

ECONOMIA SOLIDÁRIA E CIRCUITOS CURTOS DE COMERCIALIZAÇÃO: UM ESTUDO DE CASO NAS FEIRAS LIVRES DO MUNICÍPIO DE LAGES - SC

Michele Barros de Deus Chuquel da **Silva**¹, Bianca Rocha **Martins**², Flávio José
Simioni³, Valter Antonio **Becegato**⁴

(1 - Universidade Federal de Pelotas, <https://orcid.org/0000-0002-1008-8224>, chuquelmichele@gmail.com, 2 - Universidade do Estado de Santa Catarina, <https://orcid.org/0000-0001-5369-784X>, biancarocha508@gmail.com, 3 - Universidade do Estado de Santa Catarina, <https://orcid.org/0000-0002-6392-5073>, flavio.simioni@udesc.br, 4 - Universidade do Estado de Santa Catarina, <https://orcid.org/0000-0002-6850-2846>, valter.becegato@udesc.br)

Resumo: A Economia Solidária (EcoSol) mostra-se como uma alternativa para a erradicação da pobreza, pois visa a construção de melhorias locais e regionais, através da geração de renda para as famílias e outros benefícios socioambientais. O objetivo deste trabalho foi conhecer o funcionamento dos circuitos curtos que ocorrem em Lages, no estado de Santa Catarina, e sua relação com a EcoSol na comercialização de produtos alimentícios por agricultores, bem como compreender a percepção dos consumidores frente a essas aquisições. Realizou-se aplicações de questionários estruturados durante os meses de maio e junho de 2022, no mercado municipal e em três feiras livres. Foram entrevistados 27 feirantes e 113 consumidores. Constatou-se que os feirantes, vinculados a diferentes associações, desenvolvem ações com princípios da EcoSol, seja na proximidade das propriedades de produção com o município local, pelo manejo adequado dos recursos naturais e no conhecimento sobre o assunto. Os consumidores buscam por alimentos que priorizam a segurança alimentar e a valorização do mercado local, que

também se relaciona aos objetivos da EcoSol e da cadeia dos circuitos curtos de comercialização.

Palavras-chave: Agricultura familiar; Cooperativismo; Participação social.

SOLIDARITY ECONOMY AND SHORT MARKETING CIRCUITS: A CASE STUDY IN THE FREE MARKETS OF THE MUNICIPALITY OF LAGES - SC

Abstract: The Solidarity Economy (EcoSol) is an alternative for the eradication of poverty, as it aims to build local and regional improvements, through the generation of income for families and other socio-environmental benefits. The objective of this work was to understand the functioning of short circuits that occur in Lages, in the state of Santa Catarina, and their relationship with EcoSol in the commercialization of food products by farmers, as well as to understand consumers' perception of these acquisitions. Structured questionnaires were applied during the months of May and June 2022, in the municipal market and in three street markets. 27 market vendors and 113 consumers were interviewed. It was found that market vendors, linked to different associations, develop actions with EcoSol principles, whether in the proximity of production properties to the local municipality, through the adequate management of natural resources and in knowledge on the subject. Consumers are looking for foods that prioritize food safety and the appreciation of the local market, which is also related to the objectives of EcoSol and the short marketing circuit chain.

Keywords: Family farming; Cooperativism; Social participation.

ECONOMÍA SOLIDARIA Y CIRCUITOS CORTOS DE COMERCIALIZACIÓN: UN ESTUDIO DE CASO EN FERIAS ABIERTAS EN EL MUNICIPIO DE LAGES - SC

Resumen: La Economía Solidaria (EcoSol) es una alternativa para la erradicación de la pobreza, ya que busca construir mejoras locales y regionales, a través de la generación de ingresos para las familias y otros beneficios socioambientales. El objetivo de este trabajo fue comprender el funcionamiento de los circuitos cortos que ocurren en Lages, en el estado de Santa Catarina, y su relación con EcoSol en la comercialización de productos

alimenticios por parte de los agricultores, así como comprender la percepción de los consumidores frente a estas adquisiciones. Se aplicaron cuestionarios estructurados durante los meses de mayo y junio de 2022, en el mercado municipal y en tres mercados al aire libre. Se entrevistaron a 27 vendedores del mercado y 113 consumidores. Se constató que los vendedores del mercado, vinculados a diferentes asociaciones, desarrollan acciones con los principios EcoSol, ya sea en la proximidad de las propiedades de producción hasta el municipio local, a través del manejo adecuado de los recursos naturales y en el conocimiento sobre el tema. Los consumidores buscan alimentos que prioricen la seguridad alimentaria y la valorización del mercado local, lo que también se relaciona con los objetivos de EcoSol y la cadena de circuito corto de comercialización.

Palabras clave: Agricultura familiar; Cooperativismo; Participación social.

Introdução

Antes da pandemia da Covid-19, centenas de famílias distribuídas em diferentes nacionalidades já enfrentavam altos níveis de pobreza e desnutrição. Em 2020, o Brasil apresentou, de acordo com dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), 12 milhões de pessoas (5,7% do total dos habitantes) vivendo em extrema pobreza, além de um em cada quatro brasileiros (24,1% da população) em condições de pobreza (IBGE, 2021). Nesse sentido, a Economia Solidária (EcoSol), mostra-se como uma das alternativas que pode contribuir para a erradicação da pobreza no país e no mundo (Cunha & Singulani, 2023; Dubois, 2021; Iyer, 2021).

A EcoSol abrange organizações, a exemplo das cooperativas, associações ou grupos de crédito mútuo, que prezam pela propriedade comum dos meios de produção, bem como a gestão democrática (Cunha & Singulani, 2023; Dubois, 2021; Iyer et al., 2021; Loh & Agyeman, 2019). De modo geral, a EcoSol busca contribuir com o trabalho e promover o empoderamento através da participação (Cunha & Singulani, 2023; Dubois, 2021; Hudson, 2021). Logo, apresenta como princípios a autogestão, democracia, cooperação, solidariedade, comércio justo, respeito à natureza e consumo solidário (Agência do Senado, 2020).

Loh e Agyeman (2019) apresentam algumas ações que envolvem a EcoSol, sendo consolidada pelo engajamento da sociedade em busca do fornecimento de melhorias locais e regionais, através do desenvolvimento de trabalho a dezenas de famílias, acesso à educação ambiental e alimentação de qualidade. Contudo, existem barreiras que incluem a concorrência com mercados convencionais, além de falhas em algumas cadeias de suprimentos, principalmente em grupos que operam através da EcoSol, realizando a venda e distribuição de produtos alimentícios (Loh & Agyeman, 2019).

A busca pela sustentabilidade ambiental tem sido desempenhada por pequenos grupos de pessoas que pensam de forma crítica e que visam priorizar a mudança de hábitos de vida. Entre eles, Fonte (2013), Silva (2023) e Vilhena (2024) destacam a preferência da sociedade pelo consumo de alimentos orgânicos, comercializados por produtores locais. Além disso, Carrascal (2021) salienta que em Utopia Basket¹, os consumidores locais desempenharam um importante papel na articulação e incentivos a circuitos econômicos e solidários naquela região.

Neste sentido, o objetivo do presente trabalho foi conhecer o funcionamento dos circuitos curtos que ocorrem na cidade de Lages, em Santa Catarina, e a sua relação com a EcoSol na comercialização de produtos alimentícios por agricultores familiares, bem como compreender a percepção dos consumidores frente a essas aquisições. Além disso, poderá contribuir para o desempenho de políticas públicas e ações junto à comunidade, para o reconhecimento e fortalecimento dos feirantes que praticam os princípios da EcoSol visando sua subsistência e cuidados com o meio ambiente.

Metodologia

Área de estudo

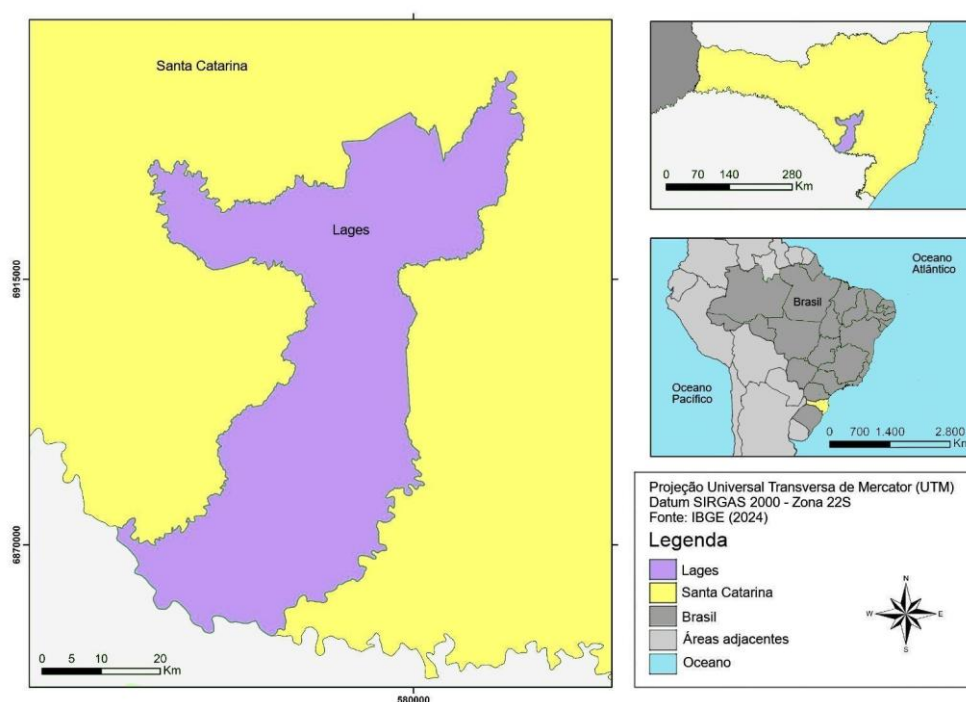
O grupo alvo do estudo foram os consumidores, agricultores familiares e demais trabalhadores que comercializam seus produtos nas feiras livres do município de Lages, no estado de Santa Catarina, Brasil (Figura 1). Lages, refere-se a maior cidade da mesorregião Serrana do estado de Santa Catarina, com população estimada de 164.981 habitantes e uma área de 2.637.660 km² (IBGE, 2021). Além disso, segundo o Censo

¹ A Utopia Basket (Canasta Utopía) é uma organização localizada no Equador e que funciona como um circuito econômico solidário.

Agropecuário de 2017, o município conta com 1.389 estabelecimentos agropecuários (IBGE, 2017) que, em sua maioria, se enquadram nos critérios de agricultura familiar definidos pelo governo federal (Brasil, 2017).

De acordo com Locks et al. (2018), em 2001 ocorreu a primeira feira estadual de economia solidária em Lages, sendo a mesma a pioneira das feiras no município e região. Somente em 2014 foi aprovado a Lei Municipal de Economia Solidária e Fomento à Agricultura Familiar, como política pública que abrange quatro sujeitos coletivos: a atuação proativa dos Empreendimentos Econômicos Solidários, o Conselho Municipal, Entidades Apoiadoras, Poder Público e o Fórum Regional de Economia Solidária (Locks et al., 2018). Em dezembro de 2021 foi reaberto o mercado público municipal, local onde os agricultores vendem produtos de hortifruti, como frutas e verduras, de forma organizada, revezando-se a cada dia da semana para o atendimento aos clientes.

Figura 1. Localização do município de Lages no estado de Santa Catarina, Brasil.



Fonte: Autores, 2025.

Estratégia de coleta de dados

Para a coleta de dados, foram realizadas entrevistas, através da aplicação de questionário estruturado, com 27 trabalhadores, compreendendo agricultores familiares, apicultores, artesãos e demais integrantes das feiras livres, bem como 113 consumidores. As entrevistas ocorreram durante os meses de maio e junho de 2022, nas seguintes feiras: Feira do Centro de Ciências Agroveterinárias - CAV; Feira do Estádio Municipal Vidal Ramos Júnior, Mercado Público; Largo da Catedral Diocesana; e Terminal Urbano, ambas localizadas na área urbana do município de Lages, SC.

O questionário para as entrevistas apresentou 48 perguntas que abordaram o perfil das famílias, renda, produção agrícola, comercialização dos produtos e economia solidária. Também houve um questionário específico para os consumidores, com 14 perguntas envolvendo o nível de satisfação destes com relação às feiras, os agricultores e os produtos comercializados, além de questões sobre o consumo desenvolvido em escala local. Os dados foram tabulados e analisados utilizando-se de estatísticas descritivas.

Resultados e Discussão

Perfil dos feirantes

O universo de profissionais que trabalham no âmbito das feiras mostrou-se dinâmico. Logo, os entrevistados trabalham nas atividades de agricultura (37,1%), artesanato (14,8%), produção de cogumelos, queijos e flores (11,1%), apicultura (7,4%), panificação (7,4%), comercialização (14,8%) ou outras atividades como funcionária na prefeitura e representação e vendas (7,4%). Sobre esta variedade de profissionais, Pereira et al. (2023) aponta que nestes espaços, além dos agricultores familiares há comerciantes de alimentos preparados, adereços e outros. Neste quesito, Vilhena (2024) afirma serem relevantes estes aspectos para o aumento da disponibilidade de opções e relações entre os consumidores com os feirantes.

No que se refere ao gênero, 74,1% são mulheres e 25,9% são homens, apresentando maior predominância das mulheres em relação aos feirantes entrevistados. Tal resultado corrobora com o estudo de Hudson (2021) e Vilhena (2024) que apontam para o predomínio feminino na força de trabalho nestes espaços. Porém, esta realidade pode ser diferente em outras regiões brasileiras como apresentado no estudo de Pereira et

al. (2023). Por outro lado, Marconatto, Ladeira e Wegner (2019) mencionam que esses sistemas são melhores gerenciados pelas mulheres para a promoção da sustentabilidade.

A faixa etária das pessoas entrevistadas correspondeu à seguinte porcentagem: 18,5% entre 19 a 29 anos, 18,5% entre 30 a 39 anos, 11,2% entre 40 a 49 anos e 51,9% com mais de 50 anos. Do mesmo modo, evidenciou-se também o nível de escolaridade das pessoas entrevistadas sendo que 55,5% não alcançaram o ensino médio, pois 25,9% cursaram a educação infantil, 3,7% o ensino fundamental I (1º ao 5º ano) e 25,9% completaram o ensino fundamental II (6º ao 9º ano). Quanto aos demais, 14,8% cursaram o ensino médio, 3,7% o ensino técnico, 14,8% o ensino superior e 11,1% a pós-graduação. Nota-se que mais da metade dos feirantes entrevistados apresentam baixa escolaridade.

A baixa escolaridade das pessoas entrevistadas também é apresentada por outros estudos de diferentes regiões brasileiras (Pereira et al., 2023; Vilhena, 2024). Neste sentido, poderia haver maior investimento de políticas públicas voltadas a incentivar este público a concluírem o ensino formal ou mesmo se especializarem em temáticas dos seus interesses (Vilhena, 2024).

Participação dos feirantes em associações

No que se refere à participação das pessoas entrevistadas em alguma associação ou cooperativa, 70,4% informaram que são integrantes e 29,6% não participavam no momento. A Associação de Agricultores Familiares de Lages – AGRILAGES foi citada pelo maior número de pessoas entrevistadas (9), seguido da Associação de Agroecologia Planalto Serrano (3) e da Associação de Apicultores de Capão Alto – APROMEL (2). Para Vilhena (2024) participar de redes de cooperação é relevante para a economia da região, além de ser um mecanismo de fortalecimento e apoio mútuo entre os grupos.

Além disso, foi possível contatar integrantes da Associação de Agroecologia Planalto Serrano, Associação Empresarial de Lages e Associação Serrana de Deficientes Físicos. Estes não estão vinculados oficialmente à EcoSol. Entre os principais motivos para participação nas associações referiu-se à melhoria na comercialização dos produtos (13), a possibilidade de trabalho e geração de renda (11) e outros fatores como gostar de participar de um coletivo e a integração proporcionada com outras pessoas (9). Dubois (2021) constatou o potencial da EcoSol como oportunidade econômica e estratégia para

minimização da pobreza. Já Carvalho, Corrêa e Cruz (2015) evidenciaram que um dos principais motivos para a participação dos integrantes no grupo de EcoSol da Região Metropolitana de Curitiba – PR, estava nas possibilidades de capacitações promovidas pelo mesmo.

As pessoas entrevistadas que participavam de uma associação avaliaram a atuação da mesma mediante as opções “bom”, “regular” e “ruim”. Nesse sentido, 94,7% consideraram como “bom”, 5,3% “regular” e nenhuma pessoa entrevistada avaliou como “ruim”. Isso mostra que a maioria está satisfeita em participar de tais organizações. Logo, um estudo mais aprofundado dessas relações pode contribuir de forma significativa para o debate da EcoSol entre essas associações.

Produção agrícola e relações socioambientais

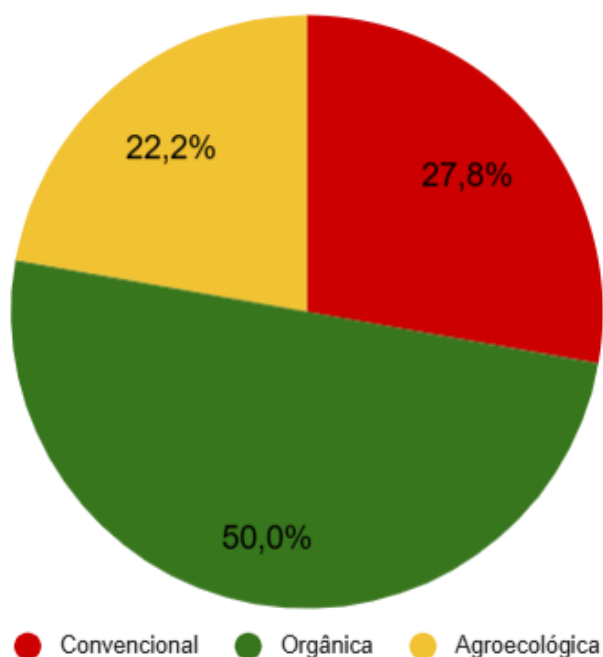
O município de Lages refere-se a principal localidade onde estão inseridas as propriedades de produção das pessoas entrevistadas (14). Os demais municípios citados estão localizados próximos a Lages, sendo Ponte Alta do Norte o que detém maior distância, 86 Km. Diante disso, é possível perceber que de fato as cadeias de circuito curto da EcoSol estão sendo realizadas, considerando o distanciamento das propriedades sobre os locais de comercialização. Isso, além de manter os produtos mais novos e frescos, permite uma melhor segurança da procedência, levando em consideração as relações sociais que ocorrem nesses ambientes, com fortalecimento da economia local (Pereira et al., 2023; Silva, 2023).

Considerando o tipo de produção realizada pelos agricultores familiares, 50,0% informaram ser orgânico, 27,8% convencional e 22,2% agroecológico (Figura 2). Tal resultado representa a forma de manejo da agricultura pelos feirantes de Lages e região, sendo priorizadas as opções alternativas. A agroecologia é uma das abordagens que promove a biodiversidade, considerando a diversidade produtiva e alimentar (Kansanga et al., 2021). Logo, por motivo de suas características, ainda que esteja em fase de crescimento, precisa ser melhor dialogada em políticas públicas municipais (Vilhena, 2024).

A realização de atividades que envolvem o manejo dos recursos naturais também foi questionado as pessoas entrevistadas. Logo, elas respondiam entre “sim” ou “não”

quanto ao desenvolvimento das atividades. A rotação de culturas, diversificação dos cultivos e separação dos resíduos sólidos para a reciclagem são realizados por 90% das entrevistadas (Tabela 1). A devolução das embalagens vazias de agrotóxicos ocorre em 10% dos casos, pois 80% não utilizam estes produtos.

Figura 2. Tipo de produção realizada pelos agricultores das feiras livres de Lages-SC.



Fonte: Autores, 2025.

Tabela 1. Realização de atividades que envolvem os recursos naturais.

Atividades	Não soube			
	Sim	Não	responder	Não se aplica
	n= %			
Rotação de culturas	90	0	10	0
Cultivo diversificado	90	10	0	0
Planejamento para época de plantio	100	0	0	0
Uso de irrigação	80	20	0	0
Devolução das embalagens de agrotóxicos	10	10	0	80
Separação dos resíduos sólidos para reciclagem	90	10	0	0

Fonte: Autores, 2025.

Na perspectiva da agroecologia, o consórcio e a rotação de culturas, além dos Sistemas Agroflorestais - SAF, são tipos de manejos relevantes a serem adotados. O consórcio de culturas refere-se ao cultivo simultâneo no mesmo local, de duas ou mais espécies diferentes, maximizando o espaço de ambos (Souza & Fialho, 2003). Já a rotação de culturas é um sistema em que cultivos diferentes crescem na mesma área, sucedendo-se uns aos outros, de acordo com uma sequência definida (Altieri, 2008). As vantagens desses tipos de manejo no agroecossistema, além do aproveitamento do mesmo terreno, estão relacionadas à melhoria da utilização da terra, a exploração da água e nutrientes, assim como o aumento da eficiência no controle de plantas espontâneas e proteção do solo contra erosão (Souza & Fialho, 2003).

Com relação ao uso de embalagens nos produtos comercializados nas feiras livres, 25 pessoas entrevistadas utilizam sacolas plásticas e apenas 3 utilizam sacolas de papel. Também foram citados outros materiais como vidros, isopor e papelão. Nesse quesito, foi possível perceber que a maioria ainda é dependente de sacolas plásticas para comercialização dos seus produtos. Ademais, a troca de embalagens plásticas pelas de papel requer várias ações que vão desde mudanças de paradigma, bem como na conscientização da sociedade e preço acessível de oferta aos feirantes (Araújo et al., 2023).

De acordo com as respostas analisadas percebe-se que as feirantes exercem práticas ambientalmente positivas, principalmente com relação às atividades do campo. Contudo, observações durante as comercializações podem melhorar em relação a utilização de embalagens plásticas para o condicionamento e venda dos produtos. Sobre isso, Araújo et al. (2023) colocam que o plástico é um dos principais componentes dos resíduos sólidos que normalmente não apresenta disposição adequada em sua fase final. Repensar a necessidade de utilização e as formas de descarte desses materiais é essencial para o fator da sustentabilidade nas feiras. A não redução, consumo excessivo e falta de separação, acarreta diversos problemas ambientais, assim como gastos excessivos da administração pública.

Por fim, as pessoas entrevistadas foram questionadas com relação aos seus conhecimentos sobre o termo Economia Solidária - EcoSol. Assim, 77,8% responderam que tinham conhecimento e 22,2% não sabiam sobre o assunto. O entendimento geral que

mais apareceu tratava a EcoSol como um relacionamento direcionado ao trabalho coletivo para a renda das famílias, assim como ajuda mútua e a união de grupos de pessoas vinculadas a uma associação. Logo, percebe-se que os princípios de cooperação e solidariedade são mencionados de forma clara. Todavia, aspectos como autogestão, comércio justo, respeito à natureza e consumo solidário não foram considerados nas respostas dos feirantes.

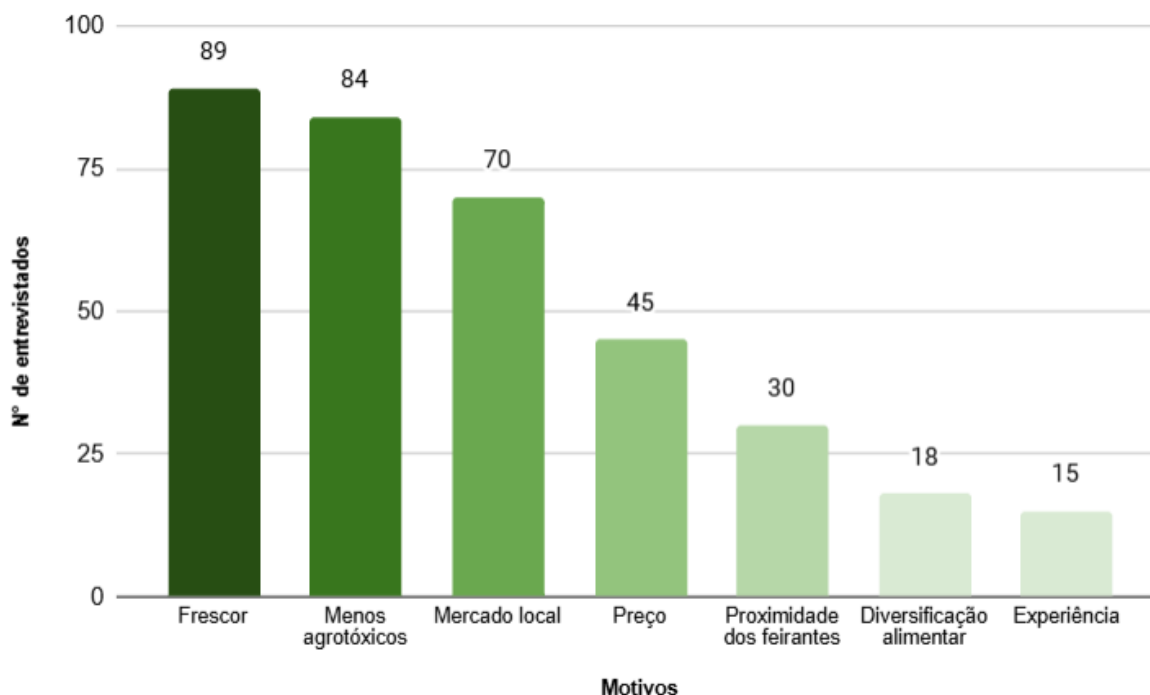
Estes fatores representam que o conhecimento sobre EcoSol ainda precisa ser trabalhado para a sua popularização, embora pode-se perceber que em vários momentos as pessoas entrevistadas eram favoráveis a esse modelo. Além disso, há outro tipo de abordagem muito semelhante à EcoSol, denominada de Economia Criativa. Esta, valoriza o capital humano e intelectual, ao mesmo tempo que apoia o comércio justo, promovendo o respeito ambiental, combate ao trabalho escravo e infantil, igualdade de gênero e raça, empoderamento feminino e pagamento justo aos feirantes (Cunha & Singulani, 2023).

Análise socioambiental dos consumidores das feiras livres

Os hábitos de consumo da população local entrevistada, revelou aspectos relevantes para entender os distintos interesses ligados às feiras livres de Lages, SC. Assim, percebe-se que as pessoas entrevistadas não frequentavam as feiras apenas em busca de alimentos mais baratos, mas que prioritariamente promovessem maior segurança alimentar através da escolha por produtos frescos (89) e com menos agrotóxicos (84), bem como a intenção de contribuir para a valorização do mercado local (70), conforme é mostrado na Figura 3. Os demais motivos como preço, proximidade com os feirantes, diversificação alimentar e experiência foram os menos citados.

As iniciativas de contribuir com a valorização do mercado local, vai ao encontro com o que Loh & Agyeman (2019) salientam sobre o despertar de valores solidários, promovido pela proximidade com os produtores locais. Ademais, a preferência da população estudada em priorizar determinadas ações como nos casos supracitados, podem representar o quanto a comunidade está espontaneamente firmada nos conceitos da cadeia de circuitos curtos.

Figura 3. Principais motivos dos consumidores pela compra nas feiras livres de Lages, SC.



Fonte: Autores, 2025.

A faixa etária dos consumidores entrevistados correspondeu à seguinte porcentagem: 23,9% entre 60 a 69 anos, 22,1% de 50 a 59 anos, 15,0% de 30 a 39 anos, 14,2% de 40 a 49 anos, 12,4% de 70 a 79 anos, 8,0% de 19 a 29 anos e 4,4% de 80 a 89 anos. Um estudo realizado por Malissiova et al. (2022), também evidenciou o mesmo resultado quanto às idades acima de 50 anos de pessoas que mais se preocupam com a qualidade de sua alimentação. É possível notar que o público mais jovem frequenta muito pouco as feiras para fazer compras. Esse resultado pode estar relacionado às escolhas de nutrição que essa população adere, que incluem maiores proporções de alimentos processados, entre outros (Santos et al., 2024).

Evidenciou-se também o nível de escolaridade dos entrevistados, sendo que 33,6% cursaram o ensino médio, 33,6% cursaram o ensino superior, 12,4% cursaram a pós-graduação, 6,2% o ensino técnico, 8,9% o ensino fundamental e 5,3% a educação infantil. Logo, percebe-se que os consumidores com formação superior se destacam entre os consumidores. Essas informações também corroboram com os achados de Malissiova

et al. (2022). Além disso, as mesmas trazem preocupação quando se sabe que a população de baixa escolaridade (ou ainda de baixa renda) não está frequentando muito esses espaços, que são públicos e de disposição de alimentos de maior qualidade (Pereira et al., 2023; Vilhena, 2024). Neste sentido, políticas públicas de incentivo poderiam ser empregadas (Vilhena, 2024).

Sobre o grau de satisfação dos consumidores em termos de limpeza e organização dos feirantes, constatou-se que (95,6%) pessoas entrevistadas estavam satisfeitas com o que vivenciavam, e (4,4%) não estavam. Embora (37,2%) das pessoas entrevistadas comentaram que as feiras estavam boas do jeito que estavam, alguns destacaram pontos que poderiam melhorar como: estrutura (19,5%), mais opções de produtos (16,8%), mais produtores (10,6%), maior divulgação (7,1%), gestão (5,3%), acesso ao estacionamento (2,6%) e mudança cultural (0,9%). O item mais citado está relacionado a melhoria da estrutura das feiras, principalmente pela ocorrência de condições climáticas extremas em alguns períodos do ano, que tornam os feirantes muito expostos e, consequentemente, impossibilitados de realizarem suas atividades de comercialização. Para Vilhena (2024) a estrutura é um aspecto fundamental para o aumento das comercializações, bem como o bem-estar dos feirantes e comunidade.

A preocupação evidenciada pelos consumidores, sobretudo em relação à necessidade de maior quantidade de feirantes e mais opções de produtos, pode representar o interesse da comunidade em fomentar e melhorar a atividade local, reconhecendo fragilidades das feiras, fortalecendo interesses dos trabalhadores desses espaços para melhorias comerciais e beneficiando também os consumidores. Essas ações estão associadas à EcoSol, pelas necessidades de obtenção de recursos de forma a prezar pelo bem-estar dos trabalhadores e consumidores, além do fortalecimento da economia local e inclusão social (Agência do Senado, 2020).

Para as questões relacionadas ao grau de importância, a partir do ponto de vista dos consumidores entrevistados, evidenciou-se que menos da metade (Tabela 2) considera importante os produtos estarem embalados, com vista ao grande aumento da disposição de resíduos sólidos no meio ambiente, principalmente o plástico. Essa é uma informação positiva que evidencia a existência de preocupações ambientais ligadas aos

hábitos de vida dos consumidores ou a abertura para novas opções de embalagens com menos impactos ambientais (Araújo et al., 2023).

Tabela 2. Grau de importância considerado pelo poder de decisão dos consumidores.

Motivo	Muito Importante		Razoável		Pouco Importante	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Preço	51	45,1	33	29,2	29	25,7
Tamanho	23	20,4	41	36,3	49	43,4
Aparência	73	64,6	19	16,8	21	18,6
Cor	91	80,5	8	7,1	14	12,4
Frescor ¹	112	99,1	1	0,9	0	0,0
Idade ²	107	94,7	5	4,4	1	0,9
Época	89	78,8	14	12,4	9	8,0
Embalado	56	49,6	20	17,7	35	31,0
Rótulo	59	52,2	19	16,8	34	30,1
Orgânico	94	83,2	12	10,6	7	6,2
Benefícios na saúde	108	95,6	4	3,5	1	0,9
Cuidados ambientais	102	90,3	10	8,8	1	0,9
Certificação	66	58,4	20	17,7	27	23,9
Local de produção	91	80,5	10	8,8	12	10,6
Agricultura familiar	96	85,0	6	5,3	11	9,7

Nota: 1) Frescor refere-se à aparência, textura, aroma e qualidade sensorial do alimento no momento da compra. 2) Idade diz respeito ao tempo decorrido desde a sua colheita ou produção. Fonte: Autores, 2025.

As respostas dos consumidores entrevistados relacionadas às necessidades de obtenção de rótulos (52,2%) e para certificações em (58,4%), consideraram importante esses demonstrativos (Tabela 2), pois proporcionam confiança sobre a procedência de alguns produtos (Truong, Lang & Conroy, 2022; Malissiova, et al., 2022; Wang; Tao & Chu, 2020). Os entrevistados que consideraram pouco importante a rotulagem (31,1%) ou certificação (23,9%) mostraram que essas exigências podem dificultar a venda de pequenos agricultores, principalmente os que querem iniciar no ramo, além de encarecer os produtos (Vilhena, 2024).

Entre os cinco aspectos que representam maior importância para os entrevistados, encontram-se o frescor com (99,1%), produtos que proporcionem benefícios à saúde (95,6%), idade dos produtos (94,7%), produtores realizando cuidados com o meio ambiente (90,3%) e que os alimentos sejam orgânicos (83,2%). Esses resultados reafirmam a ligação dos consumidores com a cadeia dos circuitos curtos de comercialização e EcoSol, que incluem a proximidade com os produtores, quando relacionado aos aspectos de frescor e idade dos produtos, cuidados com o manejo do meio ambiente e maior segurança alimentar dos produtos (Carrascal, 2021; Konuk, 2019; Silva, 2023).

Quanto aos cinco aspectos de menor importância para os consumidores, encontram-se o tamanho dos produtos (43,4%), o produto ser embalado (31,0%), possuir rótulo (30,9%), preço (25,7%) e certificação (23,9%). Essas informações mostram que aspectos mais formais como rótulo, certificação e embalagem para alguns consumidores, não representam que os produtos são os melhores, nem que tamanho elevado significam melhor qualidade. Estes achados corroboram com os estudos de Cunha e Singulani (2023) e Malissiova et al., (2022). Por outro lado, quase metade dos consumidores (45,1%) atribuiu grande relevância ao preço, assim, pode haver uma contradição aparente. Isso sugere que, embora o preço seja um fator significativo para muitos, outros critérios podem ter sido priorizados na tomada de decisão. Dessa forma, constatou-se que a percepção de importância pode variar conforme o contexto de compra e os valores individuais de cada consumidor.

As feiras livres são espaços relevantes para além do aspecto econômico local (Ibdaiwi et al., 2023). Simbolizam ambientes de socialização, afeto, características regionais e culturais, que envolve a sociedade como um todo, incluindo até mesmo articulações políticas como a participação de associações, sindicatos e órgãos públicos. Ademais, vale reforçar que as feiras são fundamentais para maior soberania e segurança alimentar. Desse modo, é necessário fortalecer essas instituições sob viés da EcoSol, pois esse caminho se apresenta como promissor para a sustentabilidade do planeta.

Conclusão

- Foi possível constatar que os entrevistados das feiras livres de Lages - SC, vinculados a diferentes associações, desenvolvem ações com princípios da EcoSol, seja na proximidade das propriedades de produção local, bem como pelo manejo adequado dos recursos naturais. Entretanto, identificou-se aspectos a serem melhorados, como na maior disponibilização de alternativas para redução de sacolas plásticas como embalagem, assim como a baixa escolaridade dos feirantes e maior escolaridade dos consumidores. Isso representa uma lacuna de políticas públicas que fomentem a escolaridade dos feirantes, assim como o maior fluxo de consumidores de baixa escolaridade.
- Ademais, os consumidores buscam por alimentos que priorizam a segurança alimentar e a valorização do mercado local, sendo essas vertentes inteiramente relacionadas com os objetivos da EcoSol e a cadeia dos circuitos curtos de comercialização. Além disso, é relevante mencionar que eles manifestaram como priorização a valorização do trabalho dos feirantes, enquanto melhorias nas feiras. Logo, a inclusão social e solidariedade tornam-se fatores decisivos na escolha desses espaços para o fomento econômico e social. Por outro lado, os feirantes, enquanto grupo autogerido, atuam com cooperação e sustentabilidade, especialmente quando estão associados a movimentos que fomentam um sistema de produção e o manejo em harmonia com o meio ambiente.
- Estes achados podem orientar gestores municipais na implementação de melhorias nesses espaços de comercialização, que refletem a cultura local e fortalecem a economia do território. Além disso, ao promoverem a EcoSol, essas iniciativas favorecem não apenas o aumento do fluxo econômico, mas também proporcionam benefícios socioambientais por meio das trocas entre feirantes e consumidores.

Referências

Agência do Senado. *Economia solidária deve ser incluída entre princípios da Constituição*, decide CCJ. 2020.
<https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2020/02/12/ccj-aprova-inclusao-da-economia-solidaria-entre-principios-da->

[constituicao#:~:text=Seus%20princ%C3%ADpios%20s%C3%A3o%20autogest%C3%A3o%2C%20democracia,consumo%20solid%C3%A1rio%20%E2%80%94%20afirma%20o%20relator.](#)

Altieri, M. (2008). Agroecologia: a dinâmica produtiva da agricultura sustentável. 5. ed. Porto Alegre: Ed. UFRGS.

Araújo, M. L., da Silva Holanda, P., Gomes, E. P., Amorim, J. C., & Melo, R. P. G. (2023). Avaliação do gerenciamento de resíduos sólidos em feiras livres para promoção da sustentabilidade. 6º Congresso Sul-Americano de Resíduos Sólidos e Sustentabilidade, Foz do Iguaçu- PR. <http://dx.doi.org/10.55449/conresol.6.23.IV-008>.

Brasil. Decreto nº 9.064, de 31 de maio de 2017. Dispõe sobre a Unidade Familiar de Produção Agrária, institui o Cadastro Nacional da Agricultura Familiar e regulamenta a Lei nº 11.326, de 24 de julho de 2006, que estabelece as diretrizes para a formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e empreendimentos familiares rurais. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 31 maio de 2017. https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2017/decreto/d9064.htm.

Carrascal, I. T. C. (2021). Intercultural economic solidarity circuits: The case of Utopia Basket and participative consumer profile in Ecuador's outskirts. *Journal of Rural Studies*, v. 85, p. 91-97. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2021.03.002>.

Carvalho, G. D. G., Corrêa, R. O., & Cruz, J. A. W. (2015). Economia Solidária - análise estrutural e de relacionamento de seus atores: o caso da rede de economia solidária da região metropolitana de Curitiba-PR. *Gestão & Sociedade*, v. 9, n. 24, p. 1057-1072. <https://www.semanticscholar.org/paper/Economia-Solid%C3%A1ria-An%C3%A1lise-Estrutural-e-de-de-seus-Carvalho-Corr%C3%AAa/450bdb7adda2991cfa52c306e35700eba407dc7c?p2df>

Cunha, S. H. da, & Singulani, V. R. (2023). Feiras livres de Viçosa, potencialidades para economia criativa e comércio justo. *Revista De Ciências Humanas*, 3(23). <https://periodicos.ufv.br/RCH/article/view/17334>

- Dubois, L. (2021). The impact of solidarity economy on poverty: The case of public centres of solidarity economy in Bahia, Brazil. *World Development Perspectives*, v. 23, p. 100343. <https://doi.org/10.1016/j.wdp.2021.100343>
- Fonte, M. (2013). Food consumption as social practice: Solidarity purchasing groups in Rome, Italy. *Journal of Rural Studies*, v. 32, p. 230-239. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2013.07.003>
- Hudson, L. (2021). New York City: Struggles over the narrative of the solidarity economy. *Geoforum*, v. 127, p. 326-334. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2018.04.003>
- Ibdaiwi, T. K. R., da Silva Roubuste, L., Dorr, A. C., Braz, M. M., & Simon, M. F. (2023). Entre o campo e a cidade: as feiras livres. *A economia do desenvolvimento: do crescimento econômico ao desenvolvimento sustentável*, 1(1), 100-116. <https://downloads.editoracientifica.com.br/articles/221110816.pdf>
- IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2021). Síntese de indicadores sociais: uma análise das condições de vida da população brasileira. *Coordenação de População e Indicadores Sociais*. Rio de Janeiro: IBGE, 206 p. <https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=2101892>
- IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *Cidades e estados*. 2022. <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/sc/lages.html>.
- IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *Censo Agropecuário*. 2017. <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sc/lages/pesquisa/24/27745>
- Iyer, B., Gopal, G., Dave, M., & Singh, S. (2021). Centering cooperatives and cooperative identity within the social and solidarity economy: Views from the Asia-Pacific cooperative apexes and federations. *Journal of Co-operative Organization and Management*, v. 9, n. 2, p. 100145. <https://doi.org/10.1016/j.jcom.2021.100145>
- Kansanga, M. M., Kangmennaang, J., Kerr, R. B., Lupafya, E. Dakishoni, L., & Luginaah, I. (2021). Agroecology and household production diversity and dietary

diversity: Evidence from a five-year agroecological intervention in rural Malawi. *Social Science & Medicine*, v. 288, p. 113550. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2020.113550>

Konuk, F. A. (2019). Consumers' willingness to buy and willingness to pay for fair trade food: The influence of consciousness for fair consumption, environmental concern, trust and innovativeness. *Food research international*, v. 120, p. 141-147. <https://doi.org/10.1016/j.foodres.2019.02.018>

Locks, G. A., Melo, J. E. de., Moura, J. B. de., Fonseca, M. A. da., & Fontoura, E. O. (2018). A feira de economia solidária e sua política pública em Lages, (SC): uma análise a partir da percepção dos feirantes. In: RODRIGUES, J. F (org.). *Elementos da economia*. Ponta Grossa: Atena Editora. <https://atenaeditora.com.br/catalogo/post/a-feira-de-economia-solidaria-e-sua-politica-publica-em-lages-sc-uma-analise-a-partir-da-percepcao-dos-feirantes>

Loh, P., & Agyeman, J. (2019). Urban food sharing and the emerging Boston food solidarity economy. *Geoforum*, v. 99, p. 213-222. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2018.08.017>

Malissiova, E., Tsokana, K., Soultani, G., Alexandraki, M., Katsioulis, A., & Manouras, A. (2022). Organic food: A Study of consumer perception and preferences in Greece. *Applied Food Research*, p. 100129. <https://doi.org/10.1016/j.afres.2022.100129>

Marconatto, D., Ladeira, W. J., & Wegner, D. (2019). The sustainability of solidarity economy organizations: An empirical investigation. *Journal of Cleaner Production*, v. 228, p. 1122-1130. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.04.352>

Pereira, V. G., Pereira, M. de S., Brito, T. P., Goulart, A. L. V., & Pereira, S. B. (2023). Expressões econômicas da feira-livre: perfil e perspectiva dos feirantes. *Revista NUPEM*, 15(35), 205-225. <https://doi.org/10.33871/nupem.2023.15.35.205-225>

Santos, S. J. dos., Santos, L. C. D., Lima, S. V. M. A., Rodrigues, I. D. C. V., Santos, V. O., Cunha, T. B. da, Neri A. B. A., Lisboa, A. de S., Almeida, N. U. L., & Santos, Y. M. dos R. (2024). Qualidade da alimentação complementar em crianças brasileiras.

Silva, M. J. S. da (2023). *Importância das feiras livres brasileiras para economia e sociedade*. Monografia (Bacharel em Administração) - Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Corumbá - MS. <https://repositorio.ufms.br/handle/123456789/7081>

Souza, L. D. S., & Fialho, J. D. F. (2003). Consorciação e rotação de culturas. *Planaltina—DF: EMBRAPA-Centro de Pesquisa Agropecuária do Cerrado*.

Truong, V. A., Lang, B., & Conroy, D. M. (2022). When food governance matters to consumer food choice: Consumer perception of and preference for food quality certifications. *Appetite*, v. 168, p. 105688. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2021.105688>

Vilhena, L. G. de. *Ensaio sobre as feiras orgânicas e agroecológicas em Fortaleza, Ceará: redes sociais e práticas de gerenciamento*. (2024). Tese (Doutorado em Economia Rural) – Centro de Ciências Agrárias, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza. <https://repositorio.ufc.br/handle/riufc/76780>

Wang, J., Tao, J., & Chu, M. (2020). Behind the label: Chinese consumers' trust in food certification and the effect of perceived quality on purchase intention. *Food Control*, v. 108, p. 106825. <https://doi.org/10.1016/j.foodcont.2019.106825>

Publisher: Universidade Federal de Jataí. Instituto de Geografia. Programa de Pós-graduação em Geografia. Publicação no Portal de Periódicos UFJ. As ideias expressadas neste artigo são de responsabilidade de seus autores, não representando necessariamente a opinião dos editores ou da Universidade.

Contribuições dos autores: Michele Barros de Deus Chuquel da Silva: Conceituação, investigação, escrita; Bianca Rocha Martins: Validação, revisão; Flávio José Simioni: Análise formal de dados e revisão de literatura; Valter Antonio Becegato: Análise dos

dados e revisão da escrita. Declaramos ainda ciência das Diretrizes Gerais da Geoambiente On-line.

Conflito de interesse: Os autores declaram que não possuem interesses financeiros ou não financeiros relevantes relacionados a este trabalho.