

**A FEIRA LIVRE DE COUTO DE MAGALHÃES DE MINAS, NO  
ALTO VALE DO JEQUITINHONHA, MINAS GERAIS: A  
PERCEPÇÃO DOS FEIRANTES E CONSUMIDORES**

*THE OPEN STREET MARKET OF COUTO DE MAGALHÃES DE  
MINAS, IN ALTO VALE DO JEQUITINHONHA, MINAS GERAIS:  
STALLHOLDERS AND CONSUMERS'S PERCEPTIONS*

**Érika Júnia Paulino  
João Victor Leite Dias  
Nadja Maria Gomes Murta  
Harriman Aley Morais  
Herton Helder Rocha Pires**

**Programa de Pós-Graduação em Saúde, Sociedade e Ambiente  
Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri**

erikajupaulino@gmail.com, joaovldias@ufvjm.edu.br, nadjamurta@gmail.com,  
harriman.morais@ufvjm.edu.br, herton.pires@ufvjm.edu.br

**RESUMO**

O presente artigo aborda as percepções de feirantes e consumidores da feira livre do município de Couto de Magalhães de Minas, no Alto Vale do Jequitinhonha, Minas Gerais. O objetivo foi conhecer a importância socioeconômica desta feira nesta pequena comunidade, sob a ótica dos comerciantes e dos consumidores. Foi aplicado um questionário com 8 questões abertas a cada feirante, para que cada um respondesse livremente de acordo com suas percepções, sobre a importância da feira como espaço de comercialização de seus produtos. Também foram entrevistados 25 consumidores no momento de sua chegada à feira e na saída da mesma. Para 35,7% dos feirantes entrevistados, a feira configura-se como único canal de comercialização de seus produtos e para 28,7% deles a feira é importante, porque facilita a convivência entre amigos. Para os consumidores os maiores atrativos da feira foram o preço dos produtos (48%) e a qualidade dos mesmos (44%), além de muitos terem também relatado que a feira se configura como local para passeio e encontro com os amigos. Conclui-se, portanto, que a feira livre da cidade de Couto de Magalhães de Minas representa não somente um importante local de venda e compra de alimentos, sendo a principal fonte de renda de muitos produtores rurais, mas também um importante local de convívio social do município.

**Palavras-chave:** feira livre, agricultura familiar, comércio local, consumo, economia

**ABSTRACT**

The present article discusses the stallholders and consumers's perceptions about the open free market in Couto de Magalhães de Minas, in Alto Vale do Jequitinhonha, Minas Gerais. The aim was to determine the socioeconomic importance of the farmers' market on this small community, especially for the traders and consumers. A qualitative research was made using a random structured intercept survey with each traders, addressing aspects of the importance of this fair to them. Also, the researchers completed 25 face-to-face interviews with the consumers present at farmers' markets. It

was observed that for some merchants (35.7%), the fair is the only channel for marketing of their products, and also some (28.7%) said that the fair is important because it facilitates the coexistence between friends. With regard to consumers, in relation to what they consider the greatest attraction of the fair, the main comments were with regard to the price and quality of products (48% and 44% of respondents, respectively), although many of them also have reported that this fair is a place a place to walk and meet friends. We concluded that the open free market of Couto de Magalhaes de Minas represents not only a point of sale and acquisition of food, being the main source of income for many rural producers, but it also an important site of social coexistence.

**Keywords:** open street market, family farming, farmers, consumers, trade local, sellings; economy.

## INTRODUÇÃO

As feiras livres, enquanto uma das estruturas responsáveis pelo abastecimento alimentar das cidades brasileiras, se fazem presentes desde o Brasil Colônia, como uma importante tradição cultural ibérica implantada pelos colonizadores portugueses (SANTOS, 2005; ARAÚJO et al., 2011; PINTO et al., 2013). Atualmente, elas ainda estão presentes em muitas cidades e contribuem para o fornecimento de produtos destinados a atender as necessidades da população local, atraindo também consumidores de localidades vizinhas. Segundo Godoy; Anjos (2007) as feiras livres são uma tradicional modalidade periódica de comércio varejista, dispersas no espaço e no tempo, cada qual com a sua relevância e magnitude peculiar, desempenhando um papel importante na consolidação econômica e social, especialmente da agricultura familiar. (GODOY; ANJOS, 2007).

A importância econômica das feiras, e consequente contribuição das mesmas na composição das rendas familiares é ainda mais evidente nos municípios pequenos, uma vez que, segundo Araújo et al. (2011), nesses municípios, quando ocorrem, as feiras livres muitas vezes representam o principal mercado existente, para onde converge parte da circulação monetária municipal. Além disso, a feira também favorece outros setores da economia, através da circulação de capital quando o feirante após a comercialização de seus produtos busca outros estabelecimentos locais dos municípios para fazer suas compras.

De acordo com Kinjo; Ikeda (2005), a feira livre se configura como um dos espaços comerciais mais democráticos que existem, pois apresenta, como consumidores, pessoas de diversas classes sociais. Mais do que um espaço de comercialização, a feira livre configura-se como lugar de sociabilidades: um espaço simbólico de encontro, que aproxima pessoas e fortalece os laços de afeto entre aqueles que nela trabalham para sobreviver ou que apenas se ocupam para ter o que fazer (SANTOS, 2005; RIBEIRO, 2007; ALMEIDA; PENA, 2011; ARAÚJO et al., 2011; PINTO et al., 2013; SILVA et al., 2014).

Pelo exposto, o objetivo desse estudo foi conhecer as significações da comercialização de alimentos na feira livre da cidade de Couto de Magalhães de Minas, região do Vale do Jequitinhonha em Minas Gerais, sob as perspectivas dos agricultores familiares que comercializam seus produtos e dos consumidores que frequentam a mesma.

## MÉTODOS

### Local de estudo e descrição da feira

O município de Couto de Magalhães de Minas dista a 362 Km da capital mineira, Belo Horizonte, com área territorial de 485,653 Km<sup>2</sup>, e população em 2010 segundo o IBGE 4204 habitantes.

Revista Desenvolvimento Social N° 20/01, 2017. (ISSN 2179-6807)

A feira livre de Couto Magalhães de Minas foi criada há aproximadamente 20 anos, numa iniciativa que visava criar um espaço de comercialização e socialização no município, uma vez que a venda de produtos oriundos da agricultura familiar ocorria de forma dispersa na cidade.

No início, a feira era realizada ao ar livre na praça central da cidade, e as barracas eram montadas e desmontadas nos dias de feira. Atualmente, a feira conta com um local fixo e coberto, e passou a acomodar também pontos de venda de bebidas e petiscos, o que a fortaleceu como um espaço de socialização na cidade.

A feira acontece sempre aos sábados e, além do espaço físico, a prefeitura custeia o transporte daqueles que residem nas áreas rurais adjacentes, sendo que há pagamento mensal do ponto mediante prévia autorização da prefeitura.

### **Caracterização do estudo e sujeitos**

Este estudo caracterizou-se como descritivo, sendo realizadas entrevistas com os feirantes e com os consumidores.

Para conhecer as significações da comercialização de alimentos na feira livre, sob o ponto de vista dos feirantes, foi aplicado um questionário semiestruturado, contendo oito questões discursivas, a todos que quiseram participar, mediante assinatura de um termo de consentimento livre e esclarecido. Através do questionário os feirantes foram indagados a respeito da existência de produtos que deixaram de ser produzidos ao longo dos anos e também sobre mudanças ocorridas nos modos de produção ao longo dos anos. Os feirantes também foram questionados sobre os motivos que os levaram a comercializarem seus produtos na feira, e a importância para os mesmos da comercialização de seus produtos neste local. As entrevistas foram realizadas na feira, após o término do trabalho, sendo que cada feirante respondeu livremente às perguntas.

Para que pudéssemos conhecer os motivos que levavam as pessoas à feira, assim como suas intenções de compras, foi aplicado um questionário estruturado, contendo 11 perguntas (de múltipla escolha ou abertas). O número de consumidores que participariam do estudo seguiu os mesmos critérios adotados no estudo de Silvestre et al. (2006), ou seja, 10% das pessoas que frequentavam a feira. Desta forma, para o cálculo do número de participantes neste estudo, foi realizada previamente uma visita à feira, na qual constatamos a circulação 248 consumidores, motivo pelo qual a amostra foi constituída por 25 consumidores.

Para a composição desta amostra adotou-se como critério a escolha dos cinco primeiros consumidores que aceitassem participar da pesquisa, em cada hora do dia de coleta. O questionário foi aplicado em dois momentos da visita do consumidor à feira. No primeiro momento, na chegada, foi aplicado parte do questionário, cujas perguntas se relacionavam à frequência de visitas e intenções de compras. No segundo momento, na saída do consumidor da feira, foi verificado se as intenções iniciais de compras se concretizaram ou se houve compras não planejadas. A análise das entrevistas deu-se a partir de leituras flutuantes das mesmas, sendo os núcleos comuns agrupados pelas significações.

O projeto foi submetido ao Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) da Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri, sendo aprovado conforme protocolo número 105/11. As questões éticas deste estudo foram norteadas pelo disposto na resolução 466/2012 [como o trabalho foi aprovado antes da 466/12, a vigente na época era a 196/96] do Conselho Nacional de Saúde.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

Aceitaram participar da pesquisa 14 feirantes (denominados por F) e 25 consumidores (denominados por C). Os resultados e discussões a seguir serão apresentados separadamente em dois eixos: no primeiro, a análise das falas dos feirantes e, no segundo, dos consumidores.

### A feira sob a ótica dos feirantes.

Em relação às significações atribuídas pelos feirantes à feira de Couto de Magalhães de Minas, emergiram cinco categorias: Motivação inicial de adesão à feira livre, Tradição familiar, Importância da feira (com três subcategorias: Ponto fixo para comercialização, A valorização dos produtos ofertados e A feira como espaço de socialização), Renda com a venda dos produtos na feira e Produção.

#### *Categoria A – Motivação inicial de adesão à feira livre*

Entre os motivos que levaram os feirantes a comercializarem seus produtos na feira, foram destacados: incentivo de amigos ou do poder público municipal e iniciativa própria. Dentre estes alguns viram na feira a oportunidade de iniciarem a atividade comercial, e outros por considerarem a feira como um espaço ideal para suas vendas.

“Alguns amigos disseram que as quitandas que eu fazia, eram gostosas e que então eu deveria vendê-las na feira, e assim, começou meu interesse.” (F 12, de 47anos).

“Antigamente, vendia tudo em casa, na roça. Depois, mais ou menos uns 20 anos, recebi o convite do prefeito para vender na feira.” (F 11, 67 anos).

“Há mais ou menos 20 anos, quando começou a feira aqui na cidade, eu pedi para participar. Antes era muito sofrido, não tinha lugar para vender as coisas e os produtos ficavam até no chão.” (F 3, de 61 anos).

“[...] só de saber que tem um lugar certo para vender, já dá uma segurança pra gente. A gente sai de casa, sabendo onde vai vender e que vai ter gente para comprar...” (F 9, 79 anos)

Há de se destacar a importância da iniciativa do poder público local. Políticas públicas voltadas para a produção e comercialização como ocorrido em Couto de Magalhães de Minas criam novas perspectivas para as famílias dos pequenos produtores. Em estudo realizado por Corá; Begnini; Rech (2011), foi relatado o aumento da capacidade de comercialização dos pequenos produtores quando inseridos na feira livre, levando à satisfação e melhoria na autoestima. Tal fato também pôde ser evidenciado em Couto de Magalhães de Minas.

#### *Categoria B – Tradição familiar*

A maioria dos feirantes relatou que seus pais exerciam atividades relacionadas à produção e comercialização de produtos de origem familiar, o que revela que este tipo de atividade tem sido transmitida entre gerações:

“Antigamente ajudava minha mãe a vender na feira de Diamantina e, assim que começou a feira aqui em Couto, resolvi vender os produtos aqui também.” (F 2, de 73 anos).

“Mais ou menos no ano 2000, depois que minha mãe faleceu resolvi vender no lugar dela.” (F 1, 46 anos).

A transmissão da profissão de feirante de pais para filhos também foi observada por Minnaert (2008) em estudo realizado na Feira do Japão na cidade de Salvador, Bahia. Segundo Gonçalves; Coimbra (2007), o contexto familiar, em especial, os pais como figuras significativas, influencia de maneira direta ou indireta, as escolhas vocacionais, seja

nas mensagens verbais ou atitudinais, implícitas ou explícitas, que intencionalmente ou não, se transmitem no cotidiano familiar.

### *Categoria C - Importância da feira*

Entre os feirantes entrevistados, 35,7% relataram que a feira configurava-se como único local de comercialização de seus produtos. Os demais, além da feira, também vendiam seus produtos para consumidores finais (“casa em casa”), para estabelecimentos comerciais e para a prefeitura local (alimentação escolar).

Nesta categoria foram evidenciadas três subcategorias: ponto fixo para comercialização, a valorização dos produtos ofertados e a feira como espaço de socialização.

#### *Subcategoria C1 – Ponto fixo para comercialização*

Como mencionado na categoria A, ter um local fixo foi relatado como uma das motivações para a adesão à feira. Do ponto de vista da importância da feira, para 35,7% dos feirantes ter um espaço fixo ainda continua sendo a principal importância, como demonstram os seguintes relatos:

“[...] não precisa ficar mais no sol ou na chuva”. (F 14, 54 anos).

“[...] não precisa ficar indo atrás de ninguém para oferecer os produtos” (F 12, 47 anos).

“É importante porque só de saber que tem um lugar certo para vender, já dá uma segurança pra gente. A gente sai de casa, sabendo onde vai vender e que vai ter gente para comprar...”, (F 9, 79 anos).

#### *Categoria C2 – A valorização dos produtos ofertados*

A valorização dos produtos ofertados foi outro ponto destacado pelos feirantes, como verificado nas falas a seguir:

“O povo já está acostumado com meus produtos, então é porque são bons [...]”, (F 13, de 77 anos).

“Também acho interessante o valor que as pessoas dão aos meus produtos, às vezes chego e já tem gente esperando. Isso mostra o interesse das pessoas no meu produto”, (F 8, de 44 anos).

Para Ribeiro et al (2005), no caso de produtos caseiros e artesanais ocorre variações nos modos de produção, tornando cada produto único e personalizado. Tal fato faz com que haja a predileção dos consumidores pelos produtos de um determinado feirante. Isto faz com que o feirante sinta sua mercadoria valorizada e especial em relação às outras.

#### *Categoria C3 - A feira como espaço de socialização*

A feira livre de Couto Magalhães de Minas, assim como geralmente ocorre em outros municípios de pequeno porte, constitui-se em um dos principais pontos de socialização da cidade. Para 28,7% dos feirantes a feira facilita a convivência entre amigos. Como a maioria dos feirantes residem em povoados rurais, que distam entre si, a feira livre se torna um importante ponto de encontro, onde os laços de amizade são fortalecidos:

“O importante da feira é poder ficar no meio dos amigos, e amizade é o que a pessoa tem de mais valor nessa vida” (F 2, 73 anos).

“O importante é estar com os amigos que a gente gosta e gosta da gente” (F 3, 61 anos).

“O importante é conviver com várias pessoas, muitas com mais experiências, conviver e fazer amizades”, (F 4, 40 anos).

Nesta perspectiva Godoy; Anjos (2007) destacam que a feira tem uma característica muito particular de interação, pois proporciona a aproximação e a troca de saberes, não apenas entre o rural-urbano, mas, sobretudo, entre o próprio rural. Para estes autores, o espaço onde as feiras acontecem, proporciona uma troca de conhecimento e experiências entre os agricultores, que dificilmente aconteceria em canais de comercialização mais individualizados.

#### *Categoria D – Renda com a venda dos produtos na feira*

A venda dos produtos na feira livre representa importante incremento financeiro no orçamento dos feirantes, sendo para alguns a única fonte de renda:

“[...] é importante porque meu filho não tem outra fonte de renda [...]”. (F 9, 79 anos).

“[...] o dinheiro da feira ajuda nas despesas de casa”. (F 5, 40 anos).

A importância financeira das feiras já havia sido observada em outra cidade do Vale do Jequitinhonha, em Minas Gerais, por Ribeiro et al. (2005); que, ao estudarem a feira livre de Minas Novas, verificaram que para 40% dos feirantes entrevistados, a feira configurava-se como única fonte de renda e para 64%; a mesma representava mais da metade de seu rendimento mensal familiar.

#### *Categoria E – Manutenção das práticas de produção*

Nesta categoria foram abordadas questões referentes às percepções dos feirantes quanto aos modos de produção adotados, ou observados por eles, ao longo dos anos, sejam estas no plantio ou produção artesanal de alguns produtos.

Quando perguntados se achavam que a maneira como os alimentos são produzidos hoje em dia é a mesma de anos atrás, a maioria (85,7%) dos entrevistados respondeu que não. Contudo embora a maioria tenha dito que os modos de produção tenham mudado ao longo dos anos, essas mudanças foram atribuídas à outras pessoas, sendo destacado o emprego de produtos químicos:

“Antigamente, só eram usados os produtos da natureza, hoje são colocados muitos agrotóxicos”. (F 4, 40 anos).

“Eu, ainda produzo do mesmo jeito, mas em outros lugares, são usados muitos produtos químicos”. (F 2, 73 anos).

“Hoje, eu acho que o povo coloca muitas ‘coisas’ nas plantações, que não fazem muito bem para a saúde, antigamente, se usava somente esterco que não fazia mal”, (F 5, 40 anos).

Ao atribuir aos outros a utilização de produtos químicos durante a produção de alimentos, e se isentarem da utilização dos mesmos, estes produtores valorizam seus produtos e seus modos de tradicionais de produção, ou seja, a utilização de produtos orgânicos.

Em estudo realizado por Paulino et al (2014), junto aos agricultores familiares deste município, foi demonstrado que 80,3% dos produtores rurais utilizavam somente adubos orgânicos (como esterco de animais) em suas plantações. Esse tipo de produção apresenta-se vantajoso economicamente, uma vez que diante do crescente esclarecimento público quanto aos riscos dos agrotóxicos para a saúde, a demanda por alimentos orgânicos vem aumentando, ampliando os mercados das produções agroecológicas, evidenciados pelo aumento, nos últimos anos, do número de feiras orgânicas, agroecológicas, “da roça” e da agricultura familiar nos centros urbanos, bem como a crescente oferta de orgânicos em lojas de produtos naturais e similares, demonstrando o maior interesse dos consumidores por alimentos saudáveis e produzidos em cada região (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE SAÚDE COLETIVA, 2015).

A maneira de trabalhar a terra também foi vista como um fator de mudanças, segundo alguns feirantes:

“Hoje em dia, todo mundo prefere a maneira mais fácil de fazer as coisas”. (F 12, 47 anos).

“Antes para plantar, era mais difícil, todo mundo usava enxada, hoje é só com trator”. (F 11, 67 anos).

Ainda em relação à produção, quando questionados se deixaram de plantar ou produzir algum alimento ao longo dos anos, 71,4% dos entrevistados responderam que sim, sendo que foram citados itens como : arroz (2) , farinha (4), rapadura (3), cachaça (1) , e algumas variedades de hortaliças. A justificativa que todos deram foi que esses produtos ‘davam muito trabalho’ e que exigiam uma disposição física e mão-de-obra, que não se encontram mais disponíveis.

A menor disponibilidade de mão-de-obra para os trabalhos desenvolvidos no meio rural demonstra o envelhecimento das populações rurais, além do êxodo que vem ocorrendo nessas áreas, principalmente, por parte dos jovens. Para Rocha et al. (2010), o baixo número de membros das famílias envolvidos na produção de hortifrutigranjeiros pode se constituir em um fator limitador da expansão dessa atividade em curto prazo, além de comprometer o futuro das mesmas.

## II – Consumidores

A fim de caracterizar o perfil dos consumidores da feira livre do estudo, conhecendo há quanto tempo e com qual frequência vão à feira, além de saber qual seria para estes consumidores o principal motivo de estarem naquele local, apresentam-se nessa seção os resultados referentes aos questionamentos feitos com os consumidores da feira livre do estudo. Para alguns questionamentos, foram consideradas mais de uma resposta por entrevistado.

### *A chegada dos consumidores à feira*

Esta primeira parte do questionário revela as intenções iniciais dos consumidores ao frequentarem a feira.

Quando questionados acerca do principal motivo de terem frequentado a feira, no dia de estudo, mais da metade dos entrevistados (56%), respondeu que buscava fazer compras, em segundo lugar nas intenções apareceu a opção de passear (28%) e por último, encontrar os amigos (16%), assim, para parte dos entrevistados (44%), a feira configura-se principalmente como local de lazer.

No que diz respeito às intenções de compra, as frutas, legumes e verduras, foram citadas em 72% dos casos, em seguida as quitandas e os chamados produtos de fabricação artesanal (farinha, fubá e rapadura), com 24%; as carnes 20%; laticínios (queijo e requeijão), 12%; e por último as bebidas (cachaça e vinho), com 8%.

Assim como na feira de Couto de Magalhães de Minas, outros estudos também demonstraram que as frutas, legumes e verduras, apresentam-se como os produtos mais procurados nesses locais de comercialização, como na feira livre de Turmalina, no estado de Minas Gerais, onde Ribeiro et al. (2003), verificaram que verduras, legumes e folhagens; também foram os produtos mais consumidos (71%); enquanto na feira de Minas Novas, Ribeiro et al. (2005), observam que os produtos mais consumidos são as frutas e verduras, em seguida os produtos da indústria doméstica rural e logo depois, as carnes. Estes dados demonstram a importância das feiras, no abastecimento local de frutas, legumes e verduras, além de configurarem como importante meio de escoamento dos produtos gerados pela agricultura familiar. No estudo de Paulino et al., 2015, na feira livre de Couto de Magalhães de Minas, também foi demonstrado que frutas, verduras e legumes foram os

Revista Desenvolvimento Social Nº 20/01, 2017. (ISSN 2179-6807)

produtos ofertados pelo maior número de feirantes, além de terem sido comercializados em todo o período daquele estudo.

Em relação ao tempo em que frequentam a feira, 64% dos consumidores entrevistados revelaram um tempo superior a 15 anos, 20% de cinco a 15 anos e 16% responderam um tempo menor que cinco anos. Quanto à frequência em que visitam a feira, mais da metade (52%), relatou frequentá-la semanalmente, 32% frequentam de duas a três vezes por mês, 12% uma vez ao mês, e apenas 4% frequentam a feira menos que uma vez ao mês.

O fato da maior parte dos consumidores relatar que frequenta a feira por um tempo superior a 15 anos e mais da metade afirmar frequentá-la semanalmente, demonstra, mais uma vez, o importante papel que esta tem no município, seja pela oferta de alimentos ou pelo espaço social que representa.

Ribeiro et al. (2005) ao estudarem a feira livre de Minas Novas no estado de Minas Gerais, observaram que 80% dos consumidores a frequentavam semanalmente, o que segundo estes autores demonstra a boa aceitação dos produtos ofertados pela agricultura familiar.

### *A saída da feira*

Nesta subcategoria descrevemos se as intenções iniciais relatadas na primeira parte do questionário foram concretizadas.

Após terem feito suas compras os consumidores foram novamente entrevistados. Na ocasião, 88% revelaram que haviam encontrado todos os produtos que procuravam inicialmente, ao passo que o restante (22%), disse não ter encontrado, naquele dia, os produtos desejados, sendo que todos citaram hortaliças que não estavam presentes em nenhuma barraca naquele dia.

Provavelmente influenciados pelo ambiente de vendas, quando investigados se haviam comprado algum item não planejado previamente, 40% dos entrevistados revelaram que sim. Os produtos então adquiridos foram: doces, rapadura, farinha, frango, gengibre e café, e os motivos relatados para a aquisição destes, foram a qualidade do produto em 71,4% dos casos, em seguida, a forma de apresentação e o preço do produto, ambos com 14,3%.

Esses dados também reforçam a contribuição da feira livre de Couto de Magalhães de Minas com o abastecimento local, uma vez que grande parte dos entrevistados relataram ter encontrado os produtos que intencionavam comprar naquele dia, além da compra de itens não inicialmente planejados, sendo que o principal motivo para tais aquisições foi a qualidade dos produtos, o que reforça a confiança estabelecida entre os feirantes e os consumidores.

Para Fonseca; Silva; Salay (1999), boa parte dos hábitos de compras dos consumidores de alimentos é determinado pelos próprios varejistas, ou seja, depende de como os vendedores conseguem chamar a atenção para seus produtos e convencer as compras. Sendo assim, o conhecimento das preferências dos consumidores, permite a criação de estratégias e estímulos eficazes, principalmente, para aqueles consumidores que não costumam planejar suas compras.

Quando os consumidores foram questionados porque gostavam de fazer suas compras na feira, a maior parte respondeu ser em função da qualidade dos produtos (64%), seguido do preço (40%). Já em relação ao que consideram como maior atrativo da feira, quase metade dos entrevistados (48%) respondeu ser o preço dos produtos, 44% a qualidade dos mesmos e 8% a variedade de itens que a feira oferece.

A qualidade dos produtos ofertados também foi vista, em outras investigações, como o principal motivo para compras em feiras, como ocorreu em um estudo realizado junto a consumidores de feiras livres em Campinas, São Paulo, feito por Toledo et al. (2008), que revelaram que mais da metade (55%) dos consumidores daquelas feiras, as frequentam pela qualidade que estas oferecem.

Para Ribeiro et al. (2005), a feira apresenta, para o consumidor, inúmeras vantagens, como, principalmente, a comercialização de alimentos sem agrotóxicos, além de práticas ligadas à articulação política que incluem a valorização da produção local e a permanência do dinheiro das vendas no próprio município.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste estudo, por meio das falas de feirantes e consumidores, foi possível perceber a importância que a feira livre do município de Couto de Magalhães de Minas exerce naquele local, configurando-se não somente como um local de comercialização e compras de produtos, mas também como importante espaço de convivência social.

Para os feirantes, sendo muitos também produtores rurais, a feira livre é o principal local de comercialização de seus produtos, onde muitos membros do grupo familiar finalizam suas atividades de trabalho. Já para os consumidores, este é mais que um simples local para aquisição de produtos alimentícios, é também um espaço de lazer e convívio social.

Diante do exposto, o poder público do município de Couto de Magalhães de Minas deveria buscar sempre a manutenção e melhorias para a feira livre, o que garantiria independência financeira para os feirantes e produtores rurais, circulação de produtos agroalimentícios com melhores preços e qualidade, um bom espaço de lazer e convívio social, além de manter uma integração cultural dos espaços urbanos e rurais.

## REFERÊNCIAS

ABRASCO - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE SAÚDE COLETIVA. *Dossiê ABRASCO: um alerta sobre os impactos dos agrotóxicos na saúde*. Rio de Janeiro/São Paulo, 2015.

ALMEIDA, Mirella Dias; PENA, Paulo Gilvane Lopes. Feira livre e risco de contaminação alimentar: estudo de abordagem etnográfica em Santo Amaro, Bahia. *Revista Baiana de Saúde Pública*, Salvador, v.35, n.1, p 110-127, 2011.

ARAUJO, Carolina Lopes; MIRANDA, Eduarda de Paula; MOREIRA, Anaísa; CRUZ, Frederico; SOUSA, Jussara Santos de. O papel econômico, social, ambiental e cultural da feira do Padre, aos olhos de seus frequentadores: o caso da feira do Padre, em Sobradinho, DF. In: XIV Encontro da Rede Luso-Brasileira de Estudos Ambientais, 2011, Recife, PE. *Anais...*, UnB/UFPE, 2011. 24p. Disponível em: <<http://soac.bce.unb.br/index.php/ERLBEA/XIVERLBEA/>>. Acesso em: 5 maio 2014.

CAZANE, Ana Livia.; MACHADO, João Guilherme de Camargo Ferraz. Análise das feiras livres de Tupã-SP a partir do comportamento do consumidor de FLV. In: XLVIII Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural, 2010, Campo Grande, MS. *Anais...* SOBER, 2010. v. 1. p. 1-20. Disponível em <<http://www.sober.org.br/palestra/15/828.pdf>>. Acesso em: 10 abril de 2013.

CORÁ, Marisa Biali; BEGNINI Leomar; RECH Rogério. Análise socioeconômica da associação de feirantes do município de Realeza-PR. *Revista Synergismus Scientifica UTFPR*, Pato Branco, v. 6, n.1, 2011.

FONSECA, Maria da Conceição Pereira da; SILVA, Maria Aparecida Azevedo Pereira da; SALAY, Elisabete. Atitudes dos consumidores com relação a compra de hortifrutícolas em hipermercados e sacolões/varejões na cidade de Campinas-SP. *Cadernos de Ciência e Tecnologia*, Brasília v. 16, n. 1, p. 87-113, 1999.

GODOY, Wilson Itamar; ANJOS, Flávio Sacco dos. A importância das feiras livres ecológicas: um espaço de troca e saberes da economia local. *Revista Brasileira de Agroecologia*, Porto Alegre, v.2, n.1, p. 364-368, 2007.

GODOY, Wilson Itamar; RECH, Rogério. Aspectos socioeconômicos e de produção relacionados às feiras-livres do Sudoeste do Paraná. *Revista Brasileira de Agroecologia*, Porto Alegre, v. 8, n. 1, p. 40-47, 2013.

GONCALVES, Carlos Manuel; COIMBRA, Joaquim Luís. O papel dos pais na construção de trajetórias vocacionais dos seus filhos. *Revista Brasileira de Orientação Profissional*, São Paulo, v. 8, n. 1, p. 1-17, 2007.

KINJO, Tomoko; IKEDA, Ana Comportamento do consumidor em Feiras Livres. In: CONGRESSO SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL, 43, 2005, Ribeirão Preto, SP. *Anais... SOBER*, 2005. Disponível em: <<http://www.sober.org.br/palestra/2/420.pdf>>. Acesso em: 5 de maio de 2014.

LOVATTO, Patrícia; NASCIMENTO, Shirley Grazieli; ANDERSSON, Fabiana da Silva; BEZERRA, Antônio. Caracterização do consumo em uma feira livre de base ecológica do Município de Pelotas, RS, Brasil. *Revista Brasileira de Agroecologia*, Porto Alegre, v. 4, n. 2, P. 3277-3281, 2009.

MINNAERT, Ana Cláudia de S. Telles. A feira livre sob um olhar etnográfico. In: FREITAS, Maria do Carmo Soares de; FONTES, Gardênia Abreu Vieira; OLIVEIRA, Nilce de. *Escritas e narrativas sobre alimentação e cultura*. Salvador, BA: Edufba, 2008. p. 118-148. Disponível em: <<http://books.scielo.org/id/9q/cover/cover.jpeg>>. Acesso em: 5 maio 2014.

PAULINO, Érika Júnia; DIAS, João Victor Leite; MURTA, Nadja Maria Gomes; MORAIS, Harriman Aley ; PIRES, Herton Helder Rocha . A agricultura familiar em um município do Alto Jequitinhonha, Minas Gerais. *Revista Desenvolvimento Social*, Montes Claros, v. 13, p. 5-20, 2014.

PAULINO, Érika Júnia; DIAS, João Victor Leite; MURTA, Nadja Maria Gomes; MORAIS, Harriman Aley; PIRES, Herton Helder Rocha. Comércio de alimentos em uma feira livre de um município no Alto Jequitinhonha, Minas Gerais. *Revista Desenvolvimento Social*, Montes Claros, v. 14, n. 1, p. 53-67, 2015.

PINTO, Valéria Peron de Souza; CUELLAR, Edmilson Soares; PINTO, Jorge de Souza; SANTOS, Cleston Alexandre dos. Os aspectos peculiares que caracterizam a feira livre da cidade de Corumbá-MS. In: Congresso Internacional de Administração,

2013, Ponta Grossa, PR. Disponível em: <<http://www.admpg.com.br/2013/index.php?id=94>>. Acesso em: 5 maio 2014.

PORTO, Gil Carlos Silveira. *Configuração socioespacial e inserção das feiras livres de Itapetinga-BA e arredores no circuito inferior da economia*. 2005.166 p. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Instituto de Geociências, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2005.

RIBEIRO, Eduardo Magalhães; ÂNGULO, José Luis G.; NORONHA, Alíria Bicalho; CASTRO, Boaventura Soares de; GALIZONI, Flávia Maria; CALIXTO, Juliana Sena; SILVESTRE, Luiz Henrique. A feira e o trabalho rural no Alto Jequitinhonha: um estudo de caso em Turmalina, Minas Gerais. *Unimontes Científica*, Montes Claros, v.5, n.1, p. 1-20, jan./jun. 2003

RIBEIRO, Eduardo Magalhães, CASTRO, Boaventura Soares de; SILVESTRE, Luiz Henrique; CALIXTO, Juliana Sena; ARAÚJO, Daniel Prado; GALIZONI, Flávia Maria; AYRES, Eduardo Barbosa. Programa de apoio às feiras e à agricultura familiar no Jequitinhonha mineiro. *Agriculturas*, v. 2, n. 2, p. 5-9, 2005.

RIBEIRO, Eduardo Magalhães (Org.). *Feiras do Jequitinhonha: mercados, cultura e trabalho de famílias rurais do semi-árido de Minas Gerais*. Fortaleza, CE: Etene/BNB, 2007.

ROCHA, Hélio Carlos; COSTA, Carlos; CASTOLDI, Florindo Luiz; CECCHETTI, Dileta; CALVETE, Eunice de Oliveira; LODI, Betânia dos Santos. Perfil socioeconômico dos feirantes e consumidores da Feira do Produtor de Passo Fundo, RS. *Ciência Rural*, Santa Maria, v. 40, n. 12, dez. 2010.

SANTOS, Andréa Rodrigues dos. A feira livre da Avenida Saul Elkind em Londrina, PR. *Revista do Departamento de Geociências*, v. 14, n. 1, p. 145-160, jan./jun. 2005. Disponível em <<http://www.geo.uel.br/revista>>. Acesso em 5 maio 2014.

SCALCO, Andréa Rossi; OLIVEIRA, Sandra Cristina de; FONSECA, Amanda Corral da; DERMINDO, Gabriel Pereira. Qualidade do serviço em feiras livres. *Geografia*, Londrina, v. 21, n.2. p. 113-135, maio/ago. 2012

SILVA, Gustavo Pinto da; PARIS, Julio Cesar; SAMBORSKI, Tarcísio; DÖOR, Andrea Cristina Perfil e percepções dos feirantes em relação a feira livre dos municípios de São Pedro do Sul (RS) e Santo Augusto (RS). *Revista do Centro de Ciências Naturais e Exatas*, Santa Maria, v. 14, n. 2, p. 3203-3212, 2014.

SILVESTRE, Luiz Henrique; NETRO, Exzolvildres Queiroz; CALIXTO, Juliana Sena; RAMOS, Rosana Vieira; ANTONIALLI, Luiz Marcelo. O que se compra na feira? Perfil e fatores de decisão do consumidor em Lavras, MG. In: Congresso Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural, 44, Fortaleza, Ceará, Brasil. *Anais...* 2006, SOBER. Disponível em <: <http://ageconsearch.umn.edu/handle/149142>>. Acesso em: 5 de maio 2014.

TOLEDO, Adriana Ribeiro; THOMÉ, Danielle dos Santos; FRANCISCO, Rosiclei Ribeiro; BASSI, Sabrina; ROSANELI, Caroline Filla. Perfil dos consumidores de feiras

livres da cidade de Maringá/PR. *Revista Saúde e Biologia*, v.3, n.1, p.16-21, jul-dez, 2008.

**Recebido para publicação em 11 de janeiro 2017**

**Aceito para publicação em 3 de março de 2017**