e consumidores até suas percepções sobre alimentos agroecológicos. Este capítulo organiza essas discussões em três eixos principais: a caracterização do público consumidor, as motivações e percepções sobre consumo agroecológico e por fim, o papel da feira na construção de alternativas sustentáveis.

4.1 DETERMINANTES DA PERCEPÇÃO DAS CONSUMIDORAS E CONSUMIDORES SOBRE ALIMENTOS AGROECOLÓGICOS

Percepção é a faculdade de aprender por meio dos sentidos ou da mente. Para a Psicologia, a palavra “percepção” não se refere a um acontecimento isolado. Sekuler e Blake (1990), descrevem-na como um processo integrado, onde consiste em uma organização e interpretação dos estímulos que foram recebidos pelos sentidos e que possibilita identificar certos objetos e acontecimentos, tendo duas etapas, a sensorial e a intelectual. As duas se complementam, porque as sensações não proporcionam uma visão real do mundo, e devem ser trabalhadas pelo intelecto.

A percepção influencia diretamente a maneira como consumidoras e consumidores enxergam e valorizam os alimentos agroecológicos, pois envolve tanto aspectos sensoriais (Fischler, 1995) quanto critérios de qualidade intrínsecos (Schottz, 2018). Esses fatores determinam como interpretam os benefícios desses produtos, desde características como sabor e aroma até valores éticos (Caporal, 2009). As consumidoras e consumidores avaliam os alimentos agroecológicos com base em estímulos dos sentidos, como a aparência, aroma, sabor e textura. Os produtos agroecológicos podem ter formatos e cores naturais, diferentes dos alimentos convencionais tratados com agrotóxicos (Schottz; Petersen, 2015, p. 45). A maior parte das consumidoras e consumidores relatam que os alimentos agroecológicos possuem um sabor mais autêntico e um aroma mais forte, o que pode influenciar sua preferência (Caporal, 2009). A forma como os alimentos são processados ou cultivados pode afetar a textura, tornando-a um critério importante na decisão de compra (Esterci & Sabourin, 2013).

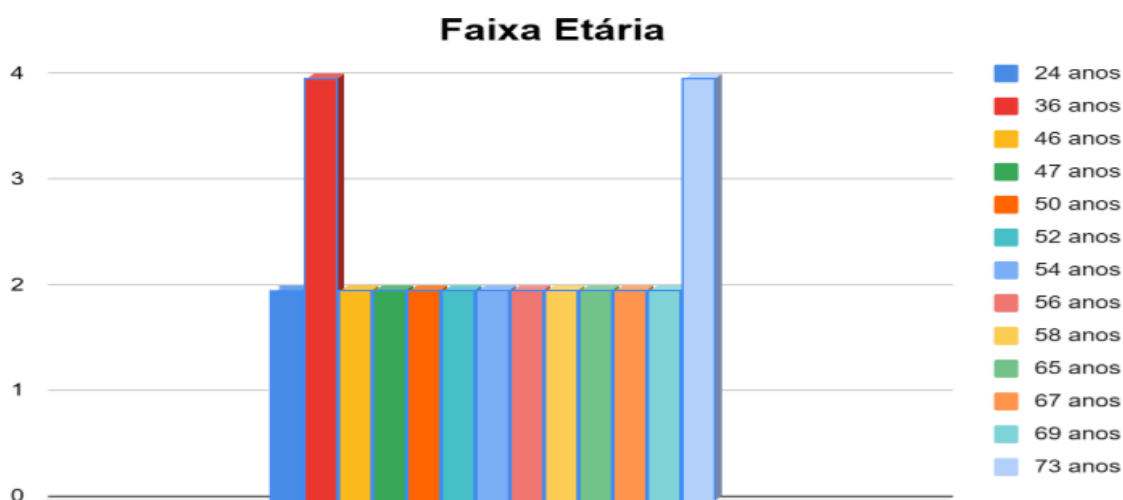
Além da experiência sensorial, a valorização dos alimentos agroecológicos depende do conhecimento e das crenças das consumidoras e consumidores sobre o tema (Fischler, 1995, p. 112). Alguns fatores que moldam essa percepção incluem a educação das consumidoras e

consumidores e o acesso à informação, pois consumidoras e consumidores mais informados(as) sobre os impactos ambientais e à saúde dos agrotóxicos tendem a valorizar mais os alimentos agroecológicos (Caporal, 2009 p. 92). Os valores e cultura das consumidoras e consumidores de produtos agroecológicos também é levado em conta, ressaltando que quem adota hábitos sustentáveis e valoriza a preservação ambiental tende a enxergar os alimentos agroecológicos como uma escolha ética e responsável, criando assim uma confiança entre consumidoras, consumidores, produtoras e produtores, gerando credibilidade, pois a percepção sobre a autenticidade dos produtos influencia sua valorização (Schottz, V; Petersen, P. p. 40-49, 2015). As feiras agroecológicas criam um ambiente de maior proximidade entre produtoras, produtores, consumidoras e consumidores, o que aumenta a confiança na qualidade e na procedência dos alimentos (Esterci e Sabourin, 2013, p. 78).

Pesquisas indicam que a saúde é o principal fator que motiva o consumo de produtos orgânicos e agroecológicos. Albuquerque Júnior et al. (2013) constataram que as consumidoras e consumidores priorizam aspectos relacionados ao bem-estar físico ao escolher esses alimentos. Da mesma forma, Lima-Filho e Quevedo-Silva (2012) verificaram que os entrevistados de seu estudo associam os produtos orgânicos a maiores benefícios para a saúde em comparação com os convencionais. Contudo, vale destacar que embora os participantes demonstrassem consciência sobre os benefícios saudáveis desses alimentos, o estudo de Sousa et al. (2012) revelou que essa percepção não se traduziu em um impacto significativo nas escolhas de consumo. Os autores sugerem que isso pode ocorrer porque diversas consumidoras e consumidores buscam resultados imediatos em sua alimentação, enquanto os benefícios dos produtos agroecológicos - assim como os malefícios dos agrotóxicos - costumam se manifestar apenas a longo prazo. Essa discrepância temporal entre expectativa e realidade poderia explicar a baixa influência do fator saúde nas decisões de compra no contexto da pesquisa.

Na sequência é apresentado uma sequência de gráficos sobre as respostas obtidas pelas consumidoras e consumidores na feira em foco neste estudo, começando pelo Gráfico 1 abaixo:

Gráfico 1: Faixa Etária das consumidoras e consumidores da feira agroecológica

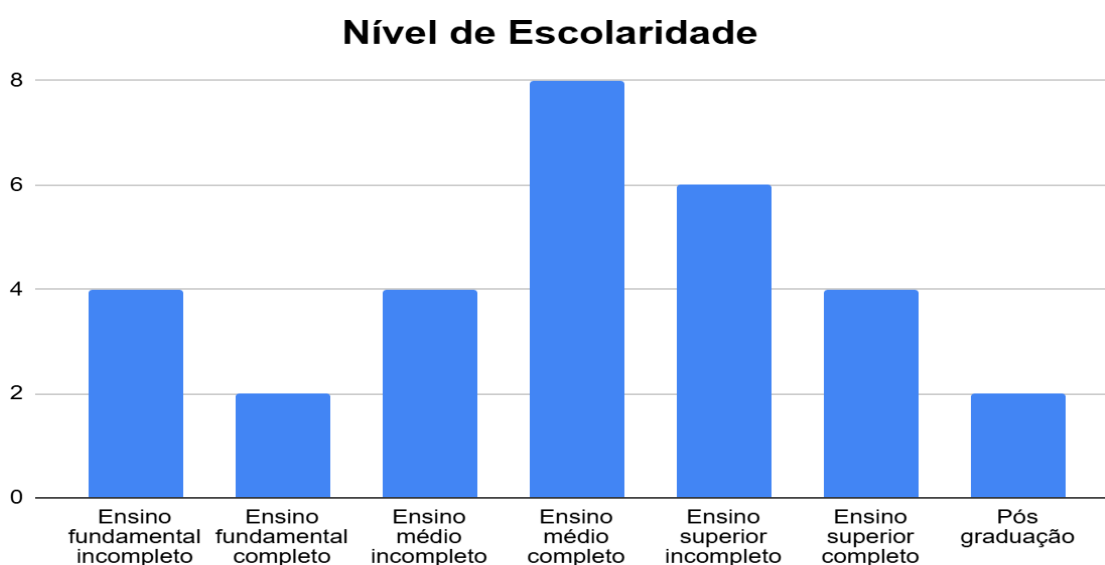


Fonte: A autora (2025).

O gráfico apresentado mostra a faixa etária das consumidoras e consumidores da feira agroecológica do CCSA, revelando uma participação predominante de pessoas com idades entre 36 e 73 anos, com destaque para as idades de 36 e 73 anos, que possuem a maior concentração de consumidoras e consumidores, com 4 pessoas em cada faixa etária. A predominância de consumidores acima de 46 anos (80%) nas feiras agroecológicas encontra respaldo na literatura, que associa essa faixa etária a uma maior conscientização sobre os impactos da alimentação na saúde e no meio ambiente. Estudos como os de Lockie et al. (2002) e Hughner et al. (2007) demonstram que indivíduos nessa fase da vida tendem a priorizar alimentos saudáveis devido a preocupações com doenças crônicas e qualidade de vida, corroborando os dados do Gráfico 1 deste estudo. Além disso, pesquisas sobre consumo sustentável (Dagevos; Voordeck, 2013) indicam que a maturidade está associada a uma maior consciência socioambiental, manifesta na preferência por produtos que combinam benefícios pessoais (ex.: isenção de agrotóxicos) e coletivos (ex.: apoio à agricultura familiar). Esse perfil condiz com a percepção dos entrevistados sobre a diferença no sabor e qualidade dos alimentos agroecológicos (Gráfico 7), reforçando a hipótese de que a experiência acumulada e a estabilidade financeira facilitam a adoção de hábitos alimentares alinhados aos princípios da Agroecologia (Zepeda; Li, 2007). No Gráfico 2, ele apresenta a escolaridade das consumidoras e consumidores da feira agroecológica do CCSA, com um total de 30 participantes. Os dados mostram que a maioria das consumidoras e consumidores possui ensino médio completo (8

peçoas) e ensino superior incompleto (6 peçoas), o que indica que a feira atrai um público com nível de escolaridade variado, mas com uma concentração em níveis de ensino médio e superior. A presença de consumidoras e consumidores com escolaridade mais alta, incluindo aqueles com ensino superior completo (4 peçoas) e pós-graduação (2 peçoas), pode sugerir um maior interesse por produtos agroecológicos entre peçoas com maior acesso à educação, que tendem a ter mais conhecimento sobre os benefícios e a importância de uma alimentação saudável e sustentável⁶. Por outro lado, o número relativamente menor de peçoas com ensino fundamental incompleto ou completo pode indicar que a feira tem uma menor adesão entre indivíduos com menor nível de escolaridade, o que pode estar relacionado ao acesso à informação sobre os produtos e seus benefícios.

Gráfico 2: Nível de escolaridade das consumidoras e consumidores da feira agroecológica



Fonte: A autora (2025).

Sobre a frequência, o Gráfico 3 revela a frequência das consumidoras e consumidores na feira agroecológica do CCSA revela que a maioria dos participantes (66,7%) frequenta a feira semanalmente, o que indica uma forte adesão e hábito de consumo entre esse público. Além disso, 13,3% visitam a feira de 2 a 3 vezes por mês e outros 13,3% vão "de vez em quando", enquanto uma minoria (6,7%) está ali pela primeira vez. Os dados de frequência

⁶ Nota da autora: Estudos como os de Dallacker et al. (2018) no *Journal of Nutrition Education and Behavior* comprovam que indivíduos com ensino superior apresentam maior capacidade de interpretar rótulos nutricionais e identificar riscos associados a ultraprocessados, além de maior familiaridade com conceitos como agroecologia (como será observado no Gráfico 8 mais adiante).

(Gráfico 3) revelam que 66,7% dos entrevistados frequentam a feira semanalmente, padrão que sugere – dentro dos limites metodológicos deste estudo – uma possível incorporação desse espaço às rotinas de consumo. A recorrência pode estar associada à percepção de qualidade dos produtos, evidenciada nas respostas sobre sabor e procedência (como será mostrado no Gráfico 7 mais adiante), mas não permite inferir motivações ou graus de engajamento sem análise qualitativa complementar, como destacam Esterici & Sabourin (2013) em estudos sobre circuitos curtos, além de refletir uma conscientização crescente sobre os benefícios da alimentação saudável⁷. A participação de novatas e novatos, embora menor, pode indicar que a feira ainda atrai novos visitantes, sugerindo um potencial para crescimento e expansão do público ao longo do tempo.

Gráfico 3: Frequência das consumidoras e consumidores na feira agroecológica



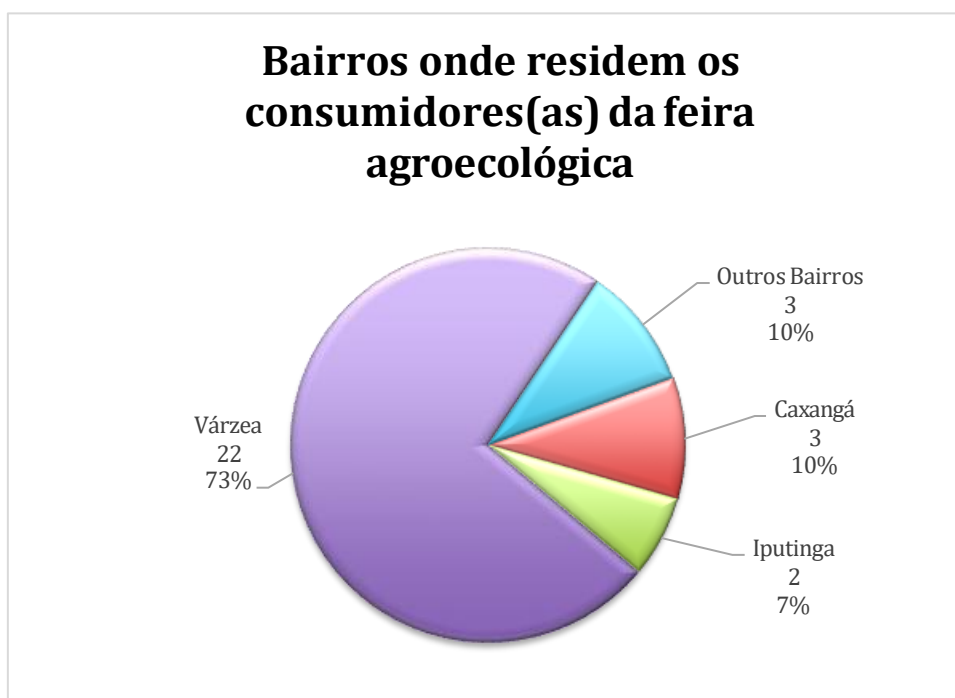
Fonte: A autora (2025).

Referente ao gráfico 4 que apresenta a distribuição geográfica das consumidoras e consumidores da feira em estudo, revela um padrão espacial significativo para a compreensão

⁷ De acordo com um feirante com longa experiência no mercado, a confiança dos consumidores é estabelecida por meio da convivência contínua. A feira, que já existe há 19 anos, conta com clientes que a acompanham desde o início. Nos últimos dois anos, projetos comunitários e eventos têm aproximado ainda mais os consumidores da produção local, permitindo que aqueles que participam desses eventos possam testemunhar o processo de produção e afirmar: “Realmente, eu conheci”.

do perfil socioeconômico e das dinâmicas de acesso a esse espaço. Embora os dados específicos dos bairros não estejam explicitados no texto, a análise contextual permite inferir relações importantes com os demais gráficos e com o marco teórico da pesquisa, evidenciando que a feira atrai principalmente consumidoras e consumidores de bairros próximos à universidade (Mapa 2), com perfil educacional e econômico que favorece o consumo consciente. A distribuição espacial dos consumidores (Mapa 2 e gráfico 4) revela que 73% residem em bairros centrais ou adjacentes à UFPE (ex.: Várzea, Iputinga), enquanto apenas 7% vêm de regiões periféricas (ex.: Cohab, Mustardinha). Essa concentração geográfica – associada aos dados de escolaridade (Gráfico 2, com 60% dos entrevistados tendo ensino médio completo ou superior) e faixa etária (Gráfico 1, com 80% acima de 46 anos) – sugere barreiras socioeconômicas e de mobilidade urbana ao acesso, reforçando a necessidade de políticas públicas que ampliem a inclusão de comunidades periféricas, conforme defendido por Machado (2017) nos princípios da soberania alimentar.

Gráfico 4: Bairros onde residem as consumidoras e consumidores da feira agroecológica



Fonte: A autora (2025).

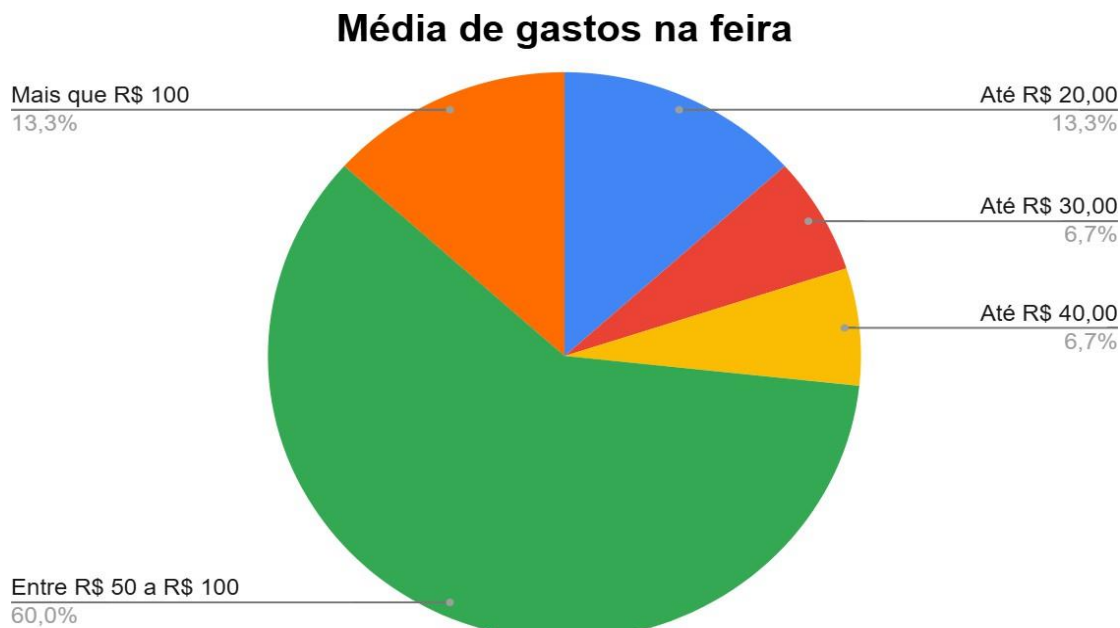
Mapa 2: Mapa de geolocalização dos bairros onde residem as consumidoras e consumidores da feira agroecológica



Fonte: A autora (2025).

A análise espacial das consumidoras e consumidores, conforme apresentada no Mapa 2, evidencia uma significativa concentração de frequentadores em bairros adjacentes à UFPE, como Várzea e Ipatinga, contrastando com a reduzida presença de moradores de áreas periféricas. Esse padrão de distribuição geográfica corrobora as críticas de Carneiro (2012) acerca do caráter ainda restrito das feiras agroecológicas a segmentos populacionais específicos. A pouca representação de consumidores de regiões mais distantes aponta para a existência de obstáculos espaciais e econômicos que comprometem o princípio da soberania alimentar (Machado, 2017). Ainda sobre o mapa supracitado, também permitiu identificar relações entre localização residencial, padrões de deslocamento e condições de acesso à feira. Esses elementos foram analisados à luz da concepção de territorialidade proposta por Santos (1996), que compreende o espaço não apenas em sua dimensão física, mas também como produto das interações sociais. Na interpretação dos resultados, considerou-se como essa dinâmica espacial influencia tanto a frequência de visita quanto o perfil de consumo, aspectos que serão detalhadamente discutidos na apresentação dos achados desta pesquisa.

Gráfico 5: Média de gastos das consumidoras e consumidores na feira agroecológica



Fonte: A autora (2025).

O Gráfico 5 que trata sobre a média de gastos das consumidoras e consumidores na feira agroecológica do CCSA, revela que a maior parte dos participantes (60%) gastaram entre 50 a 100 reais por visita, indicando que, para boa parte, os produtos da feira representam um investimento em alimentação saudável e sustentável. Além disso, 13,3% das consumidoras e consumidores gastam mais de 100 reais, o que pode refletir uma disposição ainda maior em investir em alimentos orgânicos e naturais, possivelmente devido à qualidade dos produtos ou à frequência das compras. Por outro lado, 13,3% gastam até 20 reais e 6,7% até 30 ou 40 reais, o que sugere que uma parte do público tem um orçamento mais restrito ou faz compras mais pontuais. Esses dados indicam uma diversidade no perfil de consumo, com uma base de consumidoras e consumidores dispostos a gastar mais em alimentos saudáveis, mas também com consumidoras e consumidores que priorizam gastos mais modestos, o que pode estar relacionado à acessibilidade dos preços ou às necessidades específicas de cada indivíduo.

Gráfico 6: Alimentos mais procurados pelas consumidoras e consumidores na feira agroecológica



Fonte: A autora (2025).

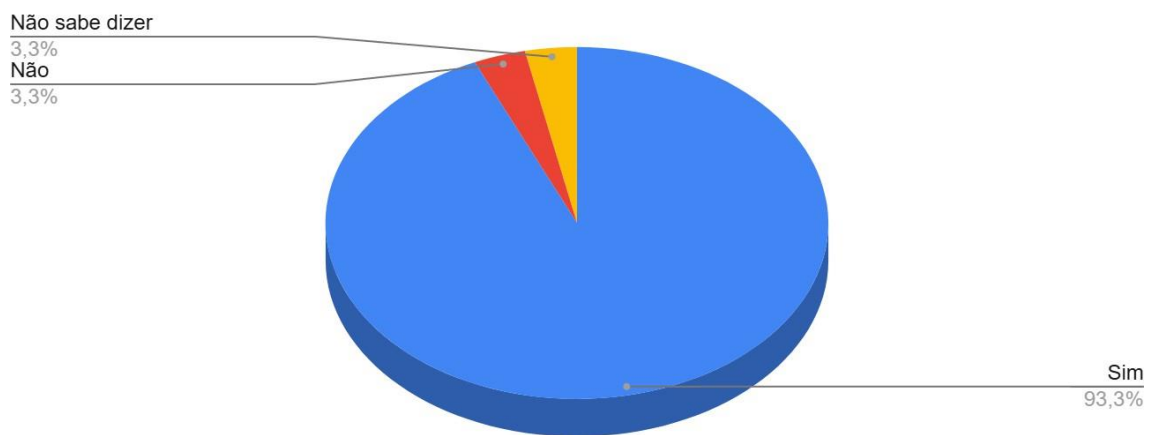
No que se refere aos alimentos mais procurados pelas consumidoras e consumidores na feira agroecológica do CCSA, o Gráfico 6 nos mostra que há uma diversidade de escolhas, com destaque para itens como alface, macaxeira, coentro e banana, que representam 14,7% da preferência para cada um(a). Esses alimentos sugerem que as consumidoras e consumidores buscam principalmente produtos frescos e versáteis, bastante utilizados na alimentação cotidiana, como folhas verdes, raízes e frutas. A presença de itens como acelga, limão, inhame, cúrcuma e alho, com menor percentual de procura (2,9%), pode indicar um interesse por produtos específicos e saudáveis, mas que são consumidos em menor quantidade. A categoria "outros alimentos", com 11,8%, também demonstra que há uma variedade de interesses por outros itens que não estão listados entre os mais comuns, o que pode refletir uma busca por diversidade nutricional e novos sabores. Esses dados indicam que as consumidoras e consumidores da feira agroecológica do CCSA estão interessados em alimentos frescos, nutritivos e típicos de uma alimentação mais natural, mas também apresentam uma diversidade de preferências que atendem a diferentes necessidades dietéticas e culturais.

Segundo um feirante entrevistado no dia 13 de maio de 2025, a venda de alimentos na feira varia conforme a época do ano. Itens como tomate, vagem e pimentão são frequentemente

procurados, embora nem sempre estejam disponíveis. No entanto, os alimentos mais comuns e consistentes em vendas são coentro, cebolinha, couve, rúcula e alface. Em contrapartida, alguns alimentos como hortelã folha graúda, jambu e camomila têm uma venda menor, embora ainda sejam itens importantes que não podem faltar na feira.

Gráfico 7: Percepção das consumidoras e consumidores na diferença no sabor dos alimentos

Percepção dos consumidores na diferença no sabor dos alimentos

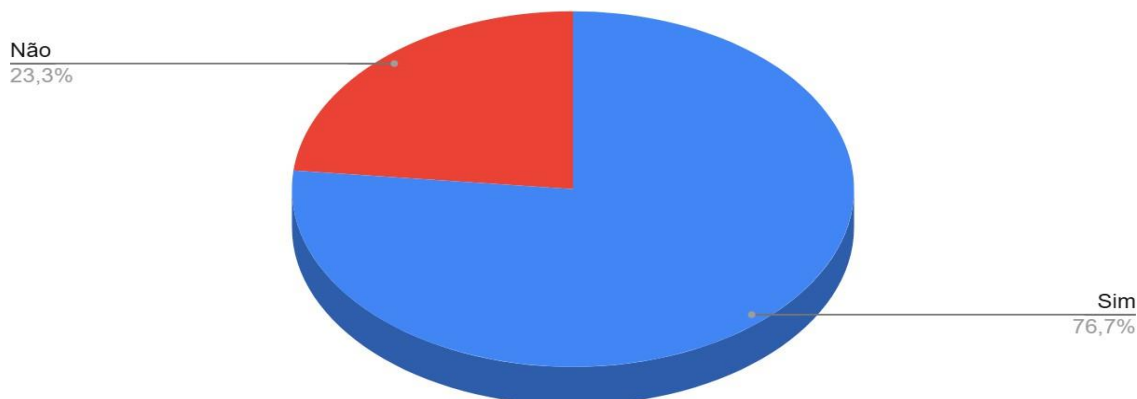


Fonte: A autora (2025).

O Gráfico 7, que apresenta a percepção das consumidoras e consumidores sobre a diferença de sabor entre os alimentos da feira agroecológica do CCSA e os da agricultura convencional, revela que a grande maioria (93,3%) dos participantes acredita que os alimentos da feira têm um sabor superior. Esse alto índice sugere que as consumidoras e consumidores percebem uma diferença significativa na qualidade e no sabor dos produtos agroecológicos, o que pode ser um dos principais atrativos para a adesão à feira. A pequena porcentagem de 3,3% que não percebe essa diferença pode estar relacionada a variáveis individuais, como o paladar ou a falta de familiaridade com alimentos agroecológicos. Já o mesmo percentual de 3,3% que não souberam responder pode refletir uma falta de conhecimento ou experiência para fazer essa comparação. Esses dados indicam que a percepção de sabor, associada à qualidade dos alimentos, é um fator relevante para o público da feira agroecológica, sugerindo que a maioria das consumidoras e consumidores valorizam não só os aspectos nutricionais, mas também a experiência sensorial proporcionada pelos alimentos naturais e frescos.

Gráfico 8: Conhecimento das consumidoras e consumidores sobre o termo “Agroecologia”

Se os consumidores já ouviram falar no termo "Agroecologia"



Fonte: A autora (2025).

Por fim, o Gráfico 8 analisa o grau de familiaridade das consumidoras e consumidores com o termo “Agroecologia”, revelando que 76,7% declararam tê-lo ouvido em algum contexto – dado que, conforme alertam Caporal e Costabeber (2004), não equivale necessariamente à compreensão substantiva do conceito enquanto ciência, prática e movimento social. Essa distinção é crucial, pois como demonstram Schottz e Petersen (2015), o reconhecimento nominal de termos agroecológicos nem sempre se traduz em mudanças concretas de consumo ou apoio político à agricultura familiar. Esse dado sugere que a maioria das consumidoras e consumidores está familiarizada com a Agroecologia, o que pode refletir um maior engajamento com práticas agrícolas sustentáveis e preocupações com o meio ambiente e a saúde. A porcentagem significativa de pessoas que não conhecem o termo, no entanto, indica uma oportunidade para aumentar a conscientização sobre os benefícios da agroecologia, que vai além da simples oferta de alimentos orgânicos, envolvendo práticas que respeitam a biodiversidade e promovem o equilíbrio ecológico. Esse cenário aponta para a importância de continuar a educar as consumidoras e consumidores sobre o impacto positivo da agroecologia, tanto no plano ambiental quanto na saúde pública, para expandir ainda mais o interesse por essa abordagem de produção alimentar.

No referente ao perfil das consumidoras e consumidores, os dados coletados revelam um público predominantemente adulto (36–73 anos), com escolaridade variando entre ensino médio completo e superior incompleto (Gráficos 1 e 2). Esse perfil corrobora a literatura citada

no referencial teórico, que associa maior conscientização sobre alimentação saudável a níveis educacionais mais elevados (Caporal, 2009; Schottz & Petersen, 2015). A predominância de consumidoras e consumidores de meia-idade e idosos pode estar relacionada à maior preocupação com saúde a longo prazo, conforme apontado por Albuquerque Júnior et al. (2013).

Contudo, a baixa representatividade de jovens (18–35 anos) e de pessoas com escolaridade fundamental sugere barreiras de acesso, seja por falta de informação, como destacado no Gráfico 8 (onde 23,3% desconhecem o termo "Agroecologia"), seja por limitações econômicas. O Gráfico 5 mostra que 60% das consumidoras e consumidores gastam entre R\$ 50-R\$100 por visita, valor que pode ser proibitivo para parcelas da população, reforçando a crítica de Carneiro (2012) sobre a concentração dessas feiras em bairros de classe média.

Sobre a frequência de visitação (Gráfico 3) revela um núcleo das consumidoras e consumidores fiéis (66,7% semanais), que veem a feira como parte de sua rotina alimentar. Esse dado é consistente com a ideia de que a proximidade com produtores gera confiança (Esterci & Sabourin, 2013), especialmente porque, como relatou um feirante, diversas(os) clientes acompanham a feira há anos e testemunham os processos de produção.

A distribuição geográfica das consumidoras e consumidores (Gráfico 4 e Mapa 2) mostra que 83% residem em bairros centrais (Várzea, Iputinga, Cidade Universitária), enquanto apenas 17% vêm de áreas mais distantes do campus universitário. Essa desproporção – associada ao perfil socioeconômico predominante (60% com gastos semanais entre R\$50-100, Gráfico 5) – sugere que fatores como localização da feira e poder aquisitivo podem influenciar o acesso, ainda que a pesquisa não tenha investigado diretamente as causas dessa distribuição.⁸

No segundo eixo, a qualidade sensorial emergiu como fator central na preferência pelos alimentos da feira, onde o gráfico 7 nos mostra que 93,3% das consumidoras e consumidores percebem diferença no sabor em relação aos produtos convencionais, associando-a à ausência de agrotóxicos e à frescura – como citado anteriormente no Capítulo 4, onde se discutiu a importância da aparência, aroma e textura (Schottz & Petersen, 2015). Itens como alface, macaxeira e coentro (Gráfico 6) são valorizados por sua naturalidade, contrastando com a padronização estética do agronegócio.

⁸ Nota da autora: Estudos como os de Carneiro (2012) e Sabourin (2015) demonstram que feiras agroecológicas em universidades tendem a atrair predominantemente moradores do entorno imediato, padrão observado nestes resultados.

Além dos aspectos sensoriais, as entrevistas revelaram que a motivação ética, ou seja, a preocupação com saúde, meio ambiente e apoio à agricultura familiar influencia as escolhas. Essa dualidade (sabor vs. valores) ecoa as contradições apontadas por Sousa et al. (2012): embora as consumidoras e consumidores reconheçam os benefícios à saúde (Lima-Filho & Quevedo-Silva, 2012), a decisão de compra nem sempre reflete essa consciência, especialmente quando confrontada com preços mais altos ou falta de acesso.

Um dado paradoxal é que, embora 76,7% conheçam o termo "Agroecologia" (Gráfico 8), muitos ainda associam os produtos apenas a atributos individuais (ex.: "sem agrotóxicos"), sem vincular seu consumo a um projeto político de transformação, como propõe Machado (2017). Isso sugere a necessidade de ampliar a educação agroecológica não apenas sobre benefícios nutricionais, mas sobre seu papel na soberania alimentar e na resistência ao agronegócio.

No terceiro e último eixo destes resultados, a análise dos dados levantados confirma que a feira da UFPE/CCSA materializa os princípios da Agroecologia ao eliminar intermediários, conforme visto nos preços acessíveis (Gráfico 5), que são viabilizados por circuitos curtos (Petersen et al., 2013), onde produtores recebem remuneração justa, diferentemente das cadeias convencionais; fortalece vínculos comunitários onde a interação direta entre consumidoras, consumidores, agricultoras e agricultores, mencionada nas entrevistas, cria laços de confiança e transparência (Esterci & Sabourin, 2013), o que reforça o conceito de "território usado" de Milton Santos (1996) e por fim promove os saberes tradicionais, onde a feira é um espaço de troca de conhecimentos, como evidenciado pela presença de grupos como a ASSIM, que resgatam práticas agroecológicas ancestrais (Capítulo 1). Essa abertura ao diálogo, somada à presença documentada de grupos como a ASSIM – que segundo o Boletim Informativo (2007) articula saberes tradicionais da Mata Norte pernambucana, sugere que a feira pode funcionar como espaço potencial de troca de conhecimentos, ainda que este estudo não tenha investigado sistematicamente esse processo.

Em síntese, os resultados deste estudo demonstram que a feira agroecológica da UFPE/CCSA cumpre um triplo papel positivo: Econômico ao garantir renda para agricultoras e agricultores familiares através de preços justos; social ao educar as consumidoras e consumidores e fortalecer ao longo dos 19 anos de existência da feira essa rede de economia solidária e também o papel ambiental ao preservar a biodiversidade reduzindo o uso de insumos químicos. A feira é um microcosmo do potencial transformador da Agroecologia, mas seu

sucesso futuro dependerá da superação de desafios estruturais e da capacidade de converter a percepção individual das consumidoras e consumidores em ação coletiva para a soberania alimentar.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Falar da Agroecologia através das feiras, é resgatar os conhecimentos tradicionais e trazer para a população o quão precioso é o conhecimento das transformações que elas causam para as suas consumidoras e consumidores. Estar diante de um cenário onde ainda há uma grande parte da população que não conhece ou não consome os alimentos de base agroecológica é algo que precisa ser analisado com atenção e urgência. É fundamental que as feiras sejam vistas para além de pontos de vendas, mas verdadeiros centros que produzem e reproduzem sustentabilidade e conscientização, com diálogos e experiências que fortalecem as comunidades, com suas práticas de consumo saudável, visando o bem-estar coletivo.

Promover a visibilidade não apenas para os produtos agroecológicos, mas também as agricultoras e agricultores que os cultivam e práticas que inspiram suas comunidades, como é o caso da Feira Agroecológica do CCSA/UFPE, ao longo desta pesquisa, representa um exemplo bem-sucedido de integração entre academia e sociedade, proporcionando um espaço de comercialização para pequenas produtoras, produtores e disseminando princípios da agroecologia e da economia solidária. Sua origem está diretamente vinculada à mobilização de atores sociais e institucionais que identificaram a necessidade de criar um espaço alternativo de consumo consciente dentro da universidade. Ao longo dos anos, a feira se consolidou como uma iniciativa fundamental para o fortalecimento da agroecologia em Pernambuco e para a promoção de um modelo econômico mais sustentável e inclusivo.

Além disso, a feira se configura como um espaço de troca de conhecimentos, onde agricultoras e agricultores compartilham suas experiências e consumidoras e consumidores aprendem sobre a origem dos produtos que consomem. Essa interação fortalece laços comunitários e contribui para a construção de um modelo de consumo mais consciente e responsável. A educação agroecológica, tanto dentro das universidades quanto em espaços comunitários, é um fator essencial para a expansão e consolidação dessas práticas.

Outro aspecto relevante a ser considerado é a necessidade de políticas públicas mais eficazes para fomentar a agroecologia e as feiras agroecológicas. Incentivos governamentais, investimentos em infraestrutura e programas de apoio às agricultoras e agricultores familiares são fundamentais para que essas iniciativas se tornem ainda mais acessíveis e sustentáveis a longo prazo. A participação do poder público na regulamentação e no incentivo a esse setor

pode ser um diferencial para garantir a permanência e o crescimento das feiras agroecológicas em diferentes regiões do país.

A análise dos dados demonstra que a localização da Feira Agroecológica da UFPE/CCSA como também o perfil geográfico de seus consumidores, apresentam desafios significativos para a democratização do acesso a alimentos agroecológicos. A concentração de frequentadores em bairros próximos à universidade (Várzea, Iputinga) e a baixa representatividade de áreas periféricas (Gráfico 4 e Mapa 2) revelam barreiras espaciais e socioeconômicas que limitam a participação de segmentos populacionais mais vulneráveis. Esse padrão corrobora a crítica de que iniciativas agroecológicas, apesar de seu potencial transformador, ainda enfrentam dificuldades para superar desigualdades urbanas históricas (Carneiro, 2012). A distância geográfica combinada com fatores como transporte e poder aquisitivo (Gráfico 5) configura-se como obstáculo à plena realização dos princípios da soberania alimentar (Machado, 2017), sugerindo a necessidade de políticas públicas que ampliem a capilaridade desses espaços e facilitem o acesso de comunidades periféricas. Esses achados reforçam a importância de se pensar a democratização da agroecologia não apenas em termos produtivos, mas também a partir de uma perspectiva territorial inclusiva.

Por fim, a percepção das consumidoras e consumidores também é moldada por fatores externos, como preço, acessibilidade e experiências anteriores. Mesmo percebendo os benefícios, algumas consumidoras e consumidores podem considerar o preço dos produtos agroecológicos um fator limitante. Mas as experiências anteriores de quem já teve boas experiências com esses alimentos tende a reforçar a percepção positiva e continuar consumindo. Este estudo também reforça que o fortalecimento da agroecologia deve ser encarado como uma estratégia não apenas para a segurança alimentar e nutricional, mas também para a preservação da biodiversidade e a promoção da justiça social.

REFERÊNCIAS

- ALBUQUERQUE JÚNIOR, E. P. SILVA FILHO, J. C. L., COSTA, J. S., & SANTOS, S. M. Aspectos relativos à saúde e ao meio ambiente ligados ao consumo de alimentos orgânicos. *Revista de Administração da UFSM*, 6, 295–312, 2013.
- ALTIERI, M. *Agroecologia: Bases Científicas para uma Agricultura Sustentável*. São Paulo: Expressão Popular, 2012.
- ARAÚJO ET. AL., Ocupação e Renda em Feiras Agroecológicas: o Caso de Recife - Pernambuco. Disponível em: https://www.idt.org.br/content/arquivos/publicacoes/002_Ocupacao_e_Renda_em_Feiras_Re_cife_2013.pdf. 2013. Acesso em: 15 mar 2025.
- ASSIS, Renato Linhares de; ROMEIRO, Ademar Ribeiro. Agroecologia e agricultura orgânica: controvérsias e tendências. *Desenvolvimento e Meio Ambiente*, n. 6, p. 67-80, jul/dez. 2002. Ed. UFPR.
- BARDIN, Laurence. *Análise de Conteúdo*. Tradução de Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BRANDEMBURG, Alfio.; BEZERRA, Islandia.; GIORDANI, Rubia. C. F. (2016). Soberania alimentar, desenvolvimento territorial e sustentabilidade: olhares e contextos. *Guaju*, vol. 2, p. 2-13, 2016.
- BRASIL. Lei nº 11.346, de 15 de setembro de 2006. Cria o Sistema Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional – SISAN com vistas em assegurar o direito humano à alimentação adequada e dá outras providências. *Diário Oficial da República Federativa do Brasil*, Brasília, DF, 18 set. 2006.
- BRASIL. Presidência da República. Lei Nº 10.831 de 23 de dezembro de 2003, Casa Civil Subchefia para Assuntos Jurídicos. 2003. https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/110.831.htm
- BRAVO, A. L. *Agroecologia Syngenta: monopólios, transgênicos y plagicidas*. Quito: Swissaid, 2011. 176 p.
- CAMPOLIN, A. I., & FEIDEN, A. *Metodologias Participativas em Agroecologia*. (Documentos / Embrapa Pantanal, ISSN 19 81 -7223; 115). Corumbá, MS, 2011
- CAPORAL, Francisco Roberto; COSTABEBER, José Antônio. *Agroecologia: alguns conceitos e princípios*. 24p. Brasília: MDA/SAF/DATER-IIICA, 2004.
- _____. Segurança alimentar e agricultura sustentável: uma perspectiva agroecológica. *Ciência & ambiente*, v. 1, n. 27, p. 153-165, 2003.
- _____. Análise multidimensional da sustentabilidade. *Agroecologia e desenvolvimento rural sustentável*, v. 3, n. 3, p. 70-85, 2002.

_____. Agroecologia: enfoque científico e estratégico. Brasília: MDA/SAF, 2009.

CARNEIRO, H. Comida e Sociedade: Uma História da Alimentação. Rio de Janeiro: SENAC, 2012.

CHAYANOV, A. V. A teoria da economia camponesa. Madri: Instituto de Estudos Agrários, 1981.

CRUVINEL, I. B. CORRÊA, D. S.; SILVA JUNIOR, N. J.; FELICIANO, J.; ALMEIDA, R. J. Fatores determinantes da tomada de decisão para o consumo de produtos orgânicos em uma feira livre. *Revista Brasileira de Agropecuária Sustentável*, Viçosa, v. 7, n. 2, p.37-45, jun. 2017. DOI: <https://doi.org/10.21206/rbas.v7i2.392>. Disponível em: <https://periodicos.ufv.br/ojs/rbas/article/view/2944/pdf>. Acesso em: 15 mar 2025.

DAGEVOS, H.; VOORDEK, M. *Sustainable food consumption*. In: *Sustainability Handbook*. Wageningen: Wageningen Academic, 2013.

Dallacker M, Hertwig R, Mata J. *The frequency of family meals and nutritional health in children: a meta-analysis*. *Obes Rev*. 2018 May;19(5):638-653. DOI: 10.1111/obr.12659. Epub 2018 Jan 15. PMID: 29334693.

DONOVAN, Jason. *Vínculos entre la producción agroecológica y los sistemas alimentarios en los Andes*. Leisa: Revista de Agroecologia, Perú, v. 34, n. 2, p. 5-7, 02 jun. 2018. Disponível em: <https://www.leisa-al.org/web/images/stories/revistapdf/vol34n2.pdf>. Acesso em: 16 mar. 2025.

DORNELAS, R. S. Movimento Agroecológico No Brasil: Considerações Sobre a Dimensão Política E Os Saberes Na Agroecologia. 2016.

ESTERCI, Neide; SABOURIN, Eric. Consumo Responsável e Circuitos Curtos: Redes Alternativas de Comercialização na Agricultura Familiar. Rio de Janeiro: Editora UFRRJ (CPDA), 2013.

FERNANDES, B. M. WELCH, C. A. Contribuições ao Estudo do Campesinato Brasileiro. Formação e Territorialização do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra – MST. 1979 - 1999. Tese (Doutorado em Geografia). Universidade de São Paulo, 1999.

FERNANDES, B. M. Entrando nos territórios do território. In: PAULINO, E. T.; FABRINI, J. E. (Orgs.). *Campesinato e territórios em disputa*. São Paulo: Expressão Popular, 2008.

FERNANDES, Bernardo M. Territórios da agroecologia: diversidade e resistência nos espaços rurais. São Paulo: Expressão Popular, 2009.

FERREIRA, G.; CEPOLINI, E. A territorialização das feiras orgânicas e agroecológicas no Brasil: algumas leituras sobre a construção de um mercado camponês. *Revista Espaço Acadêmico*. 203, 14-26. 2018.

FISCHLER, C. (1995). *El (h)omnívoro: El gusto, la cocina y el cuerpo*. Tradução de Mario Merlino. Barcelona: Anagrama, 1995.

FONSECA, Maria Fernanda de Albuquerque Costa. Agricultura orgânica: regulamentos técnicos e acesso aos mercados dos produtos orgânicos no Brasil. Niterói: Empresa de Pesquisa Agropecuária do Estado do Rio de Janeiro, 2009.

FRASER, M.T.D.; GONDIM, S.M.G. Da fala do outro ao texto negociado: Discussões sobre a entrevista na pesquisa qualitativa. Bahia. Paideia, p. 139 – 152, 2004

HUGHNER, R. S. et al. *Who are organic food consumers?* Journal of Consumer Behaviour, v.6, 2007.

INFORMATIVO, Boletim. Feira de Economia Solidária e Agroecologia. Disponível em: https://fbes.org.br/wp-content/uploads/Acervo/Publica%C3%A7%C3%B5es/boletim_feira_ecosol_agroecologia_ufpe.pdf. 2007. Acesso em: 15 mar 2025.

LAMIR, Daniel & SOUZA, Mariana Duarte de. A agroecologia tinha que acontecer agora numa escala planetária?, diz Krenak no encerramento do Congresso Brasileiro de Agroecologia. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2023/11/23/a-agroecologia-tinha-que-acontecer-agora-numa-escala-planetaria-diz-krenak-no-encerramento-do-congresso-brasileiro-de-agroecologia/>. Data do último acesso em: 18 mar 2025.

LAPPÉ, F. M.; COLLINS, J. *Comer é um ato político*. 2.ed. São Paulo: Brasiliense, 1982.

LEFF, E. Saber ambiental: sustentabilidade, racionalidade, complexidade, poder. Petrópolis: Vozes, 2002

LIMA-FILHO, Dario de Oliveira; QUEVEDO-SILVA, Filipe. Percepção do consumidor sobre produtos orgânicos. Revista Brasileira de Marketing, vol. 11, núm. 1, janeiro-abril, 2012, pp. 29-46 Universidade Nove de Julho São Paulo, Brasil. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/4717/471747527003.pdf>. Acesso em 24 mar. 2025.

LOCKIE, S. et al. *Eating “green”*. Sociologia Ruralis, v.42, n.1, 2002.

MACHADO, Luiz Carlos Pinheiro. Dialética da Agroecologia: contribuição para um mundo com alimentos sem veneno. Expressão Popular, 2ed. 2017.

MAFRA, M.S.H. Estudo das relações técnicas, socioeconômicas, políticas e ambientais da agricultura orgânica e biodinâmica em uma fazenda biodinâmica na região da Apúlia. Itália. 2001. Relatório (Estágio Profissionalizante), Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz. Universidade de São Paulo. Disponível em: <https://revistas.udesc.br/index.php/cidadaniaemacao/article/view/1685/1339>. Data de acesso 16 mar. 2025.

MONCAU, Gabriela. Jornal Brasil de Fato. 20 out. 2021. “O Agro não é pop”: estudo aponta que a fome é resultado do agronegócio. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2021/10/20/o-agro-nao-e-pop-estudo-aponta-que-a-fome-e-resultado-do-agronegocio/>. Data do último acesso em: 18 mar 2025.

NETO, Gil Ramos de Carvalho. Futuro ancestral: uma questão de Agroecologia. *Revista Brasileira De Agroecologia*, 19(1), 113–119. 2023. <https://doi.org/10.33240/rba.v19i1.51702>. Acesso em 05 mai. 2025.

PORTO-GONÇALVES, C. W. A globalização da natureza e a natureza da globalização. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.

ROBIN, M. M. *Nuestro Veneno Cotidiano*. Barcelona, Península, 2012, 667p.

SABOURIN, E. Camponeses do Brasil: entre a troca mercantil e a reciprocidade. Rio de Janeiro: Garamond, 2012.

SANTOS, J. J. A.; ARAÚJO, J.; SANTOS, V. C.; FERNANDES, F. G.; ARAÚJO, R. C. Comercialização e destino de frutas e hortaliças após as feiras agroecológicas de municípios paraibanos. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DAS CIÊNCIAS, 1, 2016, Anais. DOI: 10.31692/2526-7701. icointerpdvagro.2016.00063. Disponível em: <https://www.semanticscholar.org/paper/COMERCIALIZA%C3%87%C3%83O-E-DESTINO-DE-FRUTAS-E-HORTALI%C3%87AS-AS-SantosAra%C3%BAjo/cb60eebb3466f36d4f5118654e18f1a7e5c438>. Acesso em: 15 mar 2025.

SANTOS, Milton. A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção. São Paulo: EdUSP, 1996.

SCHNEIDER, S. et al. Circuitos Curtos de Comercialização e Agricultura Familiar. Porto Alegre: Editora UFRGS, 2016.

SCHOTTZ, V. & PETERSEN, P. (2015). A construção social do 'gosto agroecológico: percepções de consumidores em feiras orgânicas. (Rev. Agriculturas, v.12).

SEKULER, Robert; BLAKE, Randolph. Perception. 2. ed. New York: McGraw-Hill, Inc., 1990. Disponível em: <https://archive.org/details/perceptionrandol0000seku/page/n9/mode/2up>. Acesso em: 03 mai. 2025.

SERRA, L. S.; MENDES, M. R. F.; SOARES, M. V. A.; MONTEIRO, I. P. Revolução Verde: reflexões acerca da questão dos agrotóxicos. Revista Científica do Centro de Estudos em Desenvolvimento Sustentável da UNDB, Maranhão, v. 1, n. 4, p.2-25, jul. 2016. Disponível em: http://professor.pucgoias.edu.br/sitedocente/admin/arquivosUpload/6461/material/revolu%C3%A7%C3%A3o_verde_e_agrot%C3%B3xicos_-_marcela_ryu_f%C3%A9lix.pdf. Acesso em: 18 mar. 2025.

SEVERO, Fagner Evangelista; MATOS, Maria Cristina Pereira; CLAUZET, Mariana. Produção de bananas no litoral sul de São Paulo: o discurso da sustentabilidade frente à gestão dos resíduos sólidos de agrotóxicos. UNISANTA Bioscience, São Paulo, v. 5, n. 5, p.395-407, jan. 2016. Disponível em: <http://ojs.unisanta.br/index.php/bio/article/view/783/816>. Acesso em: 03 mai. 2025.

SEVILLA GUZMÁN, E. *Para una sociología del desarrollo rural integrado*. In: *Materiales de Trabajo del Ciclo de Cursos y Seminarios sobre Agroecología y Desarrollo Sostenible en América Latina y Europa. Módulo II Desarrollo Rural Sostenible*. Universidad Internacional de Andalucía, 1995. p.3-76.

SHIVA, Vandana. Monoculturas da Mente: perspectivas da biodiversidade e da biotecnologia. São Paulo: Gaia, 2003

- SILVA, D.A. O perfil do consumidor da feira de transição agroecologica do bairro Valentina Figueiredo, na cidade de João Pessoa – PB. Revista Espaço Acadêmico - Nº 107, abril de 2010.
- SOUSA, Romier da P. Agroecologia e educação do campo: desafios da institucionalização no Brasil. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/ES0101-73302017180924>. 2017. Acesso em 15 mar. 2025.
- VAN DER PLOEG, J. D. Camponeses e impérios alimentares. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2008.
- WANDERLEY, M. N. B. O mundo rural como espaço de vida. São Paulo: Editora UNESP, 2009.
- WARMLING, Deise; MORETTI-PIRES, Rodrigo Otávio. Sentidos sobre agroecologia na produção, distribuição e consumo de alimentos agroecológicos em Florianópolis, SC, Brasil. Interface, Botucatu, v. 21, n. 62, p. 687-698, set. 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1807-57622016.0385>. Acesso em: 15 mar. 2025
- ZEPEDA, L.; LI, J. *Characteristics of organic food shoppers*. Journal of Agricultural Economics, v.58, n.1, 2007. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/23944966_Characteristics_of_Organic_Food_Shoppers#:~:text=DOI%3A10.1017/S1074070800022720. Acesso em: 03 mai. 2025

ANEXO A - ROTEIRO DE ENTREVISTAS REALIZADAS À CONSUMIDORAS E CONSUMIDORES DA FEIRA AGROECOLÓGICA DE ECONOMIA SOLIDÁRIA NA UFPE/CCSA

- Qual sua idade? Faixa etária

18	38	58	78
19	39	59	79
20	40	60	80
21	41	61	81
22	42	62	82
23	43	63	83
24	44	64	84
25	45	65	85
26	46	66	86
27	47	67	87
28	48	68	88
29	49	69	89
30	50	70	90
31	51	71	outra idade
32	52	72	
33	53	73	Faixa etária se não quiser responder:
34	54	74	
35	55	75	
36	56	76	
37	57	77	

- Qual sua escolaridade?

Ensino fundamental incompleto ()

Ensino fundamental completo ()

Ensino médio incompleto ()

Ensino médio completo ()

Ensino superior incompleto ()

Ensino superior completo ()

Pós graduação ()

- Você mora no entorno da UFPE ou em outro bairro?

- Com que frequência você vem na feira?

Todas as quartas-feiras

De 4 a 5 vezes por mês

De 2 a 3 vezes por mês

1 vez por mês
De vez em quando
Primeira vez

- Quanto em média você gasta por aqui?

Até R\$ 10,00
Até R\$ 20,00
Até R\$ 30,00
Até R\$ 40,00
Entre R\$ 50 a R\$ 100
Mais que R\$ 100

- Quais os produtos geralmente você compra?

Alho	Macaxeira
Acelga	Hortelã
Alface	Inhame
Banana	Laranja
Batata doce	Limão
Beterraba	Manjerição
Berinjela	Tomate
Cebola	Rúcula
Cebolinha	Pimenta
Coentro	Milho,
Couve	Folhagens
Curcuma	Gengibre

- Qual sua motivação para frequentar a feira?
- Você nota diferença no sabor em relação aos mesmos alimentos comprados fora desta feira?

Sim ()
Não ()
Não sabe dizer

- Já ouviu falar em Agroecologia?

Sim ()
Não ()

- Como conheceu a feira?
- Acha os alimentos mais baratos ou caros em relação ao supermercado?