

**AVALIAÇÃO DO HÁBITO DE CONSUMO E PERFIL SÓCIO-ECONÔMICO-  
NUTRICIONAL DOS CONSUMIDORES EM FEIRAS LIVRES DO MUNICÍPIO DE  
BARREIROS – PE****EVALUATION OF THE CONSUMPTION HABIT AND SOCIO-ECONOMIC-  
NUTRITIONAL PROFILE OF CONSUMERS IN FREE FAIRS OF THE  
MUNICIPALITY OF BARREIROS - PE****SILVA, Anderson Moreira da**

Instituto Federal de Pernambuco – IFPE. andersonmoreirads@gmail.com

**SILVA, Ana Beatriz Noberto**

Instituto Federal de Pernambuco – IFPE. nobertobeatriz1@gmail.com

**MELLO, Rodrigues Figueira de**

Instituto Federal de Pernambuco – IFPE. marcelomello@barreiros.ifpe.edu.br

**BRITO, Micheline Mônica de Oliveira**

Instituto Federal de Pernambuco – IFPE. micheline.brito@barreiros.ifpe.edu.br

**RESUMO**

A Zona da Mata Sul de Pernambuco vem passando por uma diversificação nas suas atividades produtivas. Nesse cenário, a agricultura familiar assume um papel de destaque. Apesar disto, ainda se observa um desafio no que tange a organização e comercialização da produção. Além dos agricultores familiares, os consumidores neste cenário são fundamentais para fortalecer e legitimar o processo produtivo. O objetivo deste estudo foi entender o perfil dos consumidores nas feiras do Município de Barreiros – PE. Através de entrevistas semiestruturadas com 40 consumidores em duas feiras do Município, foi possível entender as relações de consumo existentes nas feiras e suas fragilidades. Dentre os entrevistados, 70% frequentam a feira pelo menos uma vez na semana pelo preço, proximidade e confiança nos feirantes. Acerca do consumo sustentável, 80% afirmaram escolher seus produtos aleatoriamente e sem nenhuma preocupação nutricional. Em 50% dos entrevistados foi constatado um desconhecimento sobre produtos com agrotóxicos e alimentos transgênicos, não sabendo diferenciá-los. Em 80% dos entrevistados foi observado o desejo de mais informações sobre produtos transgênicos, agrotóxicos e consumo sustentável por parte do poder público. O estudo constatou a necessidade de mais apropriação por parte dos consumidores dos temas relevantes tratados, em especial, no que tange ao consumo sustentável e produtos livres de agrotóxicos.

**Palavras-Chave:** consumidor, consumo sustentável, agricultura familiar.

**ABSTRACT**

The Zona da Mata Sul of Pernambuco has undergone diversification in its productive activities. In this scenario, family farming plays a prominent role. Despite this, there is still a challenge regarding the organization and commercialization of production. In addition to family farmers, consumers in this

scenario are key to strengthening and legitimizing the productive process. The objective of this study was to understand the profile of consumers in the fairs of the Municipality of Barreiros - PE. Through semi-structured interviews with 40 consumers in two fairs of the Municipality, it was possible to understand the consumer relations existing at fairs and their fragilities. Among the interviewees, 70% attend the fair at least once a week for the price, proximity and confidence in the fair. About sustainable consumption, 80% said they chose their products at random and without any nutritional concerns. In 50% of the interviewees, there was an ignorance about products with pesticides and transgenic foods, not knowing how to differentiate them. In 80% of the interviewees, there was a desire for more information on transgenic products, pesticides and sustainable consumption by the public authorities. The study noted the need for more consumer ownership of the relevant issues addressed, in particular, regarding sustainable consumption and pesticide-free products.

**Keywords:** consumer, sustainable consumption, family farming.

## 1 Introdução

A zona da Mata Sul de Pernambuco é caracterizada pela presença de inúmeros assentamentos de reforma agrária. Nessas áreas, predomina uma produção de alimentos diversificada oriunda da agricultura familiar. Parte desta produção é comumente consumida pelas famílias agricultoras, enquanto a outra parte comercializada em diferentes espaços de comercialização na região, dentre esses as feiras livres.

As feiras livres se apresentam como importantes canais de comercialização dos produtos oriundos da agricultura familiar. Representam uma modalidade de mercado varejista ao ar livre, de periodicidade semanal, organizada como serviço de utilidade pública pela municipalidade e voltada para distribuição de produtos (PAULINO *et al.*, 2015).

Nos espaços de comercialização, os consumidores representam um elo fundamental na cadeia produtiva, uma vez que são eles que escolhem e adquirem os alimentos. A percepção destes, acerca de temas centrais como agricultura orgânica, uso de agrotóxicos, consumo sustentável e outros, é crucial para fortalecer todo o processo produtivo envolvido na produção agrícola familiar (CATIA GRISA; WESZ JUNIOR, 2010).

Os consumidores buscam nas feiras ou canais curtos de comercialização por venda direta, estabelecer uma relação de confiança para legitimar a escolha de produtos de com qualidade e saudáveis. Santos e Junqueira (2012) afirmam que para os produtores atingirem o máximo de qualidade na produção de alimentos, antes focado apenas no produto final, é preciso se preocupar também com a qualidade de todo o processo, enfatizando o controle em cada ponto crítico da produção. O

comportamento do consumidor em uma determinada compra varia entre motivação, desejo e necessidade, o que é demandado pelo homem é representado por sua necessidade pelo grau de importância.

Não existe um padrão correto de consumo, a união de distintos fatores sociais, culturais e psicológicos influenciam na escolha de um determinado produto em detrimento de outro. Para Zemolin (2012) a motivação para o consumo de produtos saudáveis varia de acordo com o país, a cultura, o modo de produção e as relações de confiança. Portanto, entender o comportamento do consumidor, particularmente a estrutura de valores, crenças e percepções que influenciam na decisão de compra é de extrema necessidade para entender a dinâmica do mercado, em especial, nos espaços democráticos de comercialização como as feiras livres.

Nesse sentido, compreender melhor o perfil e as demandas dos consumidores constitui uma ferramenta extremamente importante no planejamento agrícola municipal, beneficiando não apenas os consumidores com produtos saudáveis e de qualidade, mas também os feirantes e agricultores familiares envolvidos na comercialização dos seus produtos.

## **2 Fundamentação Teórica**

A região de desenvolvimento da Mata Sul do Estado de Pernambuco apresenta uma estrutura econômica predominantemente agrária. Caracterizada pelo cultivo intensivo da cana-de-açúcar em grandes latifúndios, elevada concentração de renda e baixo nível de desenvolvimento humano (IDH) em grande parte dos Municípios. Nesta região, também encontramos a maior concentração de assentamentos de reforma agrária do Estado de Pernambuco (ANDRADE, 2005).

O Censo Agropecuário de 2006 identificou 4.367.902 estabelecimentos da agricultura familiar no Brasil, o que representa 84,4 % do total de estabelecimentos. Apesar de ocupar apenas 24,3% da área total de estabelecimentos, a agricultura familiar é responsável por 38% do valor bruto total da produção agropecuária. 74,4 % da mão de obra rural estão empregadas neste segmento. Para fins alimentares, responde pela maioria dos produtos consumidos pela população do país, oferecendo os principais itens da cesta básica nacional (IBGE, 2009).

A maior parte da produção agrícola familiar é comercializada por venda direta nas feiras livres, proporcionando maior proximidade entre o agricultor e o consumidor. Despertando o consumidor para temas relevantes com a sustentabilidade da produção, como os produtos são cultivados, a importância do cultivo familiar, dentre outros (SOLER, 2009).

As feiras livres se apresentam como importantes canais de comercialização dos produtos oriundos da agricultura familiar. Representam uma modalidade de mercado varejista ao ar livre, de periodicidade semanal, organizada como serviço de utilidade pública pela municipalidade e voltada para distribuição de produtos. As feiras livres também possuem um caráter cultural, uma vez que os produtores carregam consigo suas tradições, saberes e modos de cultivar seus produtos, sendo um importante canal de fortalecimento da cultura regional (PAULINO *et al.*, 2015).

Para Mercadante (2018), a feira ainda representa o ideal dos canais de curta comercialização, tendo em vista que estabelece o contato direto entre os agricultores e os consumidores e contribui para a geração de renda e o reconhecimento do trabalho dos que produzem, bem como relações de confiança que incentivam a mudança de hábitos alimentares nos consumidores”.

Segundo Sacco dos Anjos *et al.* (2005), a feira livre deve ser matéria de reflexão acadêmica e objeto de intervenção de políticas públicas. O estudo das feiras pode oferecer subsídios que qualifiquem a atuação do poder público, oferecendo dados relevantes sobre as suas dinâmicas de funcionamento, valorizando seu papel dentro das atividades econômicas. Nas feiras, os consumidores buscam o consumo de alimentos saudáveis. Para tanto, precisam estar apropriados e terem a percepção correta na hora de escolher seus alimentos. Baseados nos seus hábitos alimentares, preferências, aspectos nutricionais e estilo de vida, (BERNARDON, *et al.*, 2008).

Para Bensadon *et al.* (2017), esse conjunto de hábitos e práticas de consumo pode ser considerado um ato político, uma vez que tem o poder de transformação social e compromisso com a superação das desigualdades. A partir disso, o consumo responsável constrói uma relação de proximidade entre produtor-consumidor, com a valorização do trabalho baseada nos princípios “da economia solidária, soberania alimentar, agroecologia e o comércio justo e solidário”

Considerando o papel do consumidor como o sujeito que vai adquirir seu alimento em feiras ou redes de supermercados, o perfil do atual e futuro consumidor

da produção agrícola familiar assume uma relevância ainda maior. Em pesquisa direcionada a caracterizar o perfil de consumidores de alimentos orgânicos e/ou agroecológico em Porto Alegre (RS), Neutzling et al. (2010), observaram que uma porcentagem significativa de consumidores possui curso superior completo, as vezes até com pós-graduação. Os autores ainda destacaram que foi pouco expressiva a quantidade de consumidores de produtos orgânicos que tinham apenas o ensino fundamental.

Segundo Francisco et al. (2009), pesquisando o perfil de consumidores de frutas orgânicas, foi retratado que estes, em sua maioria, tem idade entre 40 e 49 anos. Já Neutzling et al. (2010), apresentando dados quanto a faixa etária de consumidores de orgânicos, observaram que a maior parte destes apresentam idade entre 22 a 35 anos, seguidos de 36 a 55 anos.

Entender esse perfil é fundamental quando pensamos na aquisição de alimentos saudáveis. O consumidor é impossibilitado de reconhecer os alimentos que receberam a pulverização de produtos não permitidos ou além do limite autorizado. De forma geral, as aplicações com agrotóxicos estão presentes na maior parte das culturas, mas as que mais trazem preocupação são aquelas consumidas em grande quantidade pela população na forma “in natura”, a exemplo dos alimentos frescos, vendidos em feiras (ALMEIDA; PENA, 2011)

O comportamento, particularmente a estrutura de valores, crenças e percepções que influenciam na decisão de compra é de extrema necessidade para entender a dinâmica de um mercado cada dia mais volátil, inconstante e complexo. Devido a esta complexidade, o estudo do comportamento do consumidor tem despertado o interesse de pesquisadores de diversas áreas como a administração, a psicologia e a economia.

Na área de alimentos não é diferente e segundo Hopper et al. (2012), os padrões de consumo de produtos alimentares estão mudando rapidamente como resultado de questionamentos sobre desenvolvimento, sustentabilidade e percepção de responsabilidade social.

### **3 Metodologia**

O estudo foi realizado no Município de Barreiros – PE. Este Município está localizado no Território da Mata Sul de Pernambuco. A população total deste território

é de 436.948 habitantes, dos quais 123.200 vivem na área rural, o que corresponde a 28,20% do total. Possui 4.951 agricultores familiares, 10.053 famílias assentadas e uma comunidade quilombola. Seu IDH médio é 0,62 (IBGE, 2010). O Município de Barreiros apresenta uma população estimada de 40.720 habitantes, área de 229,84 km<sup>2</sup> e um IDH de 0,58. A atividade econômica principal no Município de Barreiros é a agricultura, através do cultivo da cana-de-açúcar, hortaliças e fruteiras. Todas, praticadas predominantemente por agricultores e agricultoras familiares.

Inicialmente, foram realizadas algumas discussões sobre o tema feiras e perfil dos consumidores para respaldar a construção das entrevistas e promover um melhor entendimento sobre o tema. Ainda foi realizada uma visita à prefeitura municipal, departamento responsável pelas feiras para obtenção de dados e troca de informações.

As entrevistas foram realizadas em duas feiras do Município: a feira da quarta-feira e a feira do sábado. Foram realizadas 40 entrevistas com consumidores das duas feiras. Todas as entrevistas realizadas foram de forma não dirigida, quando o entrevistador tem liberdade para desenvolver cada situação em qualquer direção que considere adequada. É uma forma de poder explorar mais amplamente a questão, e na qual o entrevistado possui liberdade para manifestar suas opiniões de forma livre (VERDEJO, 2010).

Para o perfil dos consumidores foram avaliados os hábitos de consumo, aspectos socioeconômicos como idade, renda, nível de instrução, preocupação com higiene, boas práticas de cultivo, aspectos nutricionais, boas práticas, e conhecimento dos consumidores acerca de temas centrais como o consumo sustentável, produtos orgânicos, como identificar produtos com agrotóxicos etc. Todos os dados foram tabulados no programa Microsoft Office Excel® 2010, sendo realizada uma estatística descritiva a partir da codificação por tabulação simples, distribuição de porcentagens, tabelas e figuras.

#### **4 Análise dos Dados e Resultados**

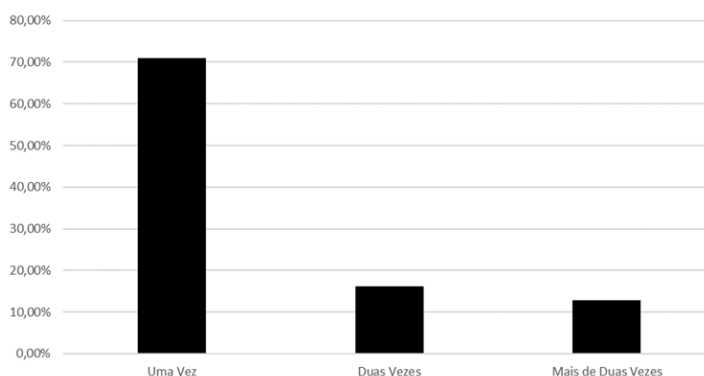
Foram realizadas 40 entrevistas com consumidores nas duas feiras livres do Município de Barreiros. Desses, 60% foram mulheres e 40% homens. Com idade variando entre 25 a 74 anos. Em relação a escolaridade, constatou-se 40% de analfabetos, 30% com fundamental incompleto, 25% com fundamental completo e 5%

com nível superior. Assim como neste estudo, também foi verificado por Lima et al. (2011) uma predominância de mulheres em feiras, especialmente em feiras de produtos orgânicos e/ou agroecológicos, estando estas, em busca de uma melhor qualidade de vida, preservação da saúde e de um alimento mais saboroso para a família.

Considerando o Município de Barreiros com uma estreita relação rural/urbana e a presença de inúmeros assentamentos de reforma agrária, foi constatado que 80% dos entrevistados nas feiras apresentaram domicílio urbano e família composta por até cinco integrantes. Isto pode ser explicado devido a população rural dos assentamentos terem acesso aos alimentos relacionados ao autoconsumo, diferentemente dos residentes na cidade, onde a feira seria o principal acesso a esses alimentos.

Quando perguntados acerca da frequência e motivo pelo qual frequentam a feira, 70% mencionaram frequentar com assiduidade pelo menos uma vez na semana e como motivo o preço, proximidade e relação de confiança com os feirantes (Fig.1). Em relação aos critérios ou preocupação ao adquirir seus alimentos nas feiras, todos afirmaram que buscam obter produtos de qualidade e que lavam seus produtos em casa com água ou hipoclorito.

Esse contato semanal fortalece as relações de confiança entre feirantes e consumidores, sendo essencial na fidelização desses consumidores e estabelecimento de relações mais duradoras. Para Donizetti (2017), as feiras populares são espaços de linguagens e significados sobre alimentação equilibrada e saudável exercida pelas pessoas e também patrimônios materiais e imateriais de distinção de maneiras de consumo e de práticas construídas socialmente e conseqüentemente reconstruídas pela sabedoria do povo.



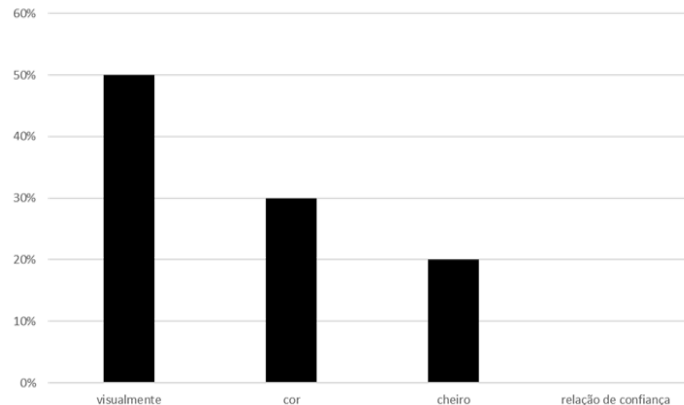
**Figura 1.** Frequência semanal dos consumidores nas feiras do Município de Barreiros – PE.

Quando questionados acerca do consumo sustentável ou critério na escolha dos produtos nas feiras, 80% afirmaram escolher os produtos aleatoriamente e sem nenhuma preocupação nutricional ou médica. Apesar de relatarem que em suas famílias existem frequentes casos de diabetes, hipertensão e obesidade. Todos mencionaram escolher seus produtos buscando qualidade através da escolha visual.

Sobre temas centrais relacionados ao consumo de alimentos, especialmente os *in natura* adquiridos nas feiras, que poderiam oferecer riscos as suas famílias, 80% mencionaram a preocupação com agrotóxicos e outras contaminações. Esses mesmos consumidores, relataram que procuram minimizar esses riscos escolhendo produtos com melhor aparência, cheiro ou cor.

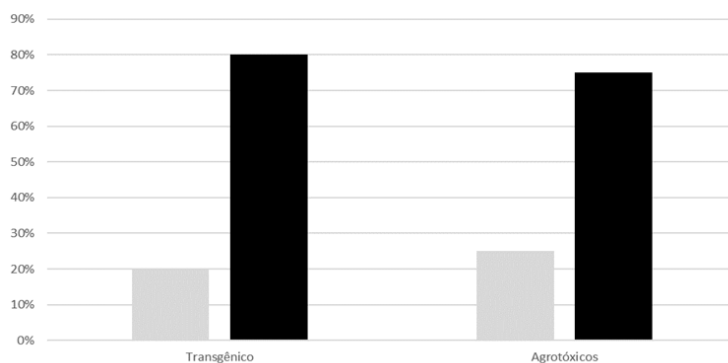
Em 80% dos consumidores entrevistados foi observada a preocupação com a procedência dos alimentos, relacionando essa procedência com a confiança que estes possuem nos feirantes, por já os conhecerem há bastante tempo. Entretanto, apesar da preocupação em não adquirir produtos cultivados com agrotóxicos, 50% deles afirmaram a escolha visual como principal procedimento na escolha de alimentos livres de agrotóxicos (Fig.2).





**Figura 2.** Forma de identificação mencionada pelos entrevistados para diferenciar alimentos cultivados com agrotóxicos nas feiras do Município de Barreiros – PE

O mesmo também foi observado quando questionados acerca dos alimentos transgênicos, onde 80% dos entrevistados revelaram não saber sobre o tema ou a influência deste na sua saúde (Fig3). Conhecidamente, alimentos com agrotóxicos ou cultivados com sementes transgênicas não podem ser diferenciados visualmente. No caso das feiras, a relação de confiança entre os produtores e consumidores torna-se fundamental na escolha de produtos saudáveis. Sendo Godoy et al. (2008) retrata que uma parte da população que tende a ser mais consciente e preocupada com aspectos ligados à saúde, procuram alimentos mais saudáveis e naturais, como os hortifrutigranjeiros comercializados em orgânicas e/ou agroecológicas



**Figura 3.** Conhecimento sobre a influência na saúde de alimentos cultivados com agrotóxicos e com sementes transgênicas comercializados nas feiras do Município de Barreiros – PE.

As feiras agroecológicas vêm suprir parte da demanda para comercializar produtos orgânicos e/ou agroecológicos oriunda da agricultura familiar, através de espaços diferenciados e estabelecimento de relações de confiança com os consumidores. Constituindo uma forma de comercialização dos produtos sem uso de fertilizante e práticas de cultivos que prejudiquem o meio ambiente como a utilização de agrotóxicos. Para tanto, esses espaços de comercializações precisam existir, valorizar a agricultura local e serem permanentemente fiscalizados pelos órgãos competentes, garantindo apenas desta forma, sua credibilidade. (HINTERHOLZ et al., 2011).

O papel do consumidor e a sua percepção acerca da importância da produção agrícola familiar e temas centrais como a agroecologia e a produção orgânica e/ou agroecológica, consumo sustentável é essencial, na medida em que estabelece uma relação de confiança entre o consumidor e o produtor, minimizando dúvidas sobre as práticas agrícolas na produção, uso de agrotóxicos e boas práticas de cultivo. Machado e Silva (2005) destacam nas feiras um ambiente propício a um relacionamento direto entre o produtor e o consumidor final, tornando possível identificar, facilmente, as necessidades do consumidor e melhorar os aspectos relacionados a produção.

#### 4 Considerações Finais

Com o presente estudo foi possível compreender melhor a relação entre as feiras e os consumidores desses espaços no Município de Barreiros – PE. Considerando o aspecto democrático e social de convivência das feiras livres, torna-se fundamental oportunizar aos consumidores conhecimento acerca da origem, procedência e qualidade dos produtos ofertados.

Fazendo com estes percebam que em uma região repleta de assentamentos de reforma agrária, a produção familiar precisa ser mais valorizada. Principalmente, quando parte desta produção, consumida pela própria família agricultora, trata-se de uma produção cultivada em sistemas sustentáveis. Portanto, passível de ser mais valorizada pelos consumidores do Município.

Ainda neste estudo, percebe-se o desconhecimento dos consumidores acerca de temas centrais relacionado diretamente na escolha de um produto em detrimento do outro. Por fim, esta iniciativa surge como uma possibilidade de oferecer ao poder público local subsídios para iniciar campanhas educativas para o consumo sustentável nas feiras, qualificar as fiscalizações e buscar espaços diferenciados para a agricultora familiar local.

#### 5 Referências

ALMEIDA, M. D.; PENA, P. G. L. Feira livre e risco de contaminação alimentar: Estudo de abordagem etnográfica em Santo Amaro, Bahia. **Revista Baiana de Saúde Pública**, v. 35, n. 1, p. 110–127, 2011. Disponível em: . Acessado em: junho de 2017.

ANDRADE, M. C. **A terra e o homem no Nordeste**: contribuição ao estudo da questão agrária no Nordeste. 7. ed. São Paulo: Cortez, 2005.

DONIZETTI, D. Feiras populares: locus de estudos e pesquisas sobre construção do gosto social na compreensão de hábitos alimentares no Brasil. **Fome do Saber:Feiras Populares**. Brasília, 21 fev. 2017. Disponível em: <<http://obha.fiocruz.br/index.php/2017/02/21/feiras-populares-locus-de-estudos-e-pesquisas-sobre-construcao-do-gosto-social-na-compreensao-de-habitos-alimentares-no-brasil/>>. Acesso em: 2 maio 2018.

FRANCISCO, E. S. et al. Comportamento do consumidor na compra de produtos orgânicos. In: SEMINÁRIOS DE ADMINISTRAÇÃO – SEMEAD, 7., 2009, São Paulo. **Anais...** São Paulo: FEA, 2009. v. 1. p. 1-16.

GRISA, CATIA. Desenvolvimento local, políticas públicas e meios de vida: uma análise do Programa de Aquisição de Alimentos (PAA). In: CONGRESSO DA SOBER, 47. **Anais...** Porto Alegre. 2010.

HINTERHOLZ, B.; MATTOS RIBEIRO, V. DE. Feira Agroecológica: Uma alternativa para comercialização de produtos oriundos da agricultura familiar orgânica no município de Medianeira – PR: O Caso da AAFEMED. **Synergismus scyentifica** UTFPR, Pato Branco, 06 (1). 2011.

HOPPE, A., et. al. Comportamento do consumidor de produtos orgânicos: uma aplicação da teoria do comportamento planejado. **BASE - Revista de Administração e Contabilidade da UNISINOS**, v. 9, n. 2, p. 174-188, Abril-Junho, 2012.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo Agropecuário 2006**. Disponível m: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/agropecuaria/censoagro/2006/default.shtm>>. Acesso em: 18 nov. 2009.

LIMA, P., et. al. **Perfil do Consumidor de produtos orgânicos na cidade de São Joaquim da Barra/SP**, Nucleus, v.8, n.1, Abril 2011. Disponível em: <<http://webcache.googleusercontent.com/searchq=cache:EYyCLQB08ecJ:dialnet.uniri.oja.es/descarga/articulo/4040599.pdf+&cd=2&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br>> Acesso em: 09/11/2015.

MACHADO, M. D.; SILVA, A. L. Canais de distribuição para produtos da agricultura familiar. In: SOUZA FILHO, H. M.; BATALHA, M. O. (Org.). **Gestão integrada da agricultura familiar. São Carlos**: Edufscar, 2005.

NEUTZLING, D. M. et al. Consumidor de alimentos orgânicos: um estudo na feira dos agricultores ecologistas (FAE) de Porto Alegre. In: CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E SOCIOLOGIA RURAL – SOBER, 48., 2010, Campo Grande. **Anais...** Campo Grande: Sober, 2010.

MERCADANTE, P. T. de Matos. **Soberania alimentar e transição agroecológica no Assentamento 20 de Março, Três Lagoas (MS)**. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Programa de Mestrado em Geografia, Universidade Federal de Mato Grosso do Sul. Três Lagoas, 118 p., 2018.

PAULINO, E. J; DIAS, J. V. L; MURTA, N. M. G; MORAIS, H. A; PIRES, H. H. R. Comércio de alimentos em uma feira livre de um município no Alto Jequitinhonha, Minas Gerais. **Revista Desenvolvimento Regional**. Montes Claros, n.14, 2015.

SACCO DOS ANJOS, F.; GODOY, W. I.; CALDAS, VELLEDA, N. As Feiras-livres de Pelotas sob o Império da Globalização: **Perspectivas e Tendências**. 1. ed. Pelotas: Editora e Gráfica Universitária, v. 1. 197 pg. 2005.

SANTOS, A. P. R.; JUNQUEIRA, A. M. R. Gestão da qualidade na couve minimamente processada no Distrito Federal: O caso da agroindústria machadinho.

**Revista Brasileira de Produtos Agroindustriais**, Campina Grande, v.14, n.4, p.337-352, 2012.

SOLER, M. M. **El contexto socioeconómico de la agricultura ecológica: la evolución de los sistemas agroalimentarios**. Sevilla: Universidad de Sevilla, 2009. 38p.

TOLEDO AR, THOMÉ DS, FRANCISCO RR, BASSI S, ROSANELI, CF. Perfil dos consumidores de feiras livres da cidade de maringá/PR. Rev. Saúde e Biol. 2008.

VERDEJO M. **Diagnóstico Rural Participativo: Um Guia Prático**, Brasília 2010.

ZEMOLIN, C. **Análise das características do consumidor de produtos orgânicos nos municípios de Doutor Maurício Cardoso, Horizontina e Santa Rosa**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Econômicas) - Faculdade Horizontina – FAHOR, Horizontina, 2012.

## LISTA DE FIGURAS

**Figura 1.** Frequência semanal dos consumidores nas feiras do Município de Barreiros – PE.

**Figura 2.** Formas de identificação mencionada pelos entrevistados para diferenciar alimentos cultivados com agrotóxicos nas feiras do Município de Barreiros – PE.

**Figura 3.** Conhecimento sobre a influência na saúde de alimentos cultivados com agrotóxicos e com sementes transgênicas comercializados nas feiras do Município de Barreiros – PE.

Recebido em janeiro de 2018.

Aprovado em maio de 2019.

Publicado em julho de 2019.