



UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO SEMI-ÁRIDO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS AGRONÔMICAS E FLORESTAIS
CURSO DE AGRONOMIA

LAURISSIA EUDESIA SOARES

**PERFIL E PERCEPÇÕES DOS CONSUMIDORES DA FEIRA AGROECOLÓGICA
DA UFERSA**

MOSSORÓ
2025

LAURISSIA EUDESIA SOARES

**PERFIL E PERCEPÇÕES DOS CONSUMIDORES DA FEIRA AGROECOLÓGICA
DA UFRSA**

Monografia apresentada à Universidade Federal Rural do Semi-Árido como requisito para obtenção do título de Bacharel em Agronomia.

Orientador: Prof. Dr. Joaquim Pinheiro de Araújo

MOSSORÓ
2025

© Todos os direitos estão reservados a Universidade Federal Rural do Semi-Árido. O conteúdo desta obra é de inteira responsabilidade do (a) autor (a), sendo o mesmo, passível de sanções administrativas ou penais, caso sejam infringidas as leis que regulamentam a Propriedade Intelectual, respectivamente, Patentes: Lei nº 9.279/1996 e Direitos Autorais: Lei nº 9.610/1998. O conteúdo desta obra tomar-se-á de domínio público após a data de defesa e homologação da sua respectiva ata. A mesma poderá servir de base literária para novas pesquisas, desde que a obra e seu (a) respectivo (a) autor (a) sejam devidamente citados e mencionados os seus créditos bibliográficos.

S676p Soares, Laurissia Eudesia.
Perfil e percepções dos consumidores da feira
agroecológica da ufersa / Laurissia Eudesia
Soares. - 2025.
49 f. : il.

Orientador: Joaquim Pinheiro de Araújo.
Monografia (graduação) - Universidade Federal
Rural do Semi-árido, Curso de Agronomia, 2025.

1. agroecologia. 2. consumo consciente. 3.
agricultura familiar. 4. universidade pública. I.
Araújo, Joaquim Pinheiro de, orient. II. Título.

Ficha catalográfica elaborada por sistema gerador automático em conformidade
com AACR2 e os dados fornecidos pelo(a) autor(a).
Biblioteca Campus Mossoró / Setor de Informação e Referência
Bibliotecária: Keina Cristina Santos Sousa e Silva
CRB: 15/120

O serviço de Geração Automática de Ficha Catalográfica para Trabalhos de Conclusão de Curso (TCC's) foi desenvolvido pelo Instituto de Ciências Matemáticas e de Computação da Universidade de São Paulo (USP) e gentilmente cedido para o Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal Rural do Semi-Árido (SISBI-UFERSA), sendo customizado pela Superintendência de Tecnologia da Informação e Comunicação (SUTIC) sob orientação dos bibliotecários da instituição para ser adaptado às necessidades dos alunos dos Cursos de Graduação e Programas de Pós-Graduação da Universidade.

LAURISSIA EUDESIA SOARES

**PERFIL E PERCEPÇÕES DOS CONSUMIDORES DA FEIRA AGROECOLÓGICA
DA UFERSA**

Monografia apresentada à Universidade
Federal Rural do Semi-Árido como requisito
para obtenção do título de Bacharel em
Agronomia.

Defendida em: 21/07/2025.

BANCA EXAMINADORA

Joaquim Pinheiro de Araújo, Prof. Dr. (Ufersa)
Presidente

Daniela Faria Florêncio, Prof. Dra. (Ufersa)
Membro Examinador

Elizangela Cabral dos Santos, Prof. Dra. (Ufersa)
Membro Examinador

Dedico este trabalho, em primeiro lugar, a Deus,
em forma de agradecimento por tudo e por tanto.
Ao meu avô, Francisco Jorge (in memoriam), por
todos os ensinamentos compartilhados nesta vida.

AGRADECIMENTOS

A Deus, por ter me guiado até aqui, amparando-me nos dias difíceis e ensinando-me a transformar as adversidades em força para seguir em frente. A Ele, que sempre foi meu sustento e minha fortaleza, e que, incontáveis vezes, me lembrou que eu podia sonhar e conquistar.

Aos meus pais, Laura e Francisco Elzo, minha eterna gratidão. Agradeço pelos anos dedicados a mim e à minha educação. Tudo o que sou como ser humano devo a vocês. Ao meu irmão Abner, pela compreensão nos momentos em que estive ausente e por sempre me apoiar e incentivar.

Ao meu namorado, Rafanely Júnior, por toda a paciência, carinho e apoio nos momentos difíceis. Sua presença foi meu alicerce e minha energia nos dias mais desafiadores. Agradeço imensamente por todo o apoio; você, sem dúvidas, faz parte desta conquista.

Aos meus sogros, Maria do Céu e Rafanely, agradeço pelo acolhimento e por todo o apoio que sempre me ofereceram. Saibam que levo comigo profundo carinho e gratidão.

Ao meu orientador, Prof. Dr. Joaquim Pinheiro, que desempenhou seu papel com excelência, sempre apontando caminhos com sabedoria e clareza quando minhas ideias pareciam sem direção. Agradeço profundamente por todos os ensinamentos, pela paciência e por acreditar no meu potencial desde o início. Serei eternamente grata.

À banca avaliadora, pelo aceite em participar deste momento tão importante e pelas contribuições oferecidas para o aprimoramento deste trabalho. Agradeço imensamente pela generosidade em compartilhar seus conhecimentos, tempo e atenção.

Aos feirantes da Aprofam, pela receptividade, confiança e generosidade em compartilhar suas histórias, experiências e saberes, que foram fundamentais para a construção deste trabalho. A vocês, meu sincero reconhecimento e respeito.

A todos os participantes da pesquisa, por se disponibilizarem a contribuir com suas opiniões, tempo e experiências, tornando possível a realização deste estudo.

Por fim, agradeço a todos os meus amigos, familiares, colegas e professores que me apoiaram e estiveram ao meu lado ao longo de toda essa trajetória. Cada palavra de incentivo e cada gesto de apoio fizeram a diferença.

RESUMO

Este estudo analisou o perfil dos consumidores da Feira Agroecológica da Ufersa (FAU) da Universidade Federal Rural do Semi-Árido (Ufersa), com o intuito de compreender suas motivações, comportamentos e percepções em relação ao consumo de alimentos agroecológicos. Com base em uma abordagem metodológica mista qualitativa e quantitativa, a pesquisa foi desenvolvida por meio da aplicação de questionários semiestruturados aos consumidores da feira, envolvendo diferentes grupos vinculados à universidade e à comunidade externa. Os resultados revelaram um público predominantemente composto por estudantes, técnicos e docentes, que valoriza alimentos saudáveis, livres de agrotóxicos e provenientes da agricultura familiar. Observou-se também uma forte adesão a práticas de consumo consciente e engajamento em questões socioambientais. Entre os principais fatores que influenciam as decisões de compra destacam-se a qualidade dos produtos, a preocupação com a saúde e o apoio à produção local. Além disso, a feira foi reconhecida como um espaço educativo e de convivência, que favorece o diálogo entre saberes acadêmicos e populares, promovendo a valorização da cultura alimentar regional. A pesquisa conclui que a FAU cumpre importante função social, ambiental e pedagógica, sendo uma estratégia eficaz de fortalecimento da agroecologia e da economia solidária no ambiente universitário.

Palavras-chave: agroecologia; consumo consciente; agricultura familiar; universidade pública.

ABSTRACT

This study analyzed the profile of consumers at the Feira Agroecológica da Ufersa (FAU) of the Universidade Federal Rural do Semi-Árido (Ufersa), aiming to understand their motivations, behaviors, and perceptions regarding the consumption of agroecological food. Based on a mixed methodological approach both qualitative and quantitative the research was conducted through the application of semi-structured questionnaires to fair attendees, encompassing different groups linked to the university and the external community. The results revealed a predominantly academic audience composed of students, staff, and professor, pesticide-free food produced by family farming. A strong adherence to conscious consumption practices and engagement with socio-environmental issues was also observed. The main factors influencing purchasing decisions include product quality, health concerns, and support for local production. Furthermore, the fair was recognized as an educational and social space that fosters dialogue between academic and traditional knowledge, promoting the appreciation of regional food culture. The study concludes that the FAU plays a significant social, environmental, and pedagogical role, serving as an effective strategy for strengthening agroecology and the solidarity economy within the university setting.

Keywords: agroecology; conscious consumption; family farming; public university.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Perfil dos Entrevistados da Feira Agroecológica da Ufersa.	28
Gráfico 2 – Tempo de frequência dos consumidores na Feira Agroecológica da Ufersa.	29
Gráfico 3 – Frequência com que os consumidores visitam a Feira Agroecológica da Ufersa.	30
Gráfico 4 – Horário em que os consumidores frequentam a Feira Agroecológica da Ufersa.	31
Gráfico 5 – Motivos que levam os consumidores a comprar na Feira Agroecológica da Ufersa.	32
Gráfico 6 – Frequência de aquisição e disponibilidade percebida de hortaliças na Feira Agroecológica da Ufersa.	33
Gráfico 7 – Disponibilidade percebida de frutas na Feira Agroecológica da Ufersa segundo frequência de aquisição.	34
Gráfico 8 – Aquisição e acessibilidade de raízes e tubérculos pelos consumidores da feira.	35
Gráfico 9 – Aquisição e disponibilidade de produtos animais entre os consumidores da feira.	36
Gráfico 10 – Frequência de aquisição e dificuldade de acesso a produtos beneficiados na feira agroecológica.	37

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

APROFAM	Associação de Produtores da Feira Agroecológica de Mossoró
CNSAN	Conferência Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional
FAO	Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação (Food and Agriculture Organization)
FAU	Feira Agroecológica da Ufersa
FAM	Feira Agroecológica de Mossoró
GPEA	Grupo de Pesquisa e Extensão em Agroecologia
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
PNAN	Política Nacional de Alimentação e Nutrição
PNAE	Programa Nacional de Alimentação Escolar
PNSSAN	Política Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional
RN	Rio Grande do Norte
SISAN	Sistema Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional
TCLE	Termo de Consentimento Livre e Esclarecido
UFERSA	Universidade Federal Rural do Semi-Árido

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 FEIRAS AGROECOLÓGICAS: APROXIMANDO PRODUÇÃO E CONSUMO NA BUSCA POR UMA ALIMENTAÇÃO CONSCIENTE	13
2.1 A Feira Agroecológica de Mossoró: origem e consolidação.....	15
2.2 Feiras agroecológicas nas universidades: experimento de prática, reflexão e inovação para um sistema agroalimentar sustentável.....	17
2.3 Entre a comunidade e a universidade: o legado da FAM na construção da FAU ..	20
2.4 Reflexão sobre o perfil e o papel dos consumidores das feiras agroecológicas	23
3 MATERIAIS E MÉTODOS	25
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	27
4.1 Perfil dos consumidores da FAU	27
4.2 Tempo de participação e frequência na FAU.....	28
4.3 Horários preferenciais de visita.....	30
4.4 Motivações para compra	31
4.5 Disponibilidade de hortaliças e preferências.....	33
4.6 Análise da frequência de aquisição e percepção de acesso às frutas pelos consumidores da FAU.....	34
4.7 Raízes e tubérculos: frequência e acesso.....	35
4.8 Produtos de origem animal	36
4.9 Produtos beneficiados e sua frequência	37
5 PERCEPÇÕES DOS CONSUMIDORES SOBRE A FAU	39
5.1 Expectativas de ampliação da variedade de produtos.....	39
5.2 Sugestões de melhorias e infraestrutura	39
5.3 Contribuições dos consumidores para a continuidade da feira.....	40
5.4 Preocupações com a qualidade dos produtos	41
5.5 Reconhecimento da importância da feira	42
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	43
REFERÊNCIAS.....	44
APÊNDICES	46

1 INTRODUÇÃO

As feiras agroecológicas têm se tornado espaços fundamentais para o fortalecimento de práticas sustentáveis no Brasil. Elas surgem como alternativa concreta ao sistema convencional de produção e comercialização de alimentos, marcado pela dependência de insumos químicos e por relações econômicas desiguais entre produtores, distribuidores e consumidores. Esses espaços, ao promoverem a venda direta entre agricultores e consumidores, estimulam o consumo consciente e a valorização de produtos saudáveis e sem agrotóxicos, além de contribuir com a autonomia de pequenos produtores e o resgate da cultura alimentar regional (Rocha *et al.*, 2025).

Nos últimos anos, a presença dessas feiras em instituições públicas de ensino superior tem crescido de maneira expressiva, especialmente por meio de projetos de extensão universitária voltados à agroecologia. Um exemplo é a Feira Agroecológica da Universidade Federal Rural do Semiárido (Ufersa), que se consolida como um espaço de circulação de saberes, interação entre diferentes públicos e valorização da produção familiar local. A articulação entre universidade e comunidade, nesse contexto, tem possibilitado a criação de estratégias de resistência frente ao modelo alimentar hegemônico, contribuindo para o fortalecimento da agroecologia e da economia solidária (Souza, 2024).

A FAU é, em grande parte, consequência do êxito e da consolidação da Feira Agroecológica de Mossoró (FAM), pela Associação de Produtores e Produtoras da Feira Agroecológica de Mossoró (Aprofam) e contando posteriormente com o protagonismo do Grupo de Pesquisa e Extensão em Agroecologia (GPEA). Desde sua origem, a FAM já era frequentada por docentes, discentes e servidores da instituição, os quais atuavam em diferentes projetos de pesquisa e extensão. Essa experiência consolidada foi essencial para a criação da FAU no espaço universitário, permitindo a continuidade de práticas educativas voltadas à agroecologia e ao fortalecimento da produção local. Como apontam Santos *et al.* (2023), esse tipo de consumo reflexivo ajuda a consolidar novas formas de relação com o alimento, pautadas na confiança, no respeito à natureza e na valorização da produção local.

Estudos realizados em diferentes localidades apontam que os consumidores que frequentam esse tipo de feira compartilham preocupações com a saúde, com a preservação ambiental e com a valorização da agricultura familiar. Levantamentos feitos na Feira da UFMS, por exemplo, indicam um público formado majoritariamente por adultos com ensino superior e com vínculos com o meio acadêmico, embora haja crescente participação de pessoas da comunidade externa (Costa *et al.*, 2018). A pesquisa de Feyh *et al.* (2021) também destaca a

conexão entre o perfil do consumidor e sua consciência ambiental, indicando que o público dessas feiras não apenas consome, mas também adere a um estilo de vida alinhado com práticas sustentáveis.

No caso da Ufersa, a feira é resultado da atuação de grupos engajados em promover a agroecologia como campo científico e prática social. O GPEA e a Aprofam têm desempenhado um papel essencial na organização do espaço, na mobilização de agricultores e na formação de consumidores. Essa atuação coletiva tem contribuído para a consolidação da feira como um ambiente educativo e de transformação social, que ultrapassa a simples troca comercial (Araújo *et al.*, 2016; Mendes, 2020).

Contudo, apesar do avanço dessas experiências, ainda há lacunas importantes na compreensão da importância e do comportamento dos consumidores nesse contexto. Conhecer com mais profundidade os fatores que levam as pessoas a frequentarem feiras agroecológicas, como a existente na Ufersa, pode colaborar para o aperfeiçoamento das estratégias de divulgação, diversificação dos produtos e fortalecimento das relações entre produtores e consumidores. A escuta qualificada dos frequentadores, nesse sentido, pode ser um importante instrumento para garantir a sustentabilidade da feira e ampliar sua atuação no território (Martins *et al.*, 2022).

A relevância desta investigação está diretamente relacionada à necessidade de compreender os elementos que motivam a adesão dos consumidores à Feira Agroecológica da Ufersa. Ainda que sua importância esteja consolidada no campo institucional e comunitário, faltam estudos que aprofundem os motivos que sustentam a escolha e fidelização desse espaço como local de compra habitual de alimentos.

Dessa forma, questiona-se: o que leva uma parte significativa da comunidade da Ufersa a participar da feira agroecológica e como essa participação tem influenciado seus hábitos alimentares, seus valores socioambientais e sua visão sobre a agricultura familiar?

Diante dessa problemática, esta pesquisa teve como objetivo analisar o perfil dos consumidores da FAU, identificando suas características socioeconômicas, comportamentos de compra e fatores que os levam a frequentar esse espaço. Dessa maneira, a intenção foi de compreender como a feira tem colaborado para despertar um olhar mais consciente sobre o consumo e fortalecer vivências educativas que reconhecem e valorizam a agroecologia no dia a dia das pessoas. Debruçar-se sobre essas questões certamente contribuirão para o aprimoramento e crescimento da feira, ampliando a integração entre universidade e comunidade.

2 FEIRAS AGROECOLÓGICAS: APROXIMANDO PRODUÇÃO E CONSUMO NA BUSCA POR UMA ALIMENTAÇÃO CONSCIENTE

As feiras agroecológicas vêm se afirmando como espaços vivos de encontro entre quem planta e quem consome, rompendo com a lógica impessoal e massificada das grandes redes varejistas. Esses espaços proporcionam mais do que transações comerciais: criam vínculos afetivos, estabelecem confiança mútua e resgatam identidades culturais ligadas ao território. O alimento, nesse contexto, deixa de ser tratado como uma simples mercadoria anônima e passa a carregar histórias, modos de vida e saberes que conectam o campo à cidade (Feyh *et al.*, 2021).

A interação promovida nas feiras extrapola a dimensão econômica. A compra direta de produtos oriundos da agricultura familiar estimula uma reflexão crítica sobre a origem dos alimentos, os processos produtivos e as condições de trabalho envolvidas. O consumidor, nesse cenário, deixa de ser um agente passivo e assume um papel ativo, consciente das implicações sociais e ambientais de suas escolhas. Tal envolvimento favorece o fortalecimento da economia solidária e a valorização do trabalho rural, ao mesmo tempo que promove um reencantamento das relações sociais em torno do alimento (Martins *et al.*, 2022).

Dentro da feira, o tempo adquire outro ritmo. A pressa habitual dos mercados tradicionais dá lugar ao diálogo, à escuta e à construção de vínculos comunitários. Esses momentos de convivência possibilitam a criação de um sentimento de pertencimento, reforçando os reconhecimentos mútuos entre diferentes sujeitos sociais. Ao mesmo tempo, fortalecem formas de sociabilidade baseadas na solidariedade, no cuidado e no reconhecimento da diversidade de saberes (Santos *et al.*, 2023).

O consumo agroecológico, por sua vez, apresenta-se como uma ação politicamente engajada. Mais do que escolher alimentos livres de agrotóxicos, trata-se de optar por um modelo de produção que respeita o meio ambiente, promove a justiça social e desafia a lógica concentradora do agronegócio. Essa escolha contribui para a construção de um sistema agroalimentar alternativo, fundamentado na diversidade, na cooperação e na valorização da agricultura de base ecológica (Darolt; Rover, 2021).

Além do aspecto comercial, as feiras cumprem um papel formativo. Embora não sejam espaços escolares formais, funcionam como ambientes de aprendizagem coletiva, onde ocorre a troca de conhecimentos entre agricultores, consumidores e educadores. Esses saberes, muitas vezes invisibilizados pelos currículos tradicionais, são fundamentais para a construção de sociedades mais críticas, conscientes e sustentáveis (Silva; Lima, 2019). Como afirma Araújo

et al. (2015), é nesse tipo de articulação que se concretiza o *enlace da sustentabilidade*, conceito que descreve a integração virtuosa entre produção ecológica e redes de comercialização solidária.

Grande parte do conhecimento compartilhado nesses ambientes tem origem ancestral, construído ao longo de gerações por famílias camponesas que aprendem com a terra e com as experiências do cotidiano. Reconhecer e valorizar esses saberes é essencial não apenas para a preservação da biodiversidade, mas também para a afirmação da dignidade do trabalho no campo e para a resistência à homogeneização cultural imposta pela globalização dos sistemas alimentares (Ploeg, 2008).

Nesse sentido, as feiras agroecológicas estão em sintonia com os princípios da soberania alimentar, que afirma o direito das comunidades de decidirem sobre seus próprios sistemas produtivos e hábitos alimentares, de acordo com suas tradições, culturas e realidades locais. A venda direta, a valorização de alimentos sem veneno e o incentivo à produção em pequena escala são práticas que promovem a autonomia das comunidades e fortalecem redes locais de cuidado, proteção ambiental e resistência ao modelo agroindustrial dominante (Altieri; Nicholls, 2012).

Essas experiências também ajudam a repensar a relação entre consumo e cidadania. Ao participar ativamente de uma feira, o consumidor passa a refletir sobre seu papel social, compreendendo que suas escolhas alimentares não são neutras, mas carregam implicações éticas, políticas e ambientais. Essa dimensão política do consumo agroecológico, como bem discutem Portilho (2009) e Morelato (2020), revela-se como um caminho para uma cidadania ativa, engajada na transformação das relações sociais e econômicas que envolvem o alimento.

Cabe destacar, contudo, que a consolidação e expansão dessas feiras dependem diretamente do apoio institucional e da formulação de políticas públicas que fortaleçam a agroecologia e a agricultura familiar. Investimentos em infraestrutura, formação técnica, assistência rural e fomento à comercialização são fundamentais para garantir a sustentabilidade dessas iniciativas. As feiras não podem ser tratadas como ações pontuais, mas como estratégias centrais para promover justiça social, alimentação saudável e educação popular (Petersen *et al.*, 2013).

De modo geral, as feiras agroecológicas representam mais do que espaços de venda de alimentos. São territórios simbólicos de resistência, convivência e aprendizado. Nelas, o campo e a cidade se reencontram, o alimento volta a ter sentido e o consumo se torna uma prática

consciente e transformadora. Trata-se, portanto, de uma proposta que une saúde, cultura, economia e justiça em um mesmo território vivo.

2.1 A Feira Agroecológica de Mossoró: origem e consolidação

A Feira Agroecológica de Mossoró (FAM) consolidou-se como uma das mais expressivas experiências de articulação entre agricultores familiares, movimentos sociais e instituições acadêmicas no semiárido potiguar. Criada em 2007, a feira surgiu da necessidade de estabelecer um canal justo, direto e solidário de comercialização para os produtores agroecológicos da região, possibilitando não apenas melhores condições econômicas às famílias agricultoras, mas também promovendo práticas alimentares saudáveis e o fortalecimento da agricultura de base familiar (Araújo *et al.*, 2016).

A consolidação da FAM foi resultado de uma construção coletiva, marcada pelo protagonismo dos agricultores, que assumiram a condução das atividades com base na autogestão, nos princípios da economia solidária e no respeito aos modos de vida tradicionais. A autonomia na tomada de decisões, o uso de sementes crioulas, a recusa do uso de agrotóxicos e a valorização dos saberes locais configuram os pilares centrais dessa iniciativa (Souza, 2024). Embora tenha contado com o apoio técnico de instituições como a Universidade Federal Rural do Semi-Árido (Ufersa), foi a organização comunitária que garantiu a perenidade e a coerência política da proposta.

Um dos aspectos mais significativos da FAM é sua capacidade de reunir semanalmente diversos segmentos da sociedade. Agricultores engajados na produção ecológica e consumidores comprometidos com práticas de consumo consciente compartilham o mesmo espaço, onde os produtos comercializados não são apenas bens de troca, mas também portadores de identidade, história e cultura. O ambiente da feira, simples e acessível, torna possível o encontro entre quem produz e quem consome em uma relação mediada pela confiança, pela escuta e pelo reconhecimento mútuo. De acordo com Santos *et al.* (2023), o público da feira é plural, incluindo estudantes, docentes universitários, moradores da zona urbana e representantes de movimentos sociais, o que evidencia seu caráter inclusivo e formativo.

Além dos benefícios econômicos diretos para os agricultores, como o aumento da renda familiar e a eliminação de atravessadores, a FAM tem proporcionado ganhos sociais importantes. Os produtores relatam sentir-se mais valorizados socialmente e reconhecidos em

seu trabalho, o que repercute positivamente em sua autoestima e na continuidade das práticas agroecológicas (Costa *et al.*, 2018). A venda direta, ao garantir mais autonomia sobre preços, quantidades e cronogramas de produção, fortalece a sustentabilidade do sistema e permite o planejamento de longo prazo.

A feira também cumpre uma função educativa de grande relevância. Com o passar dos anos, tornou-se campo fértil para o desenvolvimento de atividades de ensino, pesquisa e extensão, não apenas para a Ufersa, mas também para outras instituições de ensino da região. Vários projetos acadêmicos, estágios e trabalhos de conclusão de curso foram realizados a partir da vivência na FAM, contribuindo para a formação de profissionais mais sensíveis à realidade do campo e comprometidos com transformações sociais sustentáveis (Moura; Sousa, 2020). Essa dimensão pedagógica da feira evidencia o potencial das práticas agroecológicas enquanto processos formativos que integrem teoria e prática de maneira orgânica.

Inspirada na trajetória da FAM foi criada a Feira Agroecológica da Ufersa (FAU) no campus da Ufersa, como desdobramento direto da experiência bem-sucedida em Mossoró. A FAU carrega consigo os mesmos princípios de autogestão, proximidade e troca de saberes que marcaram a FAM desde sua origem. Professores, estudantes e agricultores que estiveram na linha de frente da organização da feira de Mossoró também assumiram papel ativo na implementação da FAU, demonstrando a continuidade das ações e o fortalecimento da agroecologia no espaço acadêmico (Rocha *et al.*, 2025). Conforme destacado no projeto “Do Campo ao Campus”, a experiência da feira universitária não substitui a FAM, mas representa sua ampliação em termos de alcance, visibilidade e integração institucional.

Outro ponto que merece destaque é a resiliência da FAM diante das dificuldades enfrentadas nos últimos anos. Mesmo com o desmonte de políticas públicas voltadas à agricultura familiar, a feira permaneceu ativa graças ao compromisso de seus organizadores e ao enraizamento social que construiu. Essa capacidade de resistência mostra que a FAM não se reduz a um espaço comercial, assim como tem sido encontrado em outras feiras ela é, sobretudo, um movimento social que desafia o modelo agroindustrial hegemônico, ao mesmo tempo em que fomenta práticas solidárias, justas e ambientalmente responsáveis (Feyh *et al.*, 2021).

A FAM também se insere nos chamados circuitos curtos de comercialização, que promovem a reaproximação entre produção e consumo, encurtando distâncias e fortalecendo vínculos entre campo e cidade. Como apontam Darolt e Rover (2021), esse tipo de circuito resgata a dimensão territorial do alimento e rompe com a lógica impessoal das cadeias de abastecimento convencionais. A feira, portanto, é também uma resposta política à concentração

do mercado agroalimentar, pois reafirma a importância da soberania alimentar e do direito das comunidades de decidirem sobre seus próprios sistemas de produção e consumo (Altieri; Nicholls, 2012).

Em síntese, a Feira Agroecológica de Mossoró representa uma experiência sólida e inspiradora de articulação entre agricultura familiar, práticas agroecológicas, economia solidária e educação popular. Sua existência comprova que, mesmo em contextos adversos, é possível construir modelos alternativos ao agronegócio, ancorados na justiça social, no respeito ao meio ambiente e na valorização dos saberes populares. O fortalecimento da FAM e a multiplicação de iniciativas semelhantes são fundamentais para que se avance na construção de um sistema alimentar mais justo, sustentável e enraizado nas realidades locais.

2.2 Feiras agroecológicas nas universidades: experimento de prática, reflexão e inovação para um sistema agroalimentar sustentável

As universidades públicas, sobretudo as instituições federais, têm ampliado nos últimos anos seu envolvimento com temas relacionados à sustentabilidade, agricultura familiar e segurança alimentar. Nesse cenário, as feiras agroecológicas instaladas nos campi universitários se consolidam como experiências concretas de integração entre ensino, pesquisa e extensão. Elas não apenas favorecem a comercialização direta de alimentos saudáveis e livres de agrotóxicos, como também se apresentam como territórios férteis para a formação cidadã, o fortalecimento dos circuitos curtos de comercialização e a construção de alternativas ao modelo agroindustrial hegemônico.

Implantar uma feira agroecológica dentro do ambiente universitário significa aproximar a comunidade acadêmica dos agricultores familiares locais, promovendo uma interação direta que valoriza os saberes populares e estabelece vínculos de confiança, respeito e solidariedade. Ao tornar visível a produção agrícola de base ecológica no cotidiano da universidade, essas feiras reforçam a importância da alimentação saudável, da economia solidária e do consumo consciente como dimensões essenciais de um projeto educacional emancipador (Petersen *et al.*, 2013).

Além do valor simbólico dessa aproximação, há também uma função prática evidente: os agricultores encontram na universidade um novo canal de escoamento para sua produção, com melhores condições de preço, visibilidade e diálogo com os consumidores. Por sua vez, estudantes, servidores e demais frequentadores têm acesso a alimentos de qualidade, cultivados

sem veneno, muitas vezes a preços acessíveis e com garantia de origem. Assim, a feira contribui tanto para a segurança alimentar dos consumidores quanto para a sustentabilidade econômica das famílias agricultoras (Darolt; Rover, 2021).

Porém, o alcance das feiras vai além do campo da economia. Elas funcionam como dispositivos de aprendizagem coletiva e interdisciplinares. Dentro desses espaços, circulam experiências, afetos e saberes que não estão restritos ao conteúdo formal das disciplinas, mas que ganham sentido a partir do contato direto com as realidades camponesas e os desafios da produção agroecológica. Estudantes de cursos como agronomia, nutrição, pedagogia, geografia, administração e ciências sociais encontram nas feiras oportunidades únicas de vivência prática e diálogo com os sujeitos do campo (Silva; Lima, 2019).

Essa dimensão formativa se materializa em atividades como rodas de conversa, oficinas, apresentações culturais, trocas de sementes crioulas e visitas técnicas aos locais de produção. Em muitos casos, as feiras servem de base para trabalhos de conclusão de curso, estágios, pesquisas participativas e projetos de extensão que envolvem diretamente os agricultores familiares, respeitando sua autonomia e seus saberes. Ao propiciar esse tipo de interação, a universidade cumpre seu papel social, contribuindo para o fortalecimento das comunidades locais e para a democratização do conhecimento científico (Moura; Sousa, 2020).

Outro ponto importante a se destacar é o caráter político das feiras. Ao favorecer a venda direta, elas rompem com a lógica concentradora dos grandes supermercados e das redes de distribuição controladas por poucos grupos econômicos. Trata-se de uma estratégia de resistência ao avanço da agricultura industrializada, que se baseia na monocultura, no uso intensivo de agrotóxicos e na exploração do trabalho rural. Ao mesmo tempo, é um modo de reafirmar a agricultura familiar como eixo estruturante de um modelo alimentar justo e sustentável (Altieri; Nicholls, 2012).

Essas feiras também se articulam ao conceito de *soberania alimentar*, defendido por movimentos sociais e organizações camponesas como a Via Campesina. De acordo com essa perspectiva, os povos e comunidades devem ter o direito de definir seus próprios sistemas alimentares, respeitando suas culturas, tradições e necessidades locais. Nesse sentido, as feiras universitárias funcionam como expressão concreta desse direito, ao promover a valorização da produção local, o consumo responsável e o protagonismo dos agricultores no processo de comercialização (Ploeg, 2008).

Experiências como a da Feira Agroecológica da Ufersa e da Feira Agroecológica da Universidade de Brasília (UnB) demonstram como essas ações vêm ganhando força nos

ambientes universitários. Na Ufersa, por exemplo, a feira é resultado de uma parceria entre o Grupo de Pesquisa e Extensão em Agroecologia (GPEA) e a Associação de Produtores Orgânicos de Mossoró (Aprofam), e tem sido realizada semanalmente no campus de Mossoró, com participação ativa de docentes, discentes e agricultores. O projeto “Do Campo ao Campus” (2022) descreve a feira como um espaço de comercialização, mas também de formação, resistência e troca de saberes, com destaque para atividades educativas e de divulgação científicas realizadas no próprio espaço da feira.

Na Universidade de Brasília (UNB), a Feira Agroecológica acontece desde 2004, organizada por um coletivo formado por estudantes, professores e produtores locais. Além da comercialização de alimentos, o evento semanal envolve debates, exibição de filmes, oficinas de agroecologia e ações culturais. A feira da UnB se tornou referência nacional e inspirou outras instituições a seguirem pelo mesmo caminho, demonstrando que é possível integrar práticas sustentáveis ao cotidiano universitário de forma orgânica e participativa (Portilho, 2009).

O papel das feiras como plataformas de inovação social também merece destaque. Ao promover o encontro entre diferentes saberes científico, empírico, ancestral e comunitário —, elas desafiam a hierarquia do conhecimento tradicionalmente estabelecida na universidade. As práticas agroecológicas, muitas vezes desvalorizadas pela ciência convencional, ganham espaço legítimo nesses ambientes, sendo reconhecidas como alternativas viáveis, eficazes e sustentáveis para a produção de alimentos. Essa revalorização do conhecimento camponês representa uma ruptura simbólica importante na forma como a academia se relaciona com o mundo rural (Araújo *et al.*, 2016).

As feiras também operam como vitrines para políticas institucionais mais amplas de sustentabilidade. Muitas universidades passaram a integrar os objetivos da Agenda 2030 da ONU em seus planos de gestão e as feiras agroecológicas dialogam diretamente com metas como erradicação da fome, saúde e bem-estar, consumo responsável, combate às mudanças climáticas e promoção da igualdade. Ao incorporar as feiras como parte das suas ações estratégicas, as instituições dão um passo importante no sentido da coerência entre discurso e prática (Santos *et al.*, 2023).

Contudo, manter uma feira agroecológica dentro de uma universidade pública exige esforço conjunto e compromisso institucional. A articulação entre os setores da universidade, os movimentos sociais e os agricultores deve ser construída de forma participativa, respeitosa e contínua. Entre os principais desafios estão a regularidade do fornecimento de produtos, o engajamento da comunidade acadêmica, o apoio técnico e logístico, e a criação de políticas

internas que reconheçam a importância das feiras como parte do projeto pedagógico da instituição (Darolt; Rover, 2021).

Diante disso, é fundamental que os gestores universitários compreendam que essas feiras não são apenas eventos de comercialização, mas instrumentos políticos e pedagógicos fundamentais para a formação de cidadãos comprometidos com a transformação social. Ao garantir apoio financeiro, estrutural e institucional às feiras, a universidade fortalece sua missão pública e contribui efetivamente para o desenvolvimento sustentável dos territórios em que está inserida.

Em síntese, as feiras agroecológicas nas universidades representam um encontro fecundo entre saberes, territórios e práticas sociais. Elas apontam caminhos para a superação de modelos excludentes de produção e consumo, e afirmam a possibilidade de uma universidade comprometida com a justiça social, a democracia e a sustentabilidade. Seu fortalecimento não é apenas desejável, mas necessário diante dos desafios alimentares, ambientais e éticos que marcam o século XXI.

2.3 Entre a comunidade e a universidade: o legado da FAM na construção da FAU

A consolidação da FAU, no campus Ufersa, representa uma continuidade viva da experiência bem-sucedida da Feira Agroecológica de Mossoró (FAM). A FAU não surgiu isoladamente. Ela é fruto de uma trajetória coletiva, marcada pelo diálogo constante entre agricultores familiares, professores, estudantes e movimentos sociais que, desde 2007, vêm construindo práticas concretas de agroecologia, economia solidária e educação popular no território mossoroense (Araújo *et al.*, 2016).

Ao longo dos anos, a FAM se consolidou como um espaço de resistência e inovação socioprodutiva, pautado na venda direta, no uso de sementes crioulas, na recusa ao uso de agrotóxicos e na autogestão como modelo organizativo. Por meio dela, agricultores familiares encontraram uma alternativa viável para o escoamento da produção e passaram a desenvolver relações mais próximas com os consumidores, baseadas na confiança e na valorização do trabalho camponês (Costa *et al.*, 2018). Nesse ambiente, a universidade passou a atuar como parceira e apoiadora, contribuindo com suporte técnico, ações de extensão e processos de formação continuada.

Ao mesmo tempo, a presença universitária na feira ajudou a valorizar e legitimar os saberes camponeses. Em vez de impor soluções externas ou pacotes tecnológicos prontos, as

atividades de extensão construídas em parceria com a FAM buscaram respeitar e dialogar com os conhecimentos tradicionais, criando pontes entre o saber acadêmico e o saber popular. Essa postura mais sensível e colaborativa transformou também a maneira como a própria universidade passou a se perceber: deixou de ser um espaço fechado em si mesmo e se abriu ao diálogo com os territórios, se tornando um lugar de escuta e construção coletiva de soluções (Gadotti, 2009).

Foi a partir desse vínculo já consolidado entre universidade e comunidade camponesa que surgiu a proposta de interiorizar a experiência da FAM dentro da Ufersa, dando origem à FAU. A ideia, proposta inicialmente pelo Grupo de Pesquisa e Extensão em Agroecologia (GPEA), articulou-se com a Associação dos Produtores e Produtoras da Feira Agroecológica de Mossoró (*Aprofam*) e se concretizou com a criação de um espaço regular de comercialização de alimentos agroecológicos no campus, funcionando semanalmente, às quintas-feiras, desde 2019.

A consolidação da FAM como referência em agroecologia e economia solidária foi, portanto, decisiva para inspirar a criação da FAU. Instalado no campus da Ufersa, esse novo espaço foi planejado para dar continuidade e ampliar o trabalho iniciado na FAM. Muitos dos docentes e discentes que atuaram na feira original trouxeram para a FAU sua experiência acumulada, seus aprendizados sobre organização comunitária, sua capacidade de mediar conflitos e suas estratégias para garantir a viabilidade econômica e social da feira. A FAU, por sua vez, passou a funcionar como um novo laboratório de extensão universitária, mantendo o vínculo com os produtores da região e com os consumidores urbanos que buscavam alimentos saudáveis, justos e livres de agrotóxicos (Rocha *et al.*, 2025).

A FAU nasce, portanto, como um desdobramento natural da FAM, mas com especificidades próprias que envolvem o cotidiano universitário e a possibilidade de integrar mais diretamente às atividades acadêmicas com os processos da agroecologia. Enquanto a FAM cumpre um papel central no abastecimento da cidade e no fortalecimento da economia solidária em Mossoró, a FAU amplia os impactos dessa experiência ao adentrar o espaço institucional da universidade, criando um território fértil para a formação crítica, para a pesquisa aplicada e para a promoção de práticas alimentares sustentáveis no cotidiano da vida universitária.

A proposta da FAU não se limita à venda de alimentos. O espaço da feira é pensado como um território educativo, onde ocorrem rodas de conversa, atividades culturais, oficinas de troca de saberes e sorteios de cestas agroecológicas para estudantes em vulnerabilidade. Essas ações integram os eixos de ensino, pesquisa e extensão, envolvendo estudantes de

diversos cursos em atividades práticas que promovem o diálogo entre os saberes científicos e os saberes populares. Como aponta o documento institucional do projeto, trata-se de um espaço de “reflexão crítica sobre os modos de produção e consumo de alimentos, a partir do encontro direto entre produtores e comunidade acadêmica” (Ufersa, 2022).

A relação entre FAM e FAU não foi linear nem automática, mas construída com diálogo, ajustes e aprendizados mútuos. Agricultores que vendiam na FAM passaram a levar sua produção também para a FAU, ampliando o alcance de seus produtos e fortalecendo sua renda. Estudantes e pesquisadores passaram a atuar de forma ainda mais sistemática na feira universitária, criando metodologias participativas, organizando oficinas, sistematizando dados de produção e consumo e promovendo rodas de conversa sobre temas como soberania alimentar, agroecologia e economia solidária.

Esse diálogo permanente tem possibilitado o surgimento de iniciativas interdisciplinares, como análises laboratoriais de solo e água nas áreas produtivas dos agricultores, projetos de pesquisa sobre o perfil do consumidor agroecológico e a organização de eventos institucionais de divulgação científica com base na experiência da feira. Estudantes de cursos como agronomia, zootecnia, engenharia ambiental, serviço social, nutrição e educação física encontram na FAU um campo fértil para integrar conteúdos curriculares com a realidade socioeconômica e ambiental do semiárido potiguar (Moura; Sousa, 2020).

Além disso, a FAU fortalece a extensão universitária crítica e transformadora. A presença semanal dos agricultores no campus possibilita uma inversão simbólica da lógica tradicional, em que a universidade assume o papel de ouvinte e aprendiz, acolhendo os saberes e práticas vindas do campo. Como resultado, estabelece-se uma relação horizontal, que desafia a hierarquia do conhecimento acadêmico e valoriza a experiência concreta das comunidades agricultoras (Gadotti, 2009).

No aspecto organizativo, a feira também representa um exercício de autogestão compartilhada. Os próprios agricultores são responsáveis pela montagem e desmontagem das barracas, bem como pela organização dos produtos e pelo controle das vendas. A universidade atua como parceira, oferecendo infraestrutura mínima, apoio logístico e articulando ações educativas e formativas em torno do espaço da feira. Essa configuração fortalece a autonomia dos produtores e evita relações de dependência, respeitando os princípios da economia solidária (Darolt; Rover, 2021).

A FAU também desempenha um papel importante na política de assistência estudantil da Ufersa. Ao sortear cestas agroecológicas entre estudantes residentes nas vilas universitárias,

a feira colabora para garantir o acesso a alimentos saudáveis e diversificados a um público que, muitas vezes, enfrenta insegurança alimentar. Essa ação, embora simples, tem impacto significativo na vida dos discentes, aproximando-os da realidade dos agricultores e promovendo um tipo de assistência que vai além do assistencialismo, fortalecendo o sentimento de pertencimento e solidariedade (Santos *et al.*, 2023).

Essa experiência de retroalimentação entre a comunidade e a universidade é um exemplo concreto de como a extensão universitária pode ir muito além da transferência de tecnologia ou da assistência pontual. Trata-se de uma prática de co-produção de conhecimento, em que a universidade aprende com a comunidade, reconhece seus saberes e, ao mesmo tempo, oferece apoio técnico, visibilidade institucional e articulação política para as demandas locais. A FAU nasce, portanto, como um legado direto da FAM, mas também como um passo adiante na consolidação de uma universidade comprometida com o desenvolvimento sustentável, com a justiça social e com o fortalecimento da agricultura familiar.

Esse processo evidencia o potencial transformador das feiras agroecológicas não apenas como espaços de comercialização, mas como arenas de educação popular, de organização comunitária e de articulação entre diferentes setores sociais. O legado da FAM, ao inspirar e sustentar a FAU, demonstra que é possível construir pontes sólidas entre o campo e a cidade, entre o saber acadêmico e o saber popular, entre o ensino formal e a vida concreta das pessoas. Reconhecer e fortalecer essas iniciativas é essencial para consolidar um projeto de universidade pública verdadeiramente comprometida com a realidade de seu território e com a construção de um modelo de desenvolvimento mais justo, inclusivo e sustentável.

2.4 Reflexão sobre o perfil e o papel dos consumidores das feiras agroecológicas

Compreender o perfil dos consumidores da Feira Agroecológica da Ufersa permite observar como esse público se distancia do modelo de consumo tradicional, geralmente caracterizado pela impessoalidade, pela busca imediatista por preços baixos e pela pouca atenção às origens dos produtos adquiridos. Os frequentadores da FAU revelam, em sua maioria, uma postura mais crítica e reflexiva diante das escolhas alimentares, evidenciando uma preocupação que vai além da qualidade nutricional dos alimentos. Trata-se de um público que valoriza os vínculos sociais, o respeito ao meio ambiente e a valorização do trabalho agrícola familiar, contribuindo de forma significativa para a sustentação dessa iniciativa (Souza, 2024).

Diferente do consumidor convencional, muitas vezes distante dos processos de produção, os consumidores das feiras agroecológicas buscam conhecer quem produz seus alimentos, estabelecendo com os agricultores relações pautadas na confiança e no reconhecimento mútuo. Esse envolvimento afeta diretamente a dinâmica da feira, conferindo-lhe um caráter comunitário e educativo. Mais do que comprar produtos, os frequentadores compartilham experiências, trocam saberes e fortalecem uma rede de solidariedade que dá sentido político à feira (Darolt, 2004; Santos *et al.*, 2023).

Além disso, essa postura ativa dos consumidores colabora diretamente para a existência e o aprimoramento da feira. São eles que, por meio de suas demandas, sugestões e presença constante, impulsionam melhorias na diversidade dos produtos ofertados, na qualidade do atendimento e nas estratégias de divulgação e sensibilização adotadas pelos organizadores. Ao manifestarem interesse por alimentos livres de agrotóxicos, por preços justos e por práticas sustentáveis, os consumidores ajudam a moldar a feira como um espaço de resistência frente ao modelo de produção e consumo hegemônico (Rocha *et al.*, 2025).

Sua contribuição vai além do aspecto econômico. Ao participarem das atividades educativas, como rodas de conversa, oficinas e campanhas de conscientização, os consumidores se tornam protagonistas de um processo de transformação social. A feira passa a funcionar, nesse contexto, como um território de formação cidadã, no qual os hábitos de consumo ganham um sentido ético e político, influenciando outras práticas cotidianas, como o descarte consciente, o apoio à agricultura local e a valorização de sistemas alimentares mais justos (Moura; Sousa, 2020).

Nesse processo, a feira se estabelece não apenas como um espaço de comercialização, mas como um verdadeiro território educativo, onde a relação entre campo e cidade é ressignificada por meio da troca de saberes e do reconhecimento mútuo. Assim, o papel dos consumidores é essencial não apenas para garantir a viabilidade econômica da feira, mas para sustentar sua missão social e pedagógica, transformando cada ato de compra em uma ação de resistência e de esperança.

3 MATERIAIS E MÉTODOS

Este estudo de caso caracteriza-se por uma abordagem metodológica de natureza mista, combinando elementos qualitativos e quantitativos, com o objetivo de compreender, de maneira ampla e profunda, o perfil dos consumidores da Feira Agroecológica da Ufersa, seus hábitos de consumo e suas motivações. A opção por integrar essas duas abordagens se justifica pela complexidade do objeto de estudo, que envolve tanto dados objetivos sobre frequência, produtos adquiridos e perfil socioeconômico, quanto percepções subjetivas, expectativas e valores sociais ligados ao ato de consumir produtos agroecológicos.

A pesquisa foi realizada nas dependências do campus central da Ufersa, situado no município de Mossoró, estado do Rio Grande do Norte, onde a feira agroecológica acontece semanalmente, sempre às quintas-feiras, no período da manhã das 8h às 12h. O local foi escolhido justamente por representar uma experiência consolidada de articulação entre universidade e comunidade, com expressiva participação de agricultores e agricultoras locais e consumidores diversos, o que permitiu captar uma amostra rica e plural.

A amostra composta por um total de 50 respondentes, com foco especial em consumidores recorrentes da feira, aqueles que participam do evento semanalmente ou com frequência quinzenal. Foram definidos critérios de inclusão: a) ter 18 anos ou mais; b) estar disposto a colaborar com a pesquisa de forma voluntária. Já os critérios de exclusão envolveram: a) indivíduos que apresentaram dificuldades em compreender as perguntas; b) aqueles que recusaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE).

O instrumento de coleta utilizado foi um questionário semiestruturado composto por 14 perguntas, elaborado com base em estudos semelhantes sobre o tema, como os de Costa *et al.* (2018), Araújo *et al.* (2016) e Feyh *et al.* (2021). O questionário continha perguntas fechadas e abertas. As perguntas fechadas permitiram a obtenção de dados quantitativos sobre idade e dados qualitativos (escolaridade, frequência na feira, principais produtos adquiridos e vínculo com a universidade). Já as perguntas abertas buscaram explorar motivações de consumo e percepção sobre a qualidade dos produtos.

A aplicação dos questionários ocorreu de forma presencial, através da ferramenta do Google Forms, respeitando a dinâmica natural da feira e sem interferir na experiência de compra dos participantes. Cada entrevistado foi abordado individualmente, em momentos de menor movimento, e a entrevista foi conduzida com empatia, atenção e respeito à vontade do participante. O tempo médio de aplicação foi de 15 a 20 minutos. Todos os dados foram

coletados de maneira ética, com garantia de sigilo e anonimato, conforme exigido pelas diretrizes da pesquisa com seres humanos.

Os dados de natureza quantitativa foram tabulados e analisados por meio de estatística descritiva simples, com a apresentação de frequências absolutas, percentuais e medidas de tendência central. Para identificar os principais fatores que motivam os consumidores a realizarem compras na FAU, foi incluída uma questão de ranqueamento, na qual os participantes deveriam ordenar uma lista com seis motivos, atribuindo o valor 1 para o mais importante e 6 para o menos importante. As respostas foram organizadas em planilha eletrônica, e em seguida foram calculadas as médias das posições atribuídas a cada motivo, permitindo identificar os fatores mais valorizados pelos consumidores.

Os dados obtidos foram representados por meio de um gráfico de barras horizontais, em que o eixo horizontal indica a média da posição (quanto menor o valor, maior a importância atribuída ao item), e o eixo vertical apresenta os diferentes motivos de compra. A construção do gráfico foi realizada utilizando o software *Excel*, a fim de proporcionar uma visualização clara e objetiva dos resultados. Já os dados qualitativos foram examinados à luz da análise de conteúdo temática, conforme proposto por Bardin (2011), com a identificação de categorias emergentes a partir das falas dos participantes. Essa estratégia permitiu compreender o sentido atribuído pelos consumidores à feira e às suas escolhas alimentares, valorizando suas narrativas e experiências singulares.

A análise buscou dialogar com os referenciais teóricos que sustentam o trabalho, incluindo autores que discutem o papel das feiras agroecológicas na promoção da cidadania, no fortalecimento da agricultura familiar e na construção de espaços educativos, como Souza (2024), Santos *et al.* (2023), Martins *et al.* (2022) e Rocha *et al.* (2025). Os dados também foram confrontados com resultados de outras pesquisas similares realizadas em feiras agroecológicas de diferentes regiões do país, com o intuito de identificar convergências, especificidades e possíveis contribuições originais do estudo.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A análise do perfil dos consumidores da Feira Agroecológica da Ufersa permitiu identificar características importantes que reforçam o papel estratégico desse espaço de comercialização direta no fortalecimento da agricultura familiar e na promoção da alimentação saudável. A diversidade dos participantes, contemplando distintos níveis de escolaridade, ocupações e vínculos com a universidade e a comunidade externa, evidencia o alcance amplo da feira e seu potencial inclusivo como ambiente de troca e construção de vínculos sociais.

Ao optarem por alimentos produzidos com respeito ao meio ambiente, livres de agrotóxicos e oriundos de sistemas de produção socialmente justos, esses consumidores reafirmam seu compromisso com um modelo agroalimentar alternativo, pautado na economia solidária, na valorização da cultura local e na defesa de práticas alimentares sustentáveis. Dessa forma, o ato de consumir ultrapassa a lógica concentradora e passa a ser compreendido como uma prática política, consciente e transformadora, com potencial para influenciar outras dimensões da vida cotidiana, como a saúde, a educação e a convivência comunitária.

Este estudo buscou compreender não apenas os dados objetivos como frequência de participação e tipos de produtos adquiridos, mas também aspectos subjetivos relacionados às percepções, motivações e expectativas em relação à feira. Essa abordagem de caráter misto possibilitou a identificação de pontos fortes e fragilidades da iniciativa, oferecendo subsídios concretos para seu aperfeiçoamento e continuidade enquanto espaço formativo, sustentável e de integração entre universidade e sociedade.

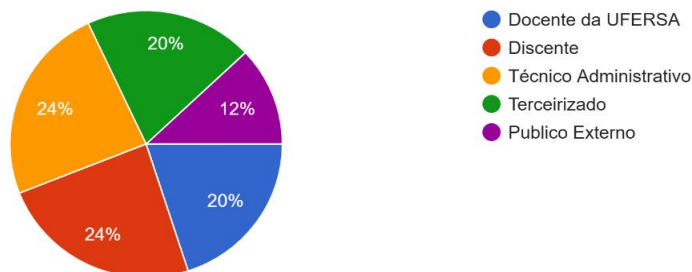
4.1 Perfil dos consumidores da FAU

O Gráfico 1 revela o perfil dos entrevistados participantes da pesquisa aplicada na Feira Agroecológica da Ufersa. Observa-se uma distribuição relativamente equilibrada entre os grupos que compõem a comunidade acadêmica e o público externo, demonstrando uma diversidade importante para a representatividade dos dados coletados. Os discentes e os técnicos administrativos aparecem com maior frequência, cada um representando 24% dos respondentes, o que indica uma participação expressiva dos estudantes e servidores da universidade.

Gráfico 1 – Perfil dos Entrevistados da Feira Agroecológica da Ufersa.

Perfil do entrevistado:

50 respostas



Fonte: dados da pesquisa (2025).

Em seguida, destacam-se os docentes da Ufersa e os trabalhadores terceirizados, ambos com 20% de representatividade. Já o público externo representa 12% das respostas, evidenciando que a feira também alcança pessoas que não estão diretamente vinculadas à instituição. Esse perfil diversificado dos participantes revela que a feira não se limita a um único público-alvo, funcionando como um espaço de convivência e consumo que articula diferentes segmentos sociais e reforça sua função integradora entre universidade e comunidade.

A análise do perfil dos consumidores da FAU mostra um predomínio de estudantes, professores e técnico-administrativos, com níveis de escolaridade que variam de médio a elevado. Esse recorte representa, ao mesmo tempo, uma potencialidade e um desafio para a consolidação da feira como espaço formativo e transformador. Por um lado, a presença desse público favorece a construção de um ambiente propício à reflexão crítica, ao aprendizado interdisciplinar e à promoção de práticas sustentáveis. Por outro, evidencia a necessidade de estratégias que ampliem mais o acesso de grupos sociais historicamente excluídos dos espaços universitários e das alternativas de consumo consciente (Silva; Lima, 2019). A inclusão de públicos diversos é fundamental para que a feira cumpra, de maneira mais equitativa e plural, seu papel social, reafirmando seu compromisso com a justiça alimentar e a sustentabilidade.

4.2 Tempo de participação e frequência na FAU

O Gráfico 2 apresenta a frequência com que os participantes da pesquisa frequentam a Feira Agroecológica da Ufersa. A maior parcela dos entrevistados (34%) afirmou frequentar a feira há um período entre 1 e 2 anos, o que pode ser interpretado como um indicativo de

consolidação do evento no calendário da comunidade universitária e de seu entorno. Esse grupo demonstra familiaridade com a feira, possivelmente já estabelecendo vínculos com os produtores e com os produtos ofertados.

Gráfico 2 – Tempo de frequência dos consumidores na Feira Agroecológica da Ufersa.



Fonte: dados da pesquisa (2025).

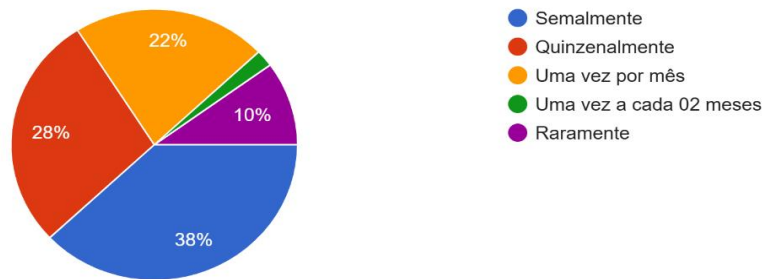
Logo em seguida, destaca-se o grupo que afirma frequentar a feira desde o seu início, representando 32% dos respondentes. Esse dado reforça a fidelização de parte do público, o que é um elemento positivo para a sustentabilidade da iniciativa. Por outro lado, 18% disseram participar há menos de um ano e 16% há menos de seis meses, o que sugere a constante renovação do público, incluindo novos frequentadores. Esse movimento evidencia a capacidade da feira em atrair e envolver novos públicos, mostrando sua relevância contínua e seu potencial de expansão dentro e fora da universidade.

O Gráfico 3 ilustra a frequência média com que os participantes costumam visitar a FAU. A maior parte dos respondentes (38%) afirmou frequentar a feira semanalmente, o que revela um público assíduo e engajado com a proposta do evento. Em seguida, 28% indicaram participar quinzenalmente, reforçando que, mesmo com intervalos maiores, há um comprometimento contínuo com a feira e com os produtos ali comercializados.

Gráfico 3 – Frequência com que os consumidores visitam a Feira Agroecológica da Ufersa.

Em média, qual a frequência que vai à feira:

50 respostas



Fonte: dados da pesquisa (2025).

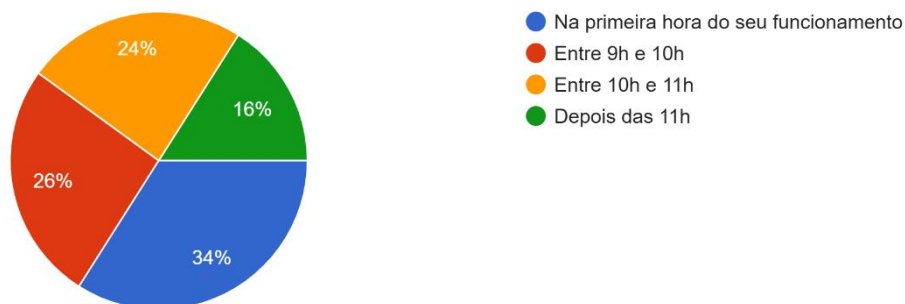
Outros 22% dos entrevistados informaram que comparecem mensalmente, e uma pequena parcela (2%) indicou frequência bimestral. Por fim, 10% relataram ir raramente à feira, o que pode estar relacionado a fatores como disponibilidade de tempo, acesso ou preferência por outros canais de compra. Esses dados, no conjunto, apontam para um público majoritariamente regular, o que favorece tanto os agricultores quanto a consolidação de uma cultura de consumo consciente e de vínculo direto entre produtores e consumidores.

4.3 Horários preferenciais de visita

O Gráfico 4 refere-se à distribuição dos horários em que os consumidores costumam frequentar a FAU. Conforme os dados obtidos, observa-se que a maior parte dos(as) respondentes (34%) costuma comparecer à feira na primeira hora de funcionamento. Em seguida, 26% relataram frequentar o evento entre 9h e 10h, enquanto 24% informaram presença entre 10h e 11h. Por fim, apenas 16% declararam frequentar a feira após às 11h..

Gráfico 4 – Horário em que os consumidores frequentam a Feira Agroecológica da Ufersa.

Geralmente, em que horário frequenta a feira:
50 respostas



Fonte: dados da pesquisa (2025).

Essa distribuição sugere uma preferência do público por visitar a feira nos períodos iniciais da manhã, o que pode estar relacionado à busca por maior variedade de produtos, menor movimentação ou à disponibilidade pessoal naquele horário. Tais informações são relevantes para o planejamento da logística da feira, indicando a necessidade de atenção especial à organização e ao abastecimento dos produtos no início do expediente, de modo a atender de forma mais eficiente a demanda predominante. Além disso, compreender os horários de maior fluxo pode auxiliar na programação de atividades culturais e educativas, promovendo maior engajamento do público ao longo do funcionamento do evento.

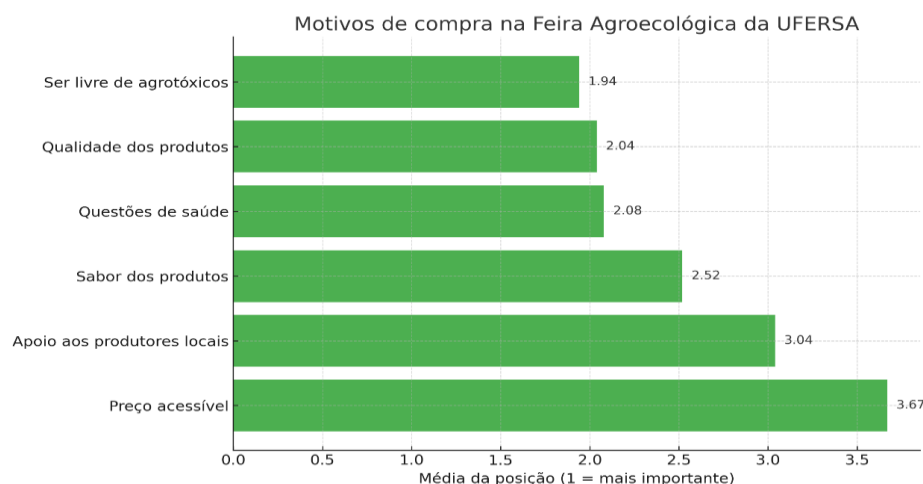
4.4 Motivações para compra

O Gráfico 5 apresenta os principais fatores que influenciam as decisões de compra dos consumidores na Feira Agroecológica da Ufersa. Entre os motivos elencados, o mais valorizado foi o fato de os produtos serem livres de agrotóxicos, com média de 1,94 na escala de importância, indicando uma forte preferência por práticas de cultivo mais sustentáveis e seguras à saúde.

Na sequência, destacam-se a qualidade dos produtos (média de 2,04) e as questões relacionadas à saúde (média de 2,08), reforçando que os consumidores da feira demonstram uma preocupação significativa com o bem-estar físico, a segurança alimentar e a procedência dos alimentos consumidos. Esses dados apontam para um perfil de consumidor mais consciente

e engajado com os princípios da agroecologia, que valoriza não apenas o alimento em si, mas também os impactos de sua produção sobre a saúde humana e o meio ambiente.

Gráfico 5 – Motivos que levam os consumidores a comprar na Feira Agroecológica da Ufersa.



Fonte: dados da pesquisa (2025).

Outros fatores, como o sabor dos produtos (média de 2,52) e o apoio aos produtores locais (média de 3,04), também foram valorizados pelos consumidores, ainda que com menor peso médio em comparação aos demais critérios. Já o preço acessível apareceu com média de 3,67, ocupando a última posição no ranqueamento. Isso indica que, embora o custo dos produtos seja considerado, ele não se sobrepõe aos aspectos relacionados à saúde, qualidade e procedência dos alimentos.

É importante destacar, no entanto, que o preço praticado na feira é percebido como acessível dentro da lógica da produção agroecológica, especialmente quando comparado ao modelo de comercialização das redes convencionais, onde os alimentos orgânicos e livres de agrotóxicos geralmente apresentam preços elevados e pouco competitivos. Nesse sentido, a feira se mostra como uma alternativa viável e justa, oferecendo alimentos saudáveis a preços compatíveis com a realidade dos consumidores locais.

Esses dados revelam um perfil de consumidor mais consciente e engajado, que tende a priorizar os impactos positivos do seu consumo, tanto para a própria saúde quanto para o fortalecimento da agricultura familiar e da economia local, ainda que isso eventualmente implique abrir mão de preços mais baixos em favor de alimentos com origem confiável e atributos sustentáveis.

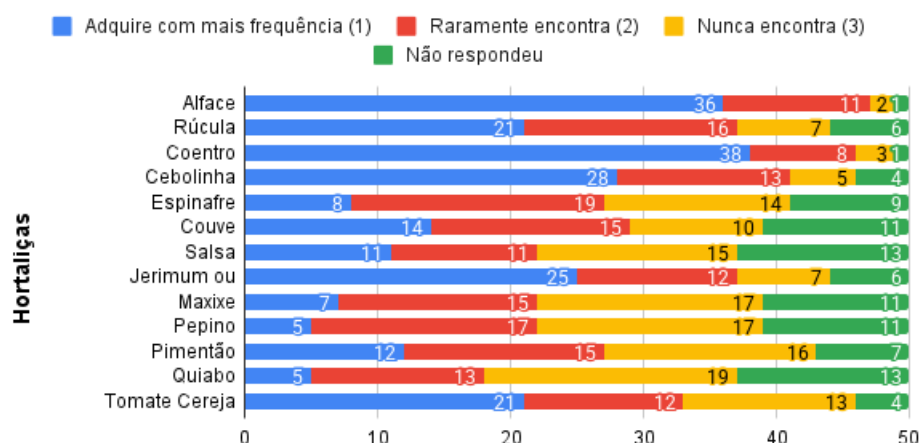
4.5 Disponibilidade de hortaliças e preferências

O Gráfico 6 apresenta a percepção dos consumidores da Feira Agroecológica da Ufersa em relação à frequência com que encontram determinadas hortaliças à venda. Foram oferecidas quatro opções de resposta: produtos adquiridos com mais frequência (azul), raramente encontrados (vermelho), nunca encontrados (amarelo) e não respondido (verde).

Observa-se que produtos como coentro (38), alface (36) e cebolinha (28) se destacam como os mais facilmente encontrados e adquiridos, evidenciando boa disponibilidade desses itens. Já hortaliças como quiabo e pepino (apenas 5 marcaram como frequentemente adquirido), apresentam maiores percentuais de respostas nas categorias "raramente encontra" e "nunca encontra", sugerindo dificuldade de acesso a esses produtos.

Um dado relevante é o alto número de respostas indicando que pepino, maxixe e quiabo estão entre os que mais “nunca são encontrados”, o que pode demonstrar uma lacuna na oferta desses itens de forte identidade regional.

Gráfico 6 – Frequência de aquisição e disponibilidade percebida de hortaliças na Feira Agroecológica da Ufersa.



Fonte: dados da pesquisa (2025).

Por outro lado, itens como salsa e jerimum ou maxixe apresentaram uma distribuição mais equilibrada entre as categorias, o que pode indicar uma disponibilidade sazonal ou irregular, variando conforme o período de comercialização.

Esse panorama revela não apenas as preferências dos consumidores, mas também os desafios produtivos e logísticos enfrentados pela feira, especialmente no contexto da agroecologia, cuja produção é, por natureza, mais complexa e dependente de fatores ambientais

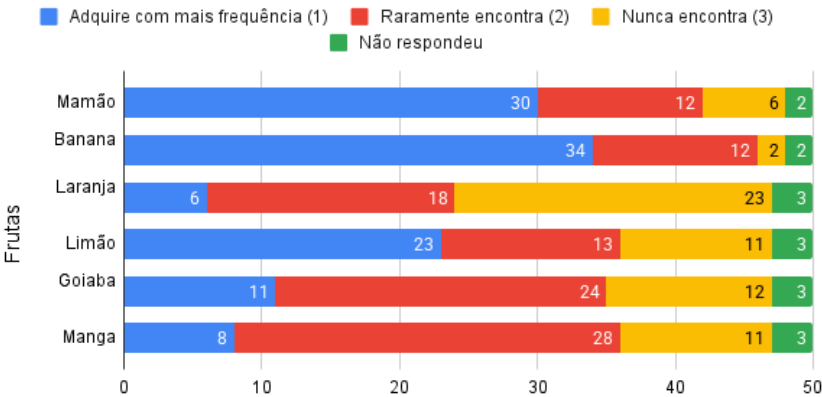
e sazonais. Isso faz com que a oferta de alguns produtos não seja constante, o que impacta diretamente na regularidade com que determinados itens aparecem nas bancas.

Frente a essas limitações, torna-se fundamental planejar a produção com foco nos itens de identidade cultural e de uso frequente na alimentação da população, alinhando as possibilidades reais de cultivo com os hábitos de consumo locais. Como apontam Souza (2024) e Martins *et al.* (2022), iniciativas como a FAU não são apenas espaços de venda, mas territórios educativos e políticos, que desafiam a lógica convencional do consumo e abrem caminho para práticas alimentares mais justas, saudáveis e sustentáveis.

4.6 Análise da frequência de aquisição e percepção de acesso às frutas pelos consumidores da FAU

O Gráfico 7 ilustra a percepção dos consumidores da FAU em relação à disponibilidade de frutas de sua preferência, classificadas conforme a frequência de aquisição. Os dados mostram que a banana é a fruta mais adquirida com regularidade, apontada por 34 respondentes como item frequentemente encontrado. O mamão também apresenta boa disponibilidade, com 30 menções positivas. Esses números indicam que tais frutas estão bem consolidadas na feira e possuem cadeias de fornecimento mais estáveis. Em contrapartida, frutas como a manga e a goiaba aparecem com altos índices na categoria “nunca encontra”, com 23 e 12 respostas, respectivamente, evidenciando falhas no abastecimento ou sazonalidade na oferta.

Gráfico 7 – Disponibilidade percebida de frutas na Feira Agroecológica da Ufersa segundo frequência de aquisição.



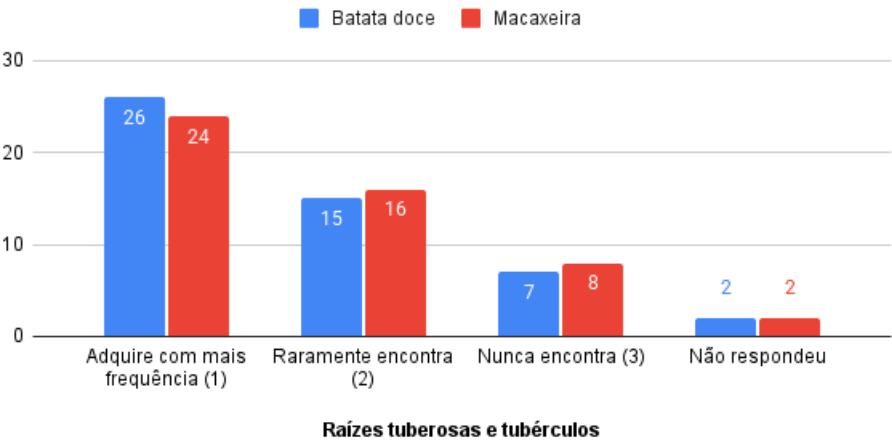
Fonte: dados da pesquisa (2025).

Frutas como manga, limão e goiaba, embora bastante valorizadas na alimentação regional, aparecem em posições intermediárias no gráfico, com números significativos tanto nas categorias “raramente encontra” quanto “nunca encontra”. Isso aponta para uma variação na oferta desses produtos, o que pode estar relacionado a fatores como sazonalidade, capacidade produtiva dos agricultores ou desafios logísticos. A análise desses dados revela a importância de um planejamento mais ajustado da produção e da logística dentro da feira, buscando atender às preferências dos consumidores e fortalecer a presença de frutas típicas no cotidiano alimentar da comunidade acadêmica e externa.

4.7 Raízes e tubérculos: frequência e acesso

O Gráfico 8 refere-se à percepção dos consumidores em relação à disponibilidade de dois alimentos bastante populares na feira: batata-doce e macaxeira, ambos pertencentes ao grupo das raízes tuberosas e tubérculos. A pesquisa foi estruturada para que os participantes atribuíssem os números 1, 2 ou 3 conforme a frequência com que encontravam esses produtos, sendo 1 para os que adquirem com mais frequência, 2 para os que raramente encontram e 3 para os que nunca encontram.

Gráfico 8 – Aquisição e acessibilidade de raízes e tubérculos pelos consumidores da feira.



Fonte: dados da pesquisa (2025).

Entre os entrevistados, 26 apontaram que adquirem batata-doce com frequência, número ligeiramente superior aos 24 que relataram o mesmo em relação à macaxeira. No grupo que raramente encontra os produtos, as respostas foram equilibradas: 15 para batata-doce e 16 para macaxeira. Já no quesito "nunca encontra", 7 pessoas afirmaram não encontrar batata-doce,

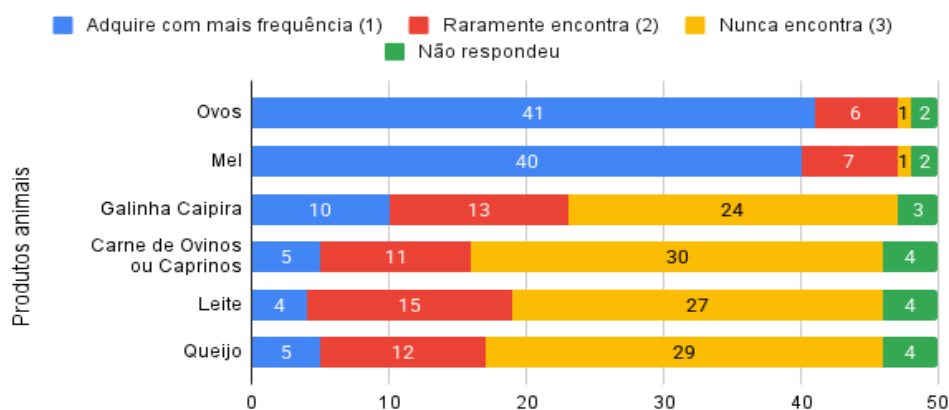
enquanto 8 relataram o mesmo sobre a macaxeira. Por fim, 2 participantes não responderam para cada um dos produtos.

Esses dados indicam que, embora ambos os alimentos estejam entre os preferidos dos consumidores, ainda há certa dificuldade no acesso contínuo a eles, sugerindo uma oferta que pode oscilar conforme a época do ano ou a capacidade de abastecimento dos produtores.

4.8 Produtos de origem animal

O Gráfico 9 demonstra a frequência de aquisição de produtos de origem animal pelos consumidores da FAU. Destaca-se que os ovos e o mel são os produtos mais facilmente encontrados e adquiridos, com 41 e 40 menções, respectivamente, como itens consumidos com frequência. Essa expressiva presença sugere uma boa organização dos agricultores e uma cadeia de produção bem estruturada para esses itens específicos, o que contribui para a fidelização dos consumidores que buscam produtos de origem animal na feira.

Gráfico 9 – Aquisição e disponibilidade de produtos animais entre os consumidores da feira.



Fonte: dados da pesquisa (2025).

Por outro lado, observa-se um cenário significativamente diferente no que se refere aos produtos de origem animal, como galinha caipira, carne de ovinos/caprinos, leite e queijo. A maioria dos participantes indicou dificuldade de acesso a esses itens, sendo que 27 respondentes afirmaram nunca encontrar leite e 29 relataram o mesmo em relação ao queijo. Já a carne de ovinos/caprinos foi mencionada por 30 pessoas como indisponível na feira, configurando-se como um dos produtos com maior ausência percebida.

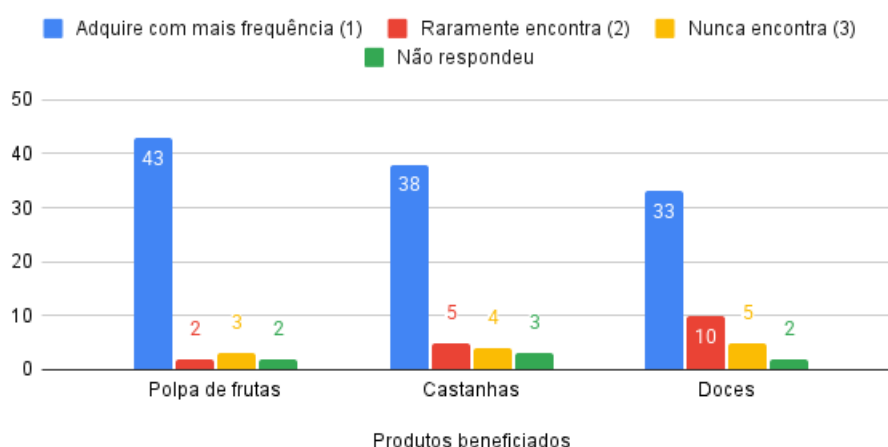
Esses dados evidenciam uma lacuna importante na oferta de proteínas animais, sobretudo daquelas associadas à cultura alimentar regional e de maior valor agregado. Essa

escassez pode estar relacionada às exigências específicas de manejo, conservação e transporte desses produtos, além de entraves regulatórios que dificultam sua comercialização direta, como apontam Santos *et al.* (2023).

4.9 Produtos beneficiados e sua frequência

O Gráfico 10 apresenta a percepção dos consumidores da FAU sobre a disponibilidade de produtos beneficiados, especificamente polpas de frutas, castanhas e doces. Observa-se que as polpas de frutas aparecem como o item mais adquirido com frequência, sendo citadas por 43 respondentes como um produto que encontram com regularidade na feira. As castanhas também são bem avaliadas nesse aspecto, com 38 menções positivas. Já os doces, embora estejam presentes na feira, apresentam uma avaliação mais dividida: 33 pessoas afirmam adquiri-los com frequência, mas 10 indicaram que raramente os encontram e 5 afirmaram que nunca os encontraram, sugerindo uma variação maior na sua oferta.

Gráfico 10 – Frequência de aquisição e dificuldade de acesso a produtos beneficiados na feira agroecológica.



Fonte: dados da pesquisa (2025).

Os resultados apontam para uma boa disponibilidade geral das polpas e castanhas, que se destacam como produtos com presença mais constante nas bancas da feira. Por outro lado, os doces, embora sejam bastante consumidos e adquiridos pelo público, demonstram maior instabilidade na oferta. Essa variação pode estar associada a fatores como sazonalidade dos ingredientes, alta demanda ou mesmo limitações da produção artesanal, que geralmente depende de pequenas escalas e de mão de obra familiar.

Diante desse cenário, identifica-se um potencial estratégico para o fortalecimento da produção e distribuição de doces artesanais na feira, suprimindo uma demanda já existente e valorizada pelos consumidores. Investir nesse segmento pode contribuir não apenas para a diversificação da oferta de produtos beneficiados, mas também para o aumento da renda das famílias agricultoras envolvidas, além de reforçar o vínculo entre consumidores e produtores, aspecto central nas dinâmicas dos circuitos curtos de comercialização (Santos *et al.*, 2023).

5 PERCEPÇÕES DOS CONSUMIDORES SOBRE A FAU

A análise das respostas dos consumidores da FAU permitiu identificar expectativas, percepções e sugestões relevantes acerca do impacto da iniciativa no contexto universitário, bem como os principais desafios para sua consolidação e ampliação.

5.1 Expectativas de ampliação da variedade de produtos

Quando questionados sobre os produtos que gostariam de encontrar na feira, os respondentes destacaram o interesse na ampliação da variedade de itens ofertados, com ênfase em frutas da região, produtos artesanais, alimentos saudáveis e preparações prontas para o consumo. Entre as sugestões, destacam-se:

- “Beterraba em pó” (Consumidor 19).
- “Gostaria de ver mais lanches saudáveis prontos, tipo saladas, sanduíches naturais, iogurte caseiro... facilita muito a vida de quem estuda” (Consumidor 45).
- “Gostaria de ver mais produtos saudáveis, tipo suco ou bolos sem açúcar” (Consumidor 47).
- “Gostaria muito de ver mais frutas da nossa terra, como cajarana. E quem sabe uns queijos artesanais, né? Ia ser ótimo!” (Consumidor 43).
- “Mais opções de lanches como cuscuz, sucos e sanduíches naturais” (Consumidor 36).

Essa demanda revela não apenas a busca por práticas alimentares mais saudáveis, mas também o reconhecimento do valor econômico, social e cultural da produção local, especialmente aquela oriunda da agricultura familiar.

Observou-se, ainda, uma valorização expressiva de alimentos ligados à cultura alimentar regional, como cajarana, macaxeira, maxixe, mel de abelha, farinha de mandioca e licores produzidos com frutas nativas. Esse apreço evidencia a importância da identidade alimentar local e do fortalecimento dos vínculos culturais entre campo e cidade.

5.2 Sugestões de melhorias e infraestrutura

Entre as sugestões de melhoria, destacaram-se aspectos relacionados à infraestrutura física da feira, como a instalação de mesas, pontos de sombra, acesso à água para beber e lavar as mãos, visando torná-la mais acolhedora e propícia à convivência:

- “É bom ter um lugar na universidade que pensa em alimentação saudável. Já troquei o lanche da padaria pelo daqui. Mas falta um espaço com mesas e cadeiras pra gente sentar e lanche com calma” (Consumidor 37).
- “Uma estrutura mais confortável com bancos, sombra e talvez música ao vivo. Isso fideliza o público e transforma em ponto de encontro” (Consumidor 44).
- “Falta uma cobertura maior e mesa” (Consumidor 39).

Esses relatos reforçam a ideia de que a feira não é apenas um espaço de compra e venda de alimentos saudáveis, mas também um território de troca de saberes, de socialização e de construção coletiva de sentidos e vínculos entre produtores(as) e consumidores. Trata-se de um espaço de construção de uma identidade coletiva, referenciada em um novo hábito alimentar centrado na saúde pessoal e na preservação do meio ambiente.

5.3 Contribuições dos consumidores para a continuidade da feira

No que diz respeito às contribuições para o fortalecimento da feira, os consumidores ressaltaram a importância de uma divulgação mais efetiva — tanto por meio das redes sociais quanto por indicações em ambientes de trabalho —, bem como a fidelização e a participação em atividades complementares:

- “Ajudar na divulgação da feira e apresentar os benefícios de seus produtos” (Consumidor 1).
- “Divulgar nas redes, participar das atividades e até sugerir produtos. Consumidor tem que ser parceiro, não só cliente” (Consumidor 45).
- “A gente pode divulgar mais, chamar os vizinhos, comprar direto aqui ao invés de ir no supermercado” (Consumidor 43).
- “Responder questionários como esse auxilia diretamente na melhoria da feira” (Consumidor 17).

A fidelização por meio do consumo regular e a recomendação dos produtos a outras pessoas foram apontadas como estratégias relevantes para a continuidade e sustentabilidade do projeto. Além disso, considerou-se essencial a criação de um canal de comunicação direta com os(as) agricultores, possibilitando o envio de feedbacks e sugestões, fortalecendo uma relação de parceria e corresponsabilidade entre os diversos sujeitos envolvidos na feira.

Outro aspecto recorrente foi a necessidade de ampliar a visibilidade e o alcance da feira, com sugestões que incluíram a realização do evento em horários mais acessíveis e o

acolhimento de um público mais diversos. Essas ações contribuiriam para tornar a feira um espaço ainda mais dinâmico, atrativo e formativo.

5.4 Preocupações com a qualidade dos produtos

Alguns consumidores destacaram a importância de realizar pesquisas e análises periódicas que atestem a ausência de agrotóxicos nos produtos comercializados. A proposta inclui garantir que os alimentos sejam, de fato, orgânicos ou estejam em processo de transição agroecológica. Nesse sentido, foi sugerido:

- “A universidade realizar a análise mensal dos alimentos para certificar ou não uso de defensivos (agrotóxicos). Acredito que daria maior credibilidade, consequentemente, maior demanda de frequentadores” (Consumidor 9).
- “Melhorar a comunicação da feira na Ufersa. Às vezes nem todo mundo sabe que ela está acontecendo. Também realizar pesquisas para comprovar serem livres de resíduos” (Consumidor 45).

Essa demanda reflete a preocupação com a segurança alimentar e o desejo de maior transparência e rastreabilidade. Embora a feira seja reconhecida por sua proposta agroecológica e por promover práticas sustentáveis, muitos participantes reforçaram que a validação científica da qualidade fortalece a credibilidade da iniciativa e contribui para a fidelização do público.

Destaca-se que os(as) agricultores(as) feirantes da FAU possuem certificação participativa de conformidade orgânica, conforme previsto na Instrução Normativa nº 19/2009 do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA). Esse modelo de certificação, regulamentado pelo governo federal, baseia-se em um sistema de controle social no qual agricultores, técnicos e consumidores acompanham e avaliam coletivamente os processos produtivos (Brasil, 2009).

Essa certificação assegura que os produtos orgânicos comercializados atendam aos padrões estabelecidos pela legislação brasileira, respeitando critérios ambientais, sociais e de saúde pública. Sugere-se que o certificado, expedido pelo MAPA, seja exposto nas barracas como forma de informar os consumidores de que a FAU é uma feira de alimentos orgânicos.

5.5 Reconhecimento da importância da feira

Quanto à importância da feira para a comunidade universitária e para a sociedade em geral, os consumidores reconheceram sua contribuição para a promoção da saúde, o estímulo ao consumo consciente e a valorização da agricultura familiar:

- “Acho muito importante, pois podemos adquirir produtos saudáveis e ajudar na economia dos pequenos produtores rurais” (Consumidor 04).
- “É o melhor projeto de desenvolvimento sustentável na prática da Ufersa. Integra saúde, bem-estar, sustentabilidade ambiental e apoio à agricultura familiar” (Consumidor 05).
- “A feira é uma extensão viva. A gente aprende com os produtores, vê na prática o que estuda” (Consumidor 45).
- “Ela conecta universidade, campo e cidade” (Consumidor 44).

Para muitos, a feira configura-se como uma ação concreta de extensão universitária, articulando teoria e prática em um espaço acessível, plural e inclusivo. Destacou-se, ainda, seu papel como ponte entre o campo e a cidade, reunindo agricultores(as) e consumidores em torno de uma proposta de alimentação saudável, justa e livre de agrotóxicos.

Os relatos reforçam a compreensão da feira como um espaço que integra cuidados com a saúde, respeito ao meio ambiente e valorização da cultura local, oferecendo alimentos de qualidade a preços acessíveis, ao mesmo tempo em que fortalece os modos de vida dos(as) agricultores(as). Tais percepções reafirmam o caráter formativo, político e transformador da feira, consolidando-a como um instrumento fundamental para a sustentabilidade, a soberania alimentar e a justiça social.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise dos dados revelou que a Feira Agroecológica da Ufersa tem alcançado diferentes segmentos da comunidade universitária e extrapolado os limites institucionais. Os discentes representam uma parcela significativa do público, atraída principalmente pela oferta de alimentos saudáveis a preços acessíveis, com destaque para frutas, hortaliças e lanches prontos. Os docentes demonstram uma participação mais crítica, valorizando o diálogo com os(as) agricultores(as), a procedência dos produtos e o caráter formativo da feira. Já os técnico-administrativos compõem um público constante, que reconhece a feira como um espaço de confiança e praticidade no cotidiano.

Destaca-se, ainda, a presença significativa de trabalhadores terceirizados e de membros do público externo, que, juntos, representam uma parcela importante dos consumidores. Esse dado reforça o potencial da feira como espaço inclusivo e aberto à comunidade, promovendo não apenas o consumo consciente, mas também a convivência e o fortalecimento de vínculos entre diferentes grupos sociais. A valorização de produtos regionais — como raízes e tubérculos, frutas, polpas, castanhas, doces e mel — evidencia um padrão de consumo conectado à cultura alimentar local.

Com base nesse cenário, conclui-se que a FAU transcende a função de um espaço de comercialização de alimentos orgânicos, consolidando-se como ferramenta educativa e política de promoção da agroecologia, da saúde e da soberania alimentar. No entanto, para que esse potencial se amplie e se consolide, é necessário investir em ações estruturantes e de continuidade, incluindo políticas públicas, apoio técnico aos produtores, incentivo ao beneficiamento e fortalecimento de canais curtos de comercialização.

Ressalta-se, ainda, a importância de novos estudos que aprofundem a caracterização dos diferentes perfis de consumidores, considerando variáveis como faixa etária, renda, hábitos alimentares e motivações de consumo. Além disso, recomenda-se o monitoramento contínuo das percepções do público e o estímulo à construção coletiva de soluções que conciliem acesso, viabilidade econômica e respeito socioambiental, consolidando a FAU como referência em transformação, inovação, compromisso com a agricultura familiar e consumo alimentar sustentável.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Joaquim *et al.* **Feira Agroecológica de Mossoró**: um estudo sobre seus impactos e impasses. Mossoró: EDUfersa, 2015.

ARAÚJO, Joaquim Pinheiro de; MAIA, Zildenice Matias Guedes; PORTO, Vânia Christina Nascimento. Perfil dos consumidores nas feiras agroecológicas: a experiência de Mossoró-RN. In: CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E SOCIOLOGIA RURAL – SOBER, 2016, Vitória. Anais [...]. Vitória: SOBER, 2016. Disponível em: https://sobereventos.org.br/anais/2016/GT07_ARAUJO_Joaquim_Pinheiro.pdf. Acesso em: 30 abr. 2025.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Instrução Normativa nº 19, de 28 de maio de 2009. Estabelece as normas para a avaliação da conformidade orgânica, os sistemas de certificação e os procedimentos para uso do selo “Produto Orgânico do Brasil”. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, n. 101, p. 6, 29 maio 2009.

COSTA, Edgar Aparecido da *et al.* Perfil dos consumidores da feira de produtos de transição agroecológica na UFMS, Corumbá-MS, Brasil. Caderno de Ciências Sociais Aplicadas, Corumbá-MS, v. 13, n. 1, p. 1–15, 2018. Disponível em: <https://repositorio.ufms.br/handle/123456789/1532>. Acesso em: 30 abr. 2025.

DAROLT, Maria Roseli. O papel do consumidor no mercado de produtos orgânicos. Curitiba: IPARDES, 2004. Disponível em: <http://www.planetaorganico.com.br/trabdarolt1.htm>. Acesso em: 30 abr. 2025.

FEYH, Michele Hartmann; LIZANA, Giovana Rodrigues Soto; CARVALHO, Roberto Luís da Silva. Perfil do consumidor de produtos orgânicos e agroecológicos e sua relação com o consumo sustentável. Revista Eletrônica da Associação dos Geógrafos Brasileiros, v. 2, n. 1, p. 1–15, 2021. Disponível em: <https://www.seer.ufal.br/index.php/era/article/view/13526>. Acesso em: 6 jun. 2025.

MARTINS, Marta Rocha *et al.* Perfil dos consumidores de feiras agroecológicas de Fortaleza. Research, Society and Development, v. 11, n. 8, e29211830879, 2022. Disponível em: <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/download/29211/25230/334072>. Acesso em: 6 jun. 2025.

MENDES, José Ítalo Gonçalves. Análise do perfil das unidades familiares da feira agroecológica de Mossoró (FAM). 2020. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Agronomia) – Universidade Federal Rural do Semiárido, Mossoró, 2020.

MORAIS, Fernando Ferrari de *et al.* Perfil dos consumidores de produtos orgânicos da feira agroecológica do mercado municipal de Goiânia-GO. Revista Verde, Mossoró-RN, v. 7, n. 4, p. 64–70, out./dez. 2012. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7422283.pdf>. Acesso em: 6 jun. 2025.

MOURA, Tatiana Soares de; SOUSA, Tatiana Soares de. A experiência da feira agroecológica no município de Pentecoste/CE. Revista NERA, v. 23, n. 52, p. 1–20, 2020.

Disponível em: <https://revista.fct.unesp.br/index.php/nera/article/view/9182>. Acesso em: 6 jun. 2025.

NIEDERLE, Paulo André; ALMEIDA, Luciano de; VEZZANI, Fabiane Machado (orgs.). Agroecologia: práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura. Curitiba: Kairós, 2013. Disponível em: <https://www.kairos.org.br/livro-agroecologia-praticas-mercados-e-politicas/>. Acesso em: 30 abr. 2025.

PEREIRA, M. *et al.* Mudança no perfil sociodemográfico de consumidores de produtos orgânicos. *Ciência & Saúde Coletiva*, v. 20, n. 9, p. 2797–2804, 2015. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/csc/a/rC69mdSSgngfTMrBh9W9Xdp/?lang=pt>. Acesso em: 6 jun. 2025.

ROCHA, João Paulo da *et al.* Diagnóstico sobre a oferta e demanda na Feira Agroecológica de Mossoró-RN. *Revista Caderno Pedagógico*, Curitiba, v. 22, n. 1, p. 1–20, 2025. DOI: <https://doi.org/10.54033/cadpedv22n1-120>. Disponível em: <https://revistascientificas.cadped.studies.org.br/index.php/cadped/article/view/120>. Acesso em: 30 abr. 2025.

SANTOS, Christiane Fernandes dos; MORAIS, Elis Regina Costa de; SANTOS, Enaira Liany Bezerra dos. Do campo à feira: consumo alimentar reflexivo na feira agroecológica de Mossoró-RN. ResearchGate, 2023. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/375102441_Do_campo_a_feira_consumo_alimentar_reflexivo_na_feira_agroecologica_de_Mossoro-RN. Acesso em: 6 jun. 2025.

SILVA, Ana Paula da; SANTOS, José Roberto dos. Perfil dos consumidores de produtos orgânicos e de base agroecológica em feiras livres de Maceió-AL. *Cadernos de Agroecologia*, v. 14, n. 1, p. 1–10, 2019. Disponível em: <https://cadernos.aba-agroecologia.org.br/cadernos/article/view/81>. Acesso em: 6 jun. 2025.

SILVA, Maria de Fátima; LIMA, José Carlos de. Perfil e percepção dos consumidores de produtos agroecológicos em feiras livres de Maceió-AL. *Cadernos de Agroecologia*, v. 14, n. 1, p. 1–10, 2019. Disponível em: <https://cadernos.aba-agroecologia.org.br/cadernos/article/view/4358>. Acesso em: 6 jun. 2025.

SOUZA, Bruna de Paiva. Anotação e análise da Feira Agroecológica da Ufersa. 2024. Relatório de Pesquisa (Graduação em Agronomia) – Universidade Federal Rural do Semiárido, Mossoró, 2024. Disponível em: <https://repositorio.ufersa.edu.br>. Acesso em: 30 abr. 2025.

TIVELLI, Sebastião Wilson *et al.* Perfil de agricultores e consumidores da Feira Agroecológica de São Roque, SP. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE OLERICULTURA, 56., 2022, Bento Gonçalves. Anais [...]. Bento Gonçalves: ABH, 2022. Disponível em: https://anais.infobibos.com.br/cbo/56/Resumos/Resumo56CBO_0065.pdf. Acesso em: 6 jun. 2025.

VENANCIO, Letícia; SILVA, Vanessa Gomes da; ROSSI, Maria de Sousa Carvalho. Perfil dos consumidores de alimentos orgânicos das feiras agroecológicas do estado de São Paulo. *Revista Nutrivisa*, São Paulo, v. 4, 2017. Disponível em: <https://revistas.uece.br/index.php/nutrivisa/article/view/9023>. Acesso em: 6 jun. 2025.

APÊNDICES

APÊNDICE A – Roteiro de entrevista

Perfil e Percepção dos Consumidores da Feira Agroecológica da Ufersa

1. Nome:

2. Profissão/ocupação:

3. Perfil do entrevistado

- ☐ Docente da Ufersa
- ☐ Discente da Ufersa
- ☐ Técnico Administrativo
- ☐ Terceirizado
- ☐ Público Externo

4. Recebe alguma informação da Feira Agroecológica pelas redes sociais: () sim; () Não

No Facebook ☐ Sim ☐ Não;

No WhatsApp ☐ Sim ☐ Não;

No Instagram ☐ Sim ☐ Não

5. Há quantos anos frequenta a feira?

- ☐ Menos de 06 meses
- ☐ Menos de 01 ano
- ☐ Entre 01 e 02 anos
- ☐ Desde seu início

6. Em média, qual a frequência que vai à feira

- ☐ Semanalmente
- ☐ quinzenalmente
- ☐ Uma vez por mês
- ☐ Uma vez a cada 02 meses;
- ☐ Raramente

7. Geralmente, em que horário frequenta a feira:

- ☐ Na primeira hora do seu funcionamento
- ☐ Entre 9h e 10h
- ☐ Entre 10h e 11h
- ☐ Depois das 11h

8. Qual o principal motivo que leva você a comprar na feira agroecológica da Ufersa?

Utilize os números de 1 a 6, sendo 1 o mais importante e 6 o menos importante.

Use cada número apenas uma vez.

- ☐ Qualidade dos produto
- ☐ Ser livre de agrotóxicos
- ☐ Questões de saúde
- ☐ Sabor dos produtos

☐ Apoio aos produtores locais

☐ Preço acessível

9. Já lanchou nas barracas da feira:

☐ sim; ☐ não ☐

10. Marque com 1 os produtos que adquire com mais frequência; com 2 aqueles que raramente encontra e com 3 aqueles que você gosta, mas nunca encontra?

Hortaliças: Alface ☐ Rúcula ☐; Coentro ☐; Cebolinha ☐; Espinafre ☐;

Couve ☐; Salsa ☐; ☐ Jerimum; : Maxixe ☐; Quiabo ☐; Pepino ☐; Pimentão e ☐Tomate cereja

Raízes e Tubérculos: ☐ Batata; ☐ Macaxeira

Frutas: Mamão ☐; Banana; ☐; ☐; Limão ☐ Goiaba; Laranja ☐ e Manga ☐

Produtos animais: ☐ Ovos; Mel ☐; ☐ Galinha Caipira; ☐ Carne de ovino; ☐ Carne de caprino; ☐ Queijo ☐

Produtos beneficiados: Polpa de fruta ☐; Castanha ☐; Doces ☐

11. Produtos que gostaria de encontrar na feira?

12. Quais ações necessárias para o melhoramento da feira?

13. Quais possíveis contribuições dos consumidores para o avanço da Feira?

14. Na sua opinião, qual a importância da feira agroecológica da Ufersa?

**APÊNDICE B – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO PARA
USO DE ENTREVISTA COM CONFIDENCIALIDADE – TCC**

Eu, _____, portador(a) do
CPF nº _____, declaro, de forma, consciente e esclarecida,
que:

1. Autorizo a utilização da entrevista realizada, pelo(a) estudante(a) **Laurissia Eudesia Soares**, do curso de **Agronomia**, da **Universidade Federal do Semi Arido (Ufersa)**, exclusivamente para fins acadêmicos, compondo seu Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), intitulado **“O perfil e percepções dos consumidores da Feira Agroecológica da Ufersa”**.

2. Estou ciente de que todas as informações de caráter pessoal, como nome, imagem e demais dados, serão mantidas em total sigilo, sendo preservada minha identidade por meio da adoção de pseudônimo em qualquer forma de divulgação dos dados, resultados, análises ou transcrições, tanto no TCC quanto em eventuais publicações acadêmicas e apresentações.

3. As informações servirão exclusivamente para fins de registro e análise pelo(a) pesquisador(a) responsável, e não serão divulgadas, salvo para fins de comprovação científica, sempre mantendo a confidencialidade dos dados.

4. Estou ciente de que não receberei qualquer tipo de remuneração pela minha participação, por tratar-se de uma atividade acadêmica de caráter exclusivamente educacional e científico.

Por ser expressão da minha livre vontade, firmo o presente Termo.

Assinatura do(a) Entrevistado(a)

Local/Data

MOSSORÓ/2025