

Economia solidária, agricultura familiar e agroecologia: Análise do perfil dos(as) consumidores(as) da feira “Quintal Solidário” (Viçosa, MG)

Economía solidaria, agricultura familiar y agroecología: Análisis del perfil de los(as) consumidores (as) de la feria “Quintal Solidário” (Viçosa, MG)

Solidary economy, family agriculture and agroecology: Analysis of the profile of the consumers of the “Quintal Solidário” fair (Viçosa, MG)

Samilla Nunes Rezende Rodrigues^{*}
samilla.n.r@gmail.com

Bianca A. Lima Costa^{**}
bianca.lima@ufv.br

Silvia Eloiza Priore^{***}
sepriore@ufv.br

Resumo: As Feiras têm se mostrado um importante meio de incentivo às iniciativas da economia solidária, agricultura familiar e agroecologia, dada a viabilização da aproximação entre produtores e consumidores e a valorização da produção local. Tendo em vista a relevância da temática, a presente pesquisa objetiva analisar o perfil dos consumidores da Feira Quintal Solidário, focando em suas preferências de consumo, os motivos que os levam a frequentar o espaço, e a perspectiva dos mesmos sobre o evento. Para o cumprimento dos objetivos, foram utilizados questionários com questões abertas e fechadas, com os quais foi possível identificar que a Feira Quintal Solidário possui um público jovem, composto, em sua maioria, por estudantes. Para além, o espaço vem cumprindo com sua proposta de valorização da agricultura familiar e da agroecologia, visto que tais aspectos são reconhecidos pelos consumidores. O Quintal Solidário vem agregando valor através de programações culturais e oficinas gratuitas, fazendo do evento um local propício à socialização, e se mostrando, portanto, meio alternativo de comercialização e consumo.

Palavras-chave: economia solidária, agricultura familiar, agroecologia, feira

Resumen: Se ha demostrado que las Ferias son un medio importante para fomentar las iniciativas de economía solidaria, agricultura familiar y agroecología, dada la viabilización del acercamiento entre productores y consumidores y la valorización de la producción local. Teniendo en cuenta la relevancia del tema, la presente

*Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, Brasil.

** Universidade federal de Viçosa, Viçosa, Brasil.

*** Universidade federal de Viçosa, Viçosa, Brasil.

investigación tiene como objetivo analizar el perfil de los consumidores de la Feria Quintal Solidario, centrándose en sus preferencias de consumo, las razones que los llevan a asistir al espacio y su perspectiva sobre el evento. Para el cumplimiento de los objetivos, se utilizaron cuestionarios con preguntas abiertas y cerradas, con las cuales fue posible identificar que la Feria Quintal Solidario tiene un público joven, compuesto en su mayoría por estudiantes. Además, el espacio ha estado cumpliendo su propuesta de valorar la agricultura familiar y la agroecología, ya que estos aspectos son reconocidos por los consumidores. La Feria Quintal Solidario, ha ido agregando valor a través de programas culturales y talleres gratuitos, haciendo del evento un lugar propicio para la socialización, y mostrándose de este modo como un medio alternativo de comercialización y consumo.

Palabras clave: economía solidaria, agricultura familiar, agroecología, feria

Abstract: Fairs has been a important way of incentive the Social Economy, Family Agriculture, and Agroecology, thanks to the viabilization of the junction between rural producers and consumers, fair prices, and appreciation of local production. Given the relevance of this subject, the current work intends to analyze the consumers profiles at the “Quintal Solidário” Fair, focusing in consumers preferences, the reasons why they attend the event, and their perspectives about it. To check those points, it was used semistructured quiz, where it was possible to check that “Quintal Solidário” has a young public, and most of them are students. In addition, the event has complying with its goal, appreciation of Family Agriculture and Agroecology, seen that those aspects are recognized by the consumers. The “Quintal Solidário” has been aggregating value through promotion of cultural spaces and free workshops, making the event a place to socialize, and showing the space as an alternative of commercialization and consumption.

Keywords: social economy, family agriculture, agroecology, market

Introdução

No Brasil temas como economia solidária, agricultura familiar e agroecologia têm ganhado visibilidade em diferentes esferas da sociedade. Movimentos sociais em todo o país organizam-se a partir do fortalecimento dessas pautas e, mesmo com especificidades, essas temáticas têm pontos de convergências e estão interligadas, especialmente no que tange o desenvolvimento sustentável, a promoção do consumo consciente e da segurança alimentar e nutricional (Schmitt, 2010).

As similaridades entre as iniciativas se dão por diferentes meios, como no intuito de geração de trabalho e renda através de padrões não convencionais, em busca do desenvolvimento ético e solidário. Nesta perspectiva, tais experiências visam a sustentabilidade, focando esforços na emancipação pessoal por meio de formas de expansão que não esgotem os recursos naturais (Schmitt, 2010).

Em específico, a economia solidária busca gerar trabalho e renda a partir das necessidades locais de onde é atuante, pautando suas iniciativas em princípios de solidariedade e cooperação. Dentro desta lógica, as iniciativas diferem das organizações em que o enfoque é apenas a geração de lucro, mas buscam a emancipação social, sendo a geração de renda o meio e não a finalidade dos empreendimentos (França Filho, 2002).

As iniciativas econômicas solidárias se manifestam por diferentes setores e segmentos da sociedade, como, por exemplo, através do consumo, da comercialização e da produção. Dentro da esfera produtiva encontram-se os agricultores familiares, que se constituem enquanto unidade, onde o trabalho campestre é de responsabilidade familiar, sendo a terra o meio de sustento da família (Schmitt, 2010).

No contexto produtivo da agricultura familiar podem se inserir os debates em torno da agroecologia, a qual busca a produção em bases mais justas e sustentáveis, valorizando a produção local, o bem-

estar social, o não uso de agrotóxicos, e a preservação ambiental. Dessa forma, fomenta-se um desenvolvimento mais ético e responsável (Schneider & Niederle, 2008).

A partir do contexto de desenvolvimento de organizações da economia solidária, de agricultores familiares e da agroecologia, evidencia-se a importância das iniciativas na promoção de alternativas mais sustentáveis e justas, propiciando o acesso a alimentos seguros, assim como a produtos diversificados e de origem local. Dada à relevância dos setores, diferentes iniciativas que promovem a intersecção das temáticas estão crescendo em todo o país, como feiras, cooperativas, grupos de consumo, redes de prosumidores etc. (Araújo, Lima & Macambira, 2015).

Dessa forma, com a propagação destes espaços de comercialização, amplia-se o número de experiências de empreendimentos econômicos solidários e de agricultura familiar que se pautam na transição agroecológica. Esses espaços de comercialização são organizados de diferentes maneiras e, no geral, buscam aproximar produtores e consumidores por meio dos circuitos curtos de comercialização (Chaffotte & Chiffolleau, 2007 *apud* Nierdele, Almeida, & Vezzani, 2013).

A relevância destes circuitos na promoção de iniciativas econômicas solidárias, da agricultura familiar e agroecológicas se dá, principalmente, por propiciar que uma produção sustentável e organizada chegue ao consumidor. Ou seja, trata-se de experiências que fortalecem o comércio justo e solidário, a produção sustentável e o consumo consciente (Nierdele *et al.*, 2013)

Dessa forma, compreendendo a importância dessas iniciativas, especialmente para consumidores que buscam tais alternativas, o presente trabalho tem como intuito realizar um estudo de caso de uma experiência que tem como princípio a organização de um “mercado” de base solidária e agroecológica, que atua na interligação entre produção e consumo. Neste contexto, pretende-se compreender o perfil dos consumidores da Feira de Economia Solidária e Agricultura Familiar – Quintal Solidário, buscando assimilar a frequência no evento, os principais itens comprados e os motivos que os levam ao local.

A iniciativa a ser estudada nasce a partir da articulação entre a Sessão Sindical dos Docentes da Universidade Federal de Viçosa (ASPUV) e a Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares (ITCP-UFV), e tem como objetivo ser um espaço de fortalecimento das iniciativas inscritas nesse campo, assim como ser um local, para além da venda, de socialização e interação. Por isso, no referencial teórico desse artigo buscaremos delimitar alguns conceitos acerca dessas temáticas identificando seus pontos de convergências e seus desafios em comum.

As questões que nortearam a pesquisa foram: Quais consumidores frequentam a feira, considerando sua idade, profissão e escolaridade? Quais os motivos que os levam à Feira? O que eles mais consomem? Os consumidores percebem os princípios solidários, da agricultura familiar e agroecológicos na Feira?

Dessa forma, o presente estudo objetiva analisar o perfil dos consumidores da Feira Quintal Solidário, focando em suas preferências de consumo, os motivos que os levam a frequentar o espaço, e a perspectiva dos mesmos sobre o evento. Para além, procurou-se realizar o levantamento bibliográfico acerca da economia solidária, agricultura familiar e agroecologia, assim como descrever o histórico do Quintal Solidário e seu funcionamento.

Para compreensão e análise destes pontos, o trabalho, que se enquadra em um estudo de caso¹ e perpassa pela pesquisa exploratória, teve como métodos a revisão bibliográfica e a realização de entrevistas estruturadas. A fim de mensurar a população de consumidores da Feira Quintal Solidário, foi feita uma contagem da entrada no evento, que totalizou 456 participantes, nos dias 12 e 19 de

¹ O estudo de caso é um método qualitativo que visa o aprofundamento em uma unidade individual, possibilitando a relação da teoria com o conhecimento dos entrevistados. Trata-se, portanto, de um mecanismo de extrema utilidade para uso no presente trabalho, visto que é inviável o desenvolvimento do projeto fora do contexto do Quintal Solidário, dada a necessidade de interação com o problema de pesquisa e seus integrantes (Gil, 2002).

setembro de 2018. A amostra não probabilística compreendeu 16% da população de consumidores da feira, com 75 entrevistados que foram escolhidos aleatoriamente, no período de 24 a 31 de outubro de 2018. Para o tratamento dos dados foi utilizado o Excel, através do qual foram feitos os cálculos e o cruzamento de dados necessários ao presente estudo.

Para melhor compreensão do trabalho, o presente artigo está organizado da seguinte forma: introdução, contendo o objetivo da pesquisa e a descrição dos processos metodológicos da mesma; o referencial teórico; as análises das entrevistas e, por fim, as considerações finais. O tópico abaixo é o referencial teórico, o qual agrega as temáticas da economia solidária, agricultura familiar, agroecologia e dos circuitos curtos de comercialização no âmbito das feiras de economia solidária.

1. Referencial teórico

A presente sessão pauta-se na discussão da economia solidária, da agricultura familiar e da agroecologia, trazendo as convergências entre as temáticas e as problemáticas que as permeiam. Nesta perspectiva, elucidam-se os circuitos curtos de comercialização com enfoque nas feiras de economia solidária enquanto meios de fomentar as iniciativas solidárias, de agricultores familiares e agroecológicas. Para dar início ao debate, aborda-se o tema da economia solidária, apresentando os conceitos, práticas e segmentos econômicos englobados, dentre os quais se destacam os agricultores familiares e a agroecologia.

O debate inicial em torno da economia solidária é resultante de movimentos da classe trabalhadora europeia, em meados do século XIX, que buscava a emancipação social e pessoal. No Brasil, essa discussão advém do desemprego existente no país, levando milhares a viver à margem da economia capitalista, em condições de subsistência e precariedade (França Filho, 2002).

Esta outra economia, portanto, emerge dos problemas recorrentes do desenvolvimento com base no capital, o qual tem incidido negativamente no âmbito social e ambiental, seja através do uso incessante de recursos naturais finitos, ou no fomento da desigualdade e da concentração de renda (Brum, 2003).

Essa economia não busca só a satisfação de demandas por atividades ou produtos, mas busca cobrir áreas de bens e serviços, atuando no mercado em demandas pouco solváveis, onde há baixa ou nenhuma atuação do privado. Desta forma, a economia solidária vem produzindo valor e solidariedade de maneira diferente da lógica mercantil capitalista, sendo, portanto, divergente desta em sua prática, dado que as iniciativas econômicas solidárias implicam em grupos de pessoas em processo de cooperação que objetivam o alcance do interesse coletivo, sendo o retorno financeiro o meio e não a finalidade da iniciativa (Brum, 2003).

Mance (2001), por sua vez, afirma que a economia solidária se utiliza das formações em redes para vincular os processos produtivos e de consumo, valorizando o comércio e o desenvolvimento local. Para o autor, as iniciativas econômicas solidárias possuem ideologias antagônicas às capitalistas, visto que buscam suplantam o sistema econômico vigente. Ademais, o movimento enfoca a satisfação das necessidades humanas, valorizando relações de reciprocidade e confiança.

Para o presente trabalho, assume-se a perspectiva da economia solidária considerando-a enquanto meio de busca por novos modos de regimentar a economia, intentando atender as necessidades regionais através da autogestão, da solidariedade, da geração de trabalho e renda, e da emancipação local (França Filho, 2002).

Vale destacar que as experiências de economia solidária desenvolvem ações com base nas necessidades regionais, abstraindo a lógica de mercado pautada na oferta e demanda enquanto mecanismos auto reguladores. Desta forma, essa economia tenciona gerar renda através de práticas

pautadas na cooperação e solidariedade, avistando suprir as problemáticas sociais da localidade na qual e atuante (França Filho, 2002).

Dentro da perspectiva da regionalidade tem-se as iniciativas locais, que estão fortemente ancoradas nas especificidades da comunidade onde estão inseridas e fomentam a comercialização de produtos regionais, tanto artesanais e agrícolas. No Brasil, tem-se uma variedade de experiências econômicas solidárias que podem ser organizadas a partir de grupos informais, agricultores familiares, trabalhos comunitários, feiras, cooperativas e associações autogestionárias (Singer, 2000).

Durante o período de 2009 a 2013 foi realizado o II Mapeamento de Economia Solidária no Brasil, pela Comissão Gestora Nacional, que envolveu diversos pesquisadores e representantes da Secretaria Nacional de Economia Solidária, vinculado ao Ministério do Trabalho e Emprego, e do Fórum Brasileiro de Economia Solidária. Esse mapeamento possibilitou a elaboração de uma nova base de dados do Sistema Nacional de Informações em Economia Solidária (SIES), com a identificação de 19.708 empreendimentos econômicos solidários, distribuídos em 2.713 municípios. Na tabela a seguir podemos observar a distribuição dos empreendimentos conforme as suas atividades produtivas:

Tabela 1: Distribuição dos empreendimentos conforme as suas atividades produtivas

Atividade produtiva	Total	%
Produção ou produção e comercialização	11.081	56,2
Consumo, uso coletivo de bens e serviços pelos sócios	3.945	20,1
Comercialização ou organização da comercialização	2.628	13,3
Prestação de serviço ou trabalho a terceiros	1.296	6,6
Troca de produtos ou serviços	430	2,2
Poupança, crédito e/ou finanças solidárias	328	1,7
Total	19.708	100

Fonte: Banco de dados do SIES (2010)

Verifica-se, ainda, que 48% dos empreendimentos econômicos solidários se encontram em área rural, 17% em áreas urbanas e rurais e 35% atuam especificamente em áreas urbanas. Ademais, das atividades exercidas nos empreendimentos de economia solidária, as mais frequentes são as voltadas à agricultura e criação animal (Schmitt, 2010).

Através dos dados apresentados é possível compreender a extensão do movimento econômico solidário, percebendo a grande atuação do setor em áreas rurais. Evidencia-se, portanto, o papel dessas iniciativas no desenvolvimento da agricultura familiar (Schmitt, 2010).

Dentro desse contexto, a agricultura familiar é demarcada, muitas vezes, pelo caráter não mercantil, ou seja, pela relação de proximidade gerada a partir da socialização de produtos e conhecimentos, distanciando-se, neste aspecto, dos demais grupos rurais que utilizam, exclusivamente, das relações mercantis para garantia de sua reprodução (Schneider & Niederle, 2008).

Vale destacar que a agricultura familiar pode ser caracterizada de diferentes formas, desde aspectos ligados à família até aos relativos à terra e ao ambiente. Todavia, devido às multiplicidades de elementos que podem se considerar na caracterização da agricultura familiar, é custosa a definição precisa e genérica desses agricultores (Melo, 2005).

Segundo Chayanov (1974), o principal aspecto a se considerar na definição de um agricultor familiar é quantidade de trabalho disponível na família, sendo a composição e o tamanho das mesmas cruciais para mensuração da força de trabalho disponível para o desenvolvimento das atividades econômicas. Para o autor, existem dois tipos de pessoas na família agrícola, os trabalhadores e os

consumidores, podendo se estimar a quantidade da força de trabalho na família por meio da relação entre ambos (Nierdele *et al.*, 2013).

Lamarche (1998) afirma que, para além da disponibilidade de trabalho, deve-se considerar o nível familiar dos comportamentos, levando em conta as principais características do trabalho familiar na unidade produtiva e a dependência da propriedade de fatores externos como tecnologia, financiamentos e mercado.

A Secretaria Especial de Agricultura Familiar e do Desenvolvimento Agrário (2016), por sua vez, define a agricultura familiar a partir da gestão familiar da propriedade, sendo a atividade agropecuária a principal fonte de renda, além de caracterizar uma relação do agricultor com a terra, dado que esta é seu local de trabalho e moradia. Para fins teóricos, no contexto do atual trabalho, apropria-se desta definição.

Embora não sejam sinônimos, é relevante destacar também a importância dos debates em torno da agroecologia no campo da agricultura familiar e da economia solidária. As iniciativas agroecológicas buscam fomentar o desenvolvimento sustentável, ético e responsável, procurando atuar em uma lógica oposta à capitalista através de novas formas de produzir, consumir e comercializar, tendo em vista o meio ambiente e o bem-estar social (Dubex & Batista, 2017).

Para entender a totalidade do movimento, é necessário compreender os motivos que levaram à emergência do mesmo. Nesta perspectiva, Lassetta *et al.* (2014 *apud* Molina, García, & Casado, 2017) fazem menção ao formato de agricultura motivada pelo consumo exacerbado de alimentos, elevando a demanda pelos mesmos e fomentando problemas estruturais do sistema agroalimentar.

O uso indiscriminado de agrotóxicos é uma realidade que permeia o modelo produtivo atual, tendo em vista a necessidade de adequação para a produção em larga escala a fim de abastecer os centros urbanos. Tal questão torna-se ainda mais crítica ao considerar a migração, cada vez maior, de pessoas do campo para as cidades (Lassaletta *et al.* 2014 *apud* Molina *et al.*, 2017).

A homogeneização das culturas alimentares é outro problema do modelo agroalimentar, visto que têm levado ao consumo de produtos calóricos, não nutritivos e cheios de agrotóxicos; impactando negativamente o meio ambiente e os indivíduos, dada a poluição de terras e águas que, posteriormente, são utilizados por seres humanos, levando a doenças e colocando em risco a capacidade futura de produção alimentar (Lassaletta *et al.*, 2014 *apud* Molina *et al.*, 2017).

Este modelo modificou, para além da forma produtiva e dos hábitos alimentares, a maneira pela qual produtores e consumidores se relacionam, tirando o caráter de proximidade entre ambos e descaracterizando a venda direta ao consumidor final. Tal processo acaba por gerar maiores custos logísticos, encarecendo o valor final pago pelos consumidores (Lassaletta *et al.*, 2014 *apud* Molina *et al.*, 2017).

Em vista do cenário no qual se insere o modelo agroalimentar, debates em torno de meios sustentáveis de produção ganham destaque. Neste sentido, a agroecologia evidencia-se enquanto alternativa às formas de produção e consumo dentro da lógica do capital (Lassaletta *et al.*, 2014 *apud* Molina *et al.*, 2017).

Vale destacar que esta realidade permeia, para além das iniciativas agroecológicas, os movimentos da economia solidária e da agricultura familiar. Cabe colocar que os segmentos em questão possuem convergências em suas práticas e ideologias, visto que as iniciativas dialogam com uma diversidade de temáticas e movimentos sociais em comum (Caporal & Costabeber, 2002 *apud* Molina *et al.*, 2017).

Nesse sentido, as iniciativas desenvolvidas no âmbito da economia solidária, agricultura familiar e agroecologia podem afluir de diferentes formas, mas a similaridade e convergência entre os segmentos ultrapassam as barreiras conceituais e ideológicas, fazendo com que as iniciativas compartilhem também desafios, como as adversidades na estruturação de novas formas de produção e comercialização (Schmitt, 2010).

Nesse contexto, Dubex & Batista (2017) afirmam que para amenizar os diferentes obstáculos ao desenvolvimento das iniciativas referidas no texto, é necessária a construção de mercados justos e solidários para promover a aproximação de produtores e consumidores, impulsionando o desenvolvimento local.

Para tanto, as redes de circuitos curtos de comercialização destacam-se enquanto alternativas que possibilitam a venda direta ao consumidor final, gerando melhor remuneração ao produtor, preços mais justos ao consumidor, maior aproveitamento da produção local, diminuindo os impactos ambientais e eliminando a figura do atravessador (Chaffotte & Chiffolleau, 2007 *apud* Nierdele *et al.*, 2013).

A aplicabilidade destes circuitos pode ocorrer através das feiras de economia solidária, as quais se pautam na valorização do vínculo direto entre produtores e consumidores, servindo como meio de comercialização para aqueles com dificuldades de acesso ao mercado (Niederle *et al.*, 2013). Apesar de uma estratégia atual para reinvenção dos mercados locais, aproximando produtores e consumidores de forma direta, as feiras não são recentes, mas fazem parte de um mercado milenar. Inicialmente esses espaços foram marcados pela relação de troca, possibilitando o câmbio entre mercadorias (Araújo *et al.*, 2015). Atualmente, as feiras desempenham importante papel na viabilização do acesso ao mercado consumidor, oportunizando melhor rentabilidade aos produtores, refletindo positivamente na infraestrutura das unidades rurais e na qualidade da produção (Gaiger, 2003).

Neste contexto, Molina *et al.* (2017) salientam a importância da união dos empreendimentos econômicos solidários, de agricultores familiares e agroecológicos para a superação dos entraves que enfrentam, visto que através da convergência entre os movimentos é possível pressionar o governo a voltar políticas e ações ao desenvolvimento das iniciativas. Nesta perspectiva, as redes de comercialização propiciam o diálogo e a afluência entre os setores, que passam a agir coletivamente na promoção de novos meios de produção, comercialização e consumo (Dubex & Batista, 2017).

Vale destacar que por meio da confluência dos movimentos organizados em redes de comercialização possibilita-se o acesso a uma alimentação de qualidade, dada a aproximação entre produtores e consumidores. Tais temáticas são discutidas dentro da perspectiva da segurança alimentar e nutricional, a qual é caracterizada, por Nyélény (2007 *apud* Dubex & Batista, 2017), enquanto o direito ao acesso à alimentos locais, produzidos em bases sustentáveis, sem uso abusivo de agrotóxicos.

A busca por um mercado mais justo, pautado na solidariedade e na valorização local, se faz presente na segurança alimentar e nutricional, na economia solidária, na agricultura familiar e na agroecologia. Assim, por meio dessas iniciativas, é possível levar a uma reformulação das relações entre campo e cidade, fomentando, desta forma, novas formas de interações. Neste contexto de ressignificação das relações, os circuitos curtos de comercialização ganham destaque, dada a viabilização da compra direta dos produtores, possibilitando que os consumidores se reapoderem do mercado (Dubex & Batista, 2017).

Nessa discussão, é importante elucidar o comércio justo enquanto forma de estabelecer relações mais igualitárias entre produtores e consumidores. Isso se dá na medida que o processo de compra e venda acontece pautado em relações de reciprocidade, onde não há a exploração visando a máxima do lucro. Em outras palavras, se cobra um valor justo, de forma a remunerar a força de trabalho do produtor, mas sem buscar o lucro exacerbado (Cary, 2004).

Segundo o referido autor, para que esse sistema funcione são necessárias algumas prerrogativas, como a comunicação entre quem compra e quem vende, a fim de possibilitar a troca e o entendimento entre as partes. Com isso, oportuniza-se ao consumidor o conhecimento acerca do processo produtivo, compreendendo a origem do produto e como chegou em suas mãos.

Dentro dessa perspectiva existe o debate acerca do consumo consciente, que atribui ao consumidor a responsabilidade sobre o ato do consumo. Nesta concepção o indivíduo deve pesar os impactos de sua

compra, se atentando ao descarte dos resíduos produzidos e ao local da obtenção dos produtos, considerando as consequências sociais e ambientais de suas ações (Costa & Teodosio, 2011).

Em vista disso, os consumidores optam pela compra de mercadorias produzidas sobre princípios solidários, éticos e sustentáveis, tendo a garantia da procedência do produto e sua sustentabilidade. Desta forma, antepõem a compra em mercados voltados à venda de produtos econômicos solidários, de agricultores familiares e agroecológicos, priorizando o consumo em espaços que busquem fomentar o desenvolvimento ético e sustentável, como nas feiras solidárias e orgânicas (Sen, 2000).

No Brasil existem 5.119 feiras livres e 1.331 feiras agroecológicas/orgânicas, totalizando 6.450 feiras no país (Portal Organiset, 2015). Vale ressaltar que 54% da venda dos empreendimentos econômicos solidários provém da comercialização em feiras livres, 33% de exposições eventuais e 23,9% de feiras da economia solidária e agroecológicas (IPEA, 2016). Percebe-se, por meio destes dados, a relevância do tema para a economia solidária, agricultura familiar e agroecologia.

2. Resultados

Para melhor compreensão dos resultados e reflexão acerca dos objetivos da presente pesquisa, as sessões foram divididas entre: descrição da Feira, perfil dos consumidores, e a percepção dos mesmos acerca do espaço.

2.1. A Feira Quintal Solidário

A Feira Quintal Solidário é uma Feira de Economia Solidária e Agricultura Familiar que ocorre todas as quartas-feiras na sede da ASPUV. Para a implementação do projeto foi necessária a articulação de diversas organizações e parcerias, como a Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural (EMATER/MG), a Vigilância Sanitária, a Rede Raízes da Mata, Departamento de Nutrição e Saúde da Universidade Federal de Viçosa, Projeto de Extensão da Universidade Federal de Viçosa: Feira Agroecológica e Cultural da Viçosa e o Centro de Tecnologias Alternativas da Zona da Mata (CTA/ZM), dentre outros.

Assim, por meio das parcerias firmadas, foi possível iniciar a Feira Quintal Solidário em setembro de 2016, período em que ocorria quinzenalmente. Até 2020, o evento era realizado semanalmente, com cerca de quatro edições mensais, uma média de 48 feiras anuais. Vale ressaltar que em dois anos de atuação a Feira ampliou seu público, chegando a alcançar em torno de 500 a 600 pessoas por semana.

No que tange o ingresso como expositor na feira, faz-se necessário o Cadastro Nacional de Economia Solidária (CADSOL) ou a Declaração de Aptidão ao Pronaf (DAP) para os empreendimentos econômicos solidários e de agricultores familiares, respectivamente. Tal controle é necessário para evitar a presença de intermediários ou atravessadores, assim como o ingresso de empreendimentos que vão contra a filosofia do espaço.

Atualmente, os expositores são constituídos por agricultores familiares e empreendimentos econômicos solidários, totalizando 96 pessoas envolvidas direta e indiretamente. Os integrantes devem se enquadrar em pelo menos uma das três categorias: artesanato, hortifrúti e alimentos processados. No presente são identificadas 28 barracas: 9 do artesanato, 9 de alimentos processados e 10 do hortifrúti.

Dentro das categorias supracitadas é possível identificar artigos para cozinha, banheiro e cama, bolsas, mochilas, carteiras; artigos para decoração feitos de fibra de bananeira, bonecas de pano e de crochê, caixas de *Medium-Density Fiberboard* (MDF), cadernos decorados, arranjos ornamentais,

tapetes, bolos, roscas, bombons, queijos, manteigas, frutas desidratadas, sucos, pães, salgados veganos e vegetarianos, doces, compotas, pó de café, frutas, legumes e verduras.

Por meio de um diagnóstico realizado em 2017 pela ITCP-UFV, pode-se perceber a diversidade de produtos comercializados no espaço, onde foram identificados 47 tipos de hortifrúteis, dentre os quais 11 não eram comumente ofertados em mercados tradicionais regionais, como supermercados e sacolões.

Para a organização do evento, tem-se uma comissão organizadora composta por representantes das instituições parceiras e dos expositores. A comissão é responsável por pensar o *layout* do local, providenciar a sonorização, se responsabilizar pela cobertura fotográfica, *marketing*, oficinas, atrações, e pelo auxílio aos expositores no que for necessário; bem como resolver questões emergenciais que não podem ficar para a reunião mensal. Vale ressaltar que mensalmente a comissão se reúne com os expositores para levantar os pontos positivos e negativos da organização, assim como pensar em soluções e melhorias para o evento.

Destaca-se que, para além do espaço de comercialização, o Quintal Solidário busca oferecer atividades culturais e de lazer, como oficinas, apresentações musicais e culturais, além de danças e atividades lúdicas para as crianças, possibilitando maior aproveitamento do evento pelos pais, expositores e consumidores.

Mensalmente são realizadas oficinas dos diversos temas: compostagem, hortas verticais, manipulação e conservação de alimentos, preparação de sucos verdes e diversas técnicas de artesanatos confeccionados a partir de materiais recicláveis. As apresentações culturais contam com a participação de artistas locais, que em troca recebem uma cesta com produtos da Feira doados pelos expositores. O espaço infantil funciona em parceria com projetos de extensão do curso de Educação Infantil da Universidade Federal de Viçosa, proporcionando atividades lúdicas ao público em questão.

Há ainda no Quintal Solidário a característica de indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão. Prova disto são as atividades junto ao público infantil, a preocupação com a coleta seletiva e com a conscientização dos expositores da importância da mesma, assim como as oficinas e aulas ministradas durante a feira, abordando diferentes temas, todos relacionados com economia solidária, agroecologia, circuitos curtos de comercialização e segurança alimentar e nutricional. Ademais, a parceria com outras áreas se faz necessário para atender as demandas do Quintal, exemplo é a interação com cursos da Economia Doméstica, Educação Infantil, Nutrição e Cooperativismo.

Ressalta-se, portanto, a importância de feiras como o Quintal Solidário. A relevância destes espaços é debatida pelos autores Niederle *et al.* (2013) que destacam o papel das feiras de economia solidária enquanto propulsoras dos circuitos curtos de comercialização, através dos quais, conforme colocam Chaffotte e Chiffolleau (2007 *apud* Nierdele *et al.*, 2013), é fomentado o contato direto entre produtores e consumidores, gerando renda para os mesmos e valorizando a produção e o desenvolvimento local.

2.2. Perfil dos Consumidores

Por meio das entrevistas foi possível fazer um diagnóstico acerca do perfil dos consumidores da Feira Quintal Solidário, compreendendo o sexo, idade, profissão, escolaridade, consumo e frequência dos mesmos no evento.

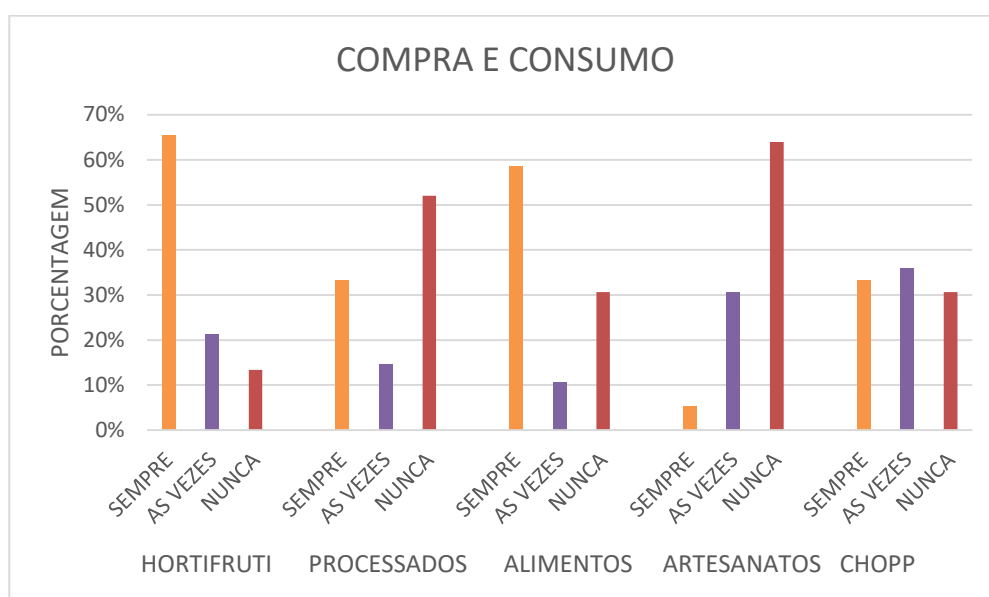
Dos entrevistados, 74% são mulheres e 26% homens. Desse total, 56% têm entre 18 e 30 anos, 19% de 31 a 45, 19% de 46 a 60 e 7% mais de 60 anos. Ademais, por ser uma feira que funciona dentro do *Campus* da UFV, 49% dos entrevistados são estudantes de graduação ou pós-graduação, 16% professores e o restante distribuído em profissões como engenheiros (7%), servidores públicos municipais, estaduais ou de outras instituições públicas (3%), entre outros (secretarias, psicóloga,

nutricionista, microbiologista, veterinário, gerente, decoradora, dentista, bióloga, assessora em agroecologia, auxiliar de saúde bucal, aposentada, advogados etc.).

Vale ressaltar que 63% dos entrevistados frequentam a Feira acerca de doze ou vinte meses. Ademais, dentre os participantes da pesquisa, 18% estavam indo ao espaço pela primeira ou segunda vez, o que mostra que o evento também tem atraído novas pessoas. Para além, 18% dos consumidores frequentam o evento entre um e seis meses, demonstrando, mais uma vez, que a Feira tem sido eficiente no alcance de novos consumidores. Por fim, nota-se que a frequência é alta, dado que 31% dos entrevistados comparecem ao evento semanalmente.

Outro aspecto importante na definição do perfil dos consumidores é a preferência de consumo dos mesmos. O gráfico abaixo demonstra a propensão de compra e consumo de hortifrúti, processados, alimentos para consumo na feira (salgados, feijão tropeiro, caldos etc.), artesanato.

Gráfico 1: Compra e consumo



Fonte: Dados da Pesquisa.

Nota-se que os itens com maiores saídas são hortifrúti, alimentos², processados e artesanato, respectivamente. É importante colocar que os alimentos são compostos pelos lanches comercializados no espaço, como salgados, feijão tropeiro, pratos quentes, etc. Os processados, por sua vez, são os bolos, pães, biscoitos, dentre outros, voltados ao consumo doméstico.

Já no que tange a forma pela qual os consumidores tiveram conhecimento do funcionamento da feira, 56% disseram ter sido por indicação de conhecidos, 10% por indicação das instituições parceiras (CTA, Raízes da Mata e ASPUV), 7% pelos cursos de graduação da UFV (Cooperativismo, Nutrição e Economia Doméstica), 7% pela divulgação formal e 7% ao passar pelo local. Verifica-se, portanto, que a divulgação pode ser melhorada, visto que o conhecimento do espaço se dá, majoritariamente, de maneira informal, e não pelos meios de comunicação oficiais como rádios, jornais, revistas, *outdoors*, dentre outros.

² A Feira utiliza o termo “Alimentos” para os produtos que geralmente são consumidos durante a feira, como lanches, caldos e bebidas.

Com relação aos motivos que levam os consumidores a visitar o Quintal Solidário, 86% destacaram o “ambiente agradável”, 53% o interesse em compras, 43% a qualidade dos produtos, 32% a valorização da agricultura familiar e 31% o fomento da agroecologia.

Vale destacar que a classificação “ambiente agradável” é composta por elementos como atrações culturais, espaço infantil, oficinas e socialização que o local proporciona. Nota-se, portanto, que a Feira consegue ir além de um espaço meramente de comercialização, sendo também um local de lazer.

Posteriormente ao ambiente, os entrevistados colocam a compra de produtos, assim como as comidas e bebidas oferecidas no espaço, como razão de frequentarem o evento. Ademais, a qualidade dos produtos encontrados evidencia-se entre as preferências dos consumidores, que colocam, para além da qualidade, a busca por uma alimentação mais saudável e qualidade de vida.

Desta forma, percebe-se que a Feira tem conseguido fomentar tais iniciativas, visto que seus consumidores percebem estes atributos nos produtos oferecidos no espaço, como mostram as falas dos entrevistados transcritas abaixo, quando questionados acerca dos motivos que os levam a frequentar a Feira Quintal Solidário:

Para comprar produtos orgânicos, e eu tenho confiança no produto, na procedência, assim como na qualidade do que compro aqui. E ainda tem o espaço, que é muito agradável e atrativo, com música ao vivo, atrações para as crianças, enfim, o ambiente como um todo é bacana (ENTREVISTADO 45).

Pois eu gosto do espaço, do ambiente, dos produtos, pelo fato de ter produtos sem agrotóxicos, da agricultura familiar, eu acho mais saudável. Eu acredito na ideia daqui. Gosto do espaço com música ao vivo, com cervejinha, e das pessoas que vêm aqui. É um espaço muito agradável (ENTREVISTADO 19).

Primeiro pelos produtos, a gente faz questão de consumir produtos da agricultura familiar e orgânicos, assim como comprar diretamente do produtor. Também prezamos pela comodidade, dá para vir com crianças, encontrar amigos, se divertir. Além de uma feira é um espaço público a ser ocupado, então é legal (ENTREVISTADO 15).

Aqui na verdade eu não faço compra de produtos vegetais toda semana, pois eu faço na [feira] de sábado onde tem mais opções, tem os produtores rurais lá também, agroecológicos. Aqui eu venho mais pelo fator social, eu acho legal pois a gente encontra as pessoas que têm essa afinidade, que valorizam o trabalho artesanal do pessoal, dos biscoitos, do café, da cerveja artesanal, de um som gostoso. O bate papo é agradável, por isso que eu venho. A compra mesmo de frutas e verduras nem sempre eu faço aqui (ENTREVISTADO 75).

Os relatos demonstram que os consumidores percebem os valores agregados ao evento, como as atrações culturais, as oficinas, a socialização, a qualidade dos alimentos, dentre outros. Tem-se, portanto, uma perspectiva de valorização de iniciativas que salientam uma alimentação mais saudável, com bases em relações de proximidade entre produtores e consumidores.

Tais ideias são debatidas por Nyélény (2007 *apud* Dubex & Batista, 2017), que traz a óptica da segurança alimentar e nutricional sobre a vertente da contingência da sustentabilidade, pautando-se em um comércio justo para propiciar dignidade para quem produz e consome, através da unificação de ambos os atores, facilitando uma remuneração mais justa a produtores e o acesso a alimentos nutritivos pelos consumidores.

Através dos dados apresentados, percebe-se que o Quintal Solidário agrega em seu público pessoas cujo interesse é voltado a compra de produtos locais, que prezam pelo contato direto com os produtores, e promovem, desta forma, um mercado mais justo e solidário.

Neste sentido, nota-se que existe uma preocupação com relação ao consumo, visto que os entrevistados priorizam a compra de alimentos da agricultura familiar e da agroecologia, passando a desenvolver, desta forma, um papel central na promoção de um comércio alternativo. Tais rudimentos são colocados por Costa e Teodosio (2011), que trazem, no cerne de suas discussões, o consumidor como elemento central no fomento de padrões diferenciados de produção e consumo.

Ademais, quando considerado que o evento tem grande parte de seu reconhecimento voltado a fatores não econômicos, como a possibilidade de interação social e as atrações oferecidas no espaço, evidencia-se uma alternativa de mercado, dada a valorização e promoção de aspectos como sustentabilidade, consumo local e agroecologia. Tal ideia é amplamente versada e defendida por Dubex e Batista (2017), que afirmam que as iniciativas econômicas solidárias, de agricultura familiar e agroecológicas trazem em seus preceitos o enfeitamento e a construção de outro modelo de desenvolvimento.

Conclusões

Elucidando as questões norteadoras da pesquisa sobre o entendimento acerca de quem frequenta a Feira, dos motivos que os levam ao espaço, o que consomem, e se percebem princípios da economia solidária, agricultura familiar e agroecologia, apreende-se, ao final do presente trabalho, algumas conjunções.

Neste estudo, tem-se que a Feira Quintal Solidário atrai, majoritariamente, o público feminino, jovem e estudantil, mostrando que o local tem sido atrativo para os mesmos. Tal aspecto é fomentado ao analisar os motivos que levam as pessoas a frequentarem o evento, sendo a razão de maior destaque o espaço agradável, seguido da compra e da valorização da agricultura familiar e agroecologia.

Esses fatores levam a pensar a divulgação do evento, visto que o espaço tem ficado mais voltado à comunidade acadêmica da UFV, sendo necessário expandir os meios de divulgação para o alcance da comunidade viçosense como um todo. A necessidade do incentivo à disseminação da Feira se torna ainda mais evidente ao considerar que a melhora na divulgação do espaço teve grande incidência na fala dos entrevistados quando instigados a sugerir melhorias ao evento, assim como no fato de maioria ter tido conhecimento do Quintal Solidário a partir da indicação de conhecidos.

Apesar de evidenciar um problema em relação à divulgação, o fato de os frequentantes verem o espaço como agradável e propício à socialização, demonstra um diferencial do Quintal Solidário para com as demais feiras, que são, em sua maioria, espaços predominantemente comerciais. Desta forma, nota-se que o evento vem cumprindo com seu objetivo de ser, para além de um local de comercialização, um espaço de interação e lazer.

O evento também tem cumprido com a proposta de valorização da agricultura familiar e agroecologia, visto que grande parte dos entrevistados vão à Feira em função destes aspectos, percebendo a agregação de valor ao local em função de ambos. Entretanto, durante as entrevistas, não houve menção à economia solidária, o que mostra a necessidade de trabalhar em torno desta temática para fomentar a valorização destes empreendimentos.

No caso dos produtos artesanais, comercializados exclusivamente por empreendimentos econômicos solidários, há um menor consumo frequente frente aos demais segmentos como hortifruti e alimentos. Trata-se de uma especificidade, já que a compra dos artefatos é esporádica e não se constitui como uma necessidade básica semanal. No entanto, é possível desenvolver ações para melhorar essa

situação, especialmente chamando a atenção para a economia solidária, pouco ressaltada pelos entrevistados, como apresentado anteriormente.

Ao final do presente trabalho, pode-se afirmar que a Feira Quintal Solidário tem conseguido cumprir com seus objetivos, atraindo seu público através da agregação de valor ao espaço, reinventado a concepção de feiras enquanto locais voltados exclusivamente à comercialização de produtos. Para além, a Feira tem fomentado a valorização da cultura local e do lazer, cumprindo com sua proposta de ser um espaço voltado também à socialização.

Referências

- Agrário., S. E. (06 de Setembro de 2016). *O que é Agricultura Familiar*. Fonte: Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Disponível em: <http://www.mda.gov.br>
- Araújo, T. P., Lima, R. A., & Macambira, J. (2015). *Feiras Agroecológicas: Institucionalidade, organização e importância para a composição da renda do agricultor familiar*. Fortaleza: Instituto de Desenvolvimento do Trabalho: Núcleo de Economia Solidária da Universidade Federal de Pernambuco.
- Brum, A. L. (2003). Economia solidária: Elementos para compreensão. *Unijuí*, 1(1), 217-228. doi: <https://doi.org/10.21527/2237-6453.2003.1.217-228>
- Cray, P. (2014). o COMÉRCIO JUSTO E A REINSCRIÇÃO DA ECONOMIA: as dimensões políticas do comércio justo. *Estudos de Sociologia*, [S.l.], v. 1, n. 10, p. 107-122. Disponível em: <https://periodicos.ufpe.br/revistas/revsocio/article/view/235419>
- Chayanov, A. V. (1974). *La organización de la unidad económica campesina*. Buenos Aires: ediciones Nueva Vision.
- Costa, D. V., & Teodosio, A. S. (2011). Desenvolvimento sustentável, consumo e cidadania: um estudo sobre a (des) articulação da comunicação de organizações da sociedade civil, do estado e das empresas. *Revista de Administração da Mackenzie*, 12(3), 114-145.
- Dubex, A., & Batista, M. P. (2017). Agroecologia e Economia Solidária: um diálogo necessário à consolidação do direito à soberania e segurança alimentar e nutricional. *Redes (Santa Cruz do Sul. Online)*, 22(2), 227-249. doi: <https://doi.org/10.17058/redes.v22i2.9340>
- França Filho, G. C. (2002). *Terceiro Setor, Economia Social, Economia Solidária e Economia Popular: traçando fronteiras conceituais* (1 ed.). Salvador: Bahia: Análises e Dados.
- Gaiger, L. I. (2003). A economia solidária diante do modo de produção capitalista. *Caderno CRH*, 39, 181-211.
- Gil, A. C. (2002). *Como elaborar projetos de pesquisa*. São Paulo: Atlas.
- IPEA. (2016). *Os novos dados do mapeamento da agricultura familiar no Brasil: nota metodológica e análise das dimensões socioestruturais dos empreendimentos*. Brasília.

Lamarche, H. (1998). *A agricultura familiar: comparação internacional. Do mito à realidade* (Vol. II). (F. Bazin, Trad.) Campinas-SP: UNICAMP.

Mance, E. (jul/dez de 2001). A consistência das redes de colaboração solidária. *Ciências Sociais - Unisinos - Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais Aplicadas*, 37(159), 177-204.

Melo, A. P. (2005). *Agricultura familiar e economia solidária: as experiências em gestão de bens comuns e inserção nos mercados por organizações rurais do estado de Minas Gerais*. Lavras: Universidade Federal de Lavras.

Molina, M. G., García, D. L., & Casado, G. G. (2017). Politizando el consumo alimentario: estrategias para avanzar en la transición agroecológica. *Redes (Santa Cruz do Sul, Online)*, 22(2), 31-55. doi: <http://dx.doi.org/10.17058/redes.v22i2.9430>

Nierdele, P. A., Almeida, L., & Vezzani, F. M. (2013). *Agroecologia: Práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura*. Curitiba: Kairós.

Portal Organismet. (Janeiro de 2015). *Mapeamento identifica 6,4 mil feiras livres e agroecológicas em todo o país*. Disponível em: www.organismet.com.br

Schmitt, J. C. (2010). Economia solidária e agroecologia: convergências e desafios na construção de modos de vida sustentáveis. Em J. C. Schmitt, *Mercado de Trabalho: conjuntura & análise* (Vol. 42, pp. 55-64). Brasília: Ipea/MTE.

Schneider, S., & Niederle, P. A. (2008). Agricultura familiar e teoria social: a diversidade das formas familiares na agricultura. Em F. G. Faleiro, & A. L. Farias Neto, *Savanas: desafios e estratégias para o equilíbrio entre sociedade, agronegócio e recursos naturais* (pp. 989-1014). Planaltina, D. F.: Embrapa Cerrados.

Sen, A. K. (2000). *Desenvolvimento como Liberdade*. (L. T. Motta, Trad.) São Paulo: Companhia das Letras.

Singer, P. (2000). A cooperativa é uma empresa socialista. Em G. Guimarães, *Sindicalismo e cooperativismo: a economia solidária em debate*. Rio de Janeiro: Uniraballo.

Enviado:06/08/2019
Aceptado: 06/09/2021

Cómo citar este artículo:

Rodrigues, S. N. R., Lima Costa, B. A. y Priore, E. L. (2021). Economia solidária, agricultura familiar e agroecologia: Análise do perfil dos(as) consumidores(as) da feira “Quintal Solidário” (Viçosa, MG). *Otra Economía*, 14(26), 49-61.