

AS FEIRAS DE PRODUTOS ORGÂNICOS E ARTESANAIS DOS BAIRROS DE PATO BRANCO

THE ORGANIC AND ARTISANAL PRODUCTS FAIRS OF PATO BRANCO NEIGHBORHOODS.

Gabriel Felipe Koch Bertolini
Instituto de Desenvolvimento Rural do Paraná (IDR-PR)
gabrielbertolini11@gmail.com

Norma Kiyota
Instituto de Desenvolvimento Rural do Paraná (IDR-PR)
normak@idr.pr.gov.br

Miguel Angelo Perondi
Universidade Tecnológica Federal do Paraná
perondi@utfpr.edu.br

GT10. Abastecimento, segurança alimentar e nutricional e dinâmicas de consumo

Resumo

Este estudo se aprofunda nas dinâmicas sociais das feiras que aproximam agricultores e consumidores em espaços construídos para a comercialização de alimentos orgânicos que foram produzidos localmente. Na experiência do projeto “Feiras de produtos Orgânicos e Artesanais dos Bairros de Pato Branco”, a confiança emerge como algo catalisador, fruto de movimentos de cooperação, fidelização de consumidores e da própria garantia de venda dos agricultores agroecológicos que participam das feiras, garantindo uma continua frequência dos consumidores, renda dos agricultores e existência do espaço da feira. Para tanto, esta pesquisa revela a experiência vivencial nas feiras, destacando sua relevância social, cultural e econômica. Por fim, esta pesquisa sugere possíveis alternativas para revitalizar e preservar as feiras, considerando a diversidade e o papel fundamental que desempenham na comunidade

Palavras-chave: Agricultura orgânica, circuitos curtos de comercialização, relações de confiança.

Abstract

This study delves into the social dynamics of markets that bring farmers and consumers together in spaces designed for the sale of locally produced organic foods. In the experience of the project “Organic and Artisanal Products Fairs in the Neighborhoods of Pato Branco,” trust emerges as a catalyst, resulting from cooperative efforts, customer loyalty, and the farmers’ own sales assurance. These agroecological farmers’ participation ensures a consistent consumer presence, income for the farmers, and the continued existence of the market space. Consequently, this research sheds light on the lived experience at these fairs, emphasizing their social, cultural, and economic significance. Finally, the study proposes potential alternatives to revitalize and preserve these markets, considering their diversity and fundamental role within the community.

Keywords: Organic agriculture, short marketing, trust relationships.

1 Introdução

No contexto brasileiro de 1990, aproximadamente nove milhões de famílias enfrentaram dificuldades para adquirir alimentos suficientes para atender às suas necessidades nutricionais com base em suas rendas mensais. No Nordeste, cerca de 7,2 milhões de pessoas viviam em situação de insegurança alimentar e nutricional durante este período, conforme denunciado por Peliano (1993) no “Mapa da Fome: subsídios à formulação de uma política de segurança alimentar”.

Entretanto, em 2014, o Brasil alcançou um marco significativo. De acordo com o relatório da Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura (FAO), o país saiu do Mapa Mundial da Fome. Os dados analisados indicam que entre 2002 e 2013, houve uma redução de 82% no número de brasileiros em situação de subalimentação. Além disso, a organização aponta que, no período de 1990 a 2014, o percentual de queda foi ainda mais expressivo, atingindo 84,7% (FAO, 2019).

Essa transformação positiva está intrinsecamente ligada à agricultura familiar. Este modelo de produção agrícola, caracterizado pela gestão, propriedade e trabalho realizados por pessoas com laços familiares ou matrimoniais (Abramovay, 1999), desempenha um papel crucial na segurança alimentar do país. A produção das famílias agricultoras é responsável pela maior parte dos alimentos que chegam às nossas mesas. Além disto, promove uma relação mais harmoniosa com a natureza, garantindo o sustento de muitas famílias tanto no campo quanto na cidade. Sua relevância social, cultural e econômica é inegável para o Brasil.

A superação da insegurança alimentar está intrinsecamente relacionada à transformação dos sistemas alimentares no Brasil, que devem integrar a agricultura com a nutrição. A FAO e a OPAS (2017) consideram esta integração como uma das medidas necessárias para enfrentar o desafio de erradicar a fome e a desnutrição na América Latina e no Caribe nos próximos 15 anos.

O direito à segurança alimentar é reconhecido em diversos documentos do Estado brasileiro. Ele se manifesta diretamente como um direito social na Constituição Brasileira (Artigo 6º) e indiretamente como componente de outros direitos, como os Direitos do Trabalhador (Artigo 7º) e os Direitos da Criança (Artigo 227). Além disso, as políticas educacionais também incorporam esse direito (Artigo 208).

O Brasil também conta com uma legislação específica no campo da segurança alimentar e do direito à alimentação: a Lei Orgânica de Segurança Alimentar e Nutricional (LOSAN), Lei nº 11.346/2006. Este marco legal representa um avanço, pois estabelece a promoção e a garantia do direito humano à alimentação adequada como objetivo e meta da Política de Segurança Alimentar e Nutricional.

Nos anais da história, celebram-se avanços significativos em diversos campos. No entanto, os impactos socioambientais do padrão produtivo dominante ainda não são universalmente reconhecidos como um problema urgente a ser enfrentado. É fundamental considerar e refletir sobre essas questões para construir novas perspectivas que questionem a adoção sistemática desse modelo de produção, que muitas vezes se baseia na exploração e na agressão à saúde humana e à natureza em prol da acumulação de capital.

Nesse contexto, observa-se que, a partir da década de 1990, especialmente nos anos 2000, houve um aumento significativo de pesquisas que buscam destacar a relação entre a produção ecológica de alimentos e a promoção da saúde. Estudos realizados em diferentes regiões do Brasil evidenciam como a prática da agricultura ecológica contribui para o resgate de práticas tradicionais de vida no campo, muitas vezes abandonadas pelo processo de modernização agrícola. Essa abordagem tem impactos positivos na nutrição, saúde e qualidade de vida, tanto por meio do autoconsumo quanto da comercialização desses alimentos. (Vieira, 2016)

É crucial enfatizar a importância de ações e políticas relacionadas ao abastecimento alimentar. As Feiras Orgânicas desempenham um papel fundamental como estratégia para oferecer alimentos saudáveis de forma democrática e promover a Segurança Alimentar e Nutricional Sustentável (SSAN). Essas feiras contribuem para o desenvolvimento de sistemas agroalimentares saudáveis e sustentáveis, incentivando práticas alimentares que promovam a saúde tanto no campo quanto nas áreas urbanas. O Brasil encontra-se atualmente no ranking dos cinco países que mais produzem e exportam alimentos no mundo. No entanto, contrastando com este fato, o país retornou ao mapa da fome em 2022, o que demonstra a desigualdade na distribuição de recursos e acesso a uma alimentação saudável para a população. Segundo o relatório "O Estado da Segurança Alimentar e Nutrição no Mundo" (SOFI), publicado em julho de 2023 pela Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura (FAO, 2023), houve uma confirmação na piora dos indicadores de fome e insegurança alimentar no Brasil. Segundo este relatório, em 2022, 70,3 milhões de pessoas enfrentaram insegurança alimentar moderada, enquanto 21,1 milhões experimentaram insegurança alimentar severa, caracterizada pela fome. (FAO, 2023)

A insegurança alimentar está intrinsecamente ligada às desigualdades sociais e tem como um de seus principais fatores geradores a pobreza. De acordo com a Síntese de Indicadores Sociais do IBGE (2020a), entre 2016 e 2017, a proporção da população em situação de pobreza aumentou de 25,7% para 26,5%. Diante do desafio de garantir não apenas o acesso a alimentos suficientes, mas alimentos de qualidade em meio a uma população mundial crescente, a produção global de alimentos precisa aumentar em 50% até 2050. O Brasil é apontado como um país com grande potencial de crescimento na produção de alimentos. No entanto, como lidar com esta situação, tendo em vista os desafios que a alimentação saudável representa tanto em uma visão nacional como local, visando atender às necessidades da população de Pato Branco?

Esse crescimento referente à preocupação com alimentos saudáveis e locais reflete uma crítica ao modelo de desenvolvimento baseado no progresso e no crescimento econômico. Nesta visão, aponta-se então a necessidade de enfoques holísticos e sistêmicos para compreender o desenvolvimento, como proposto por Boisier (2001) e Porto Gonçalves (2004).

Nos últimos anos, a procura por alimentos com teores elevados de micronutrientes e compostos benéficos é motivada pela compreensão dos benefícios à saúde (Bjelakovic; Nikolova; Gluud, 2014). Além disto, a agricultura orgânica, tida como a principal forma de garantir um alimento sem a presença de agrotóxicos e conservantes que prejudicam a saúde, tem ganhado prestígio em âmbito comercial. No entanto, para os grandes produtores e consumidores em geral, este estilo de produção é visto como uma prática que se torna mais trabalhosa, resultando na aplicabilidade de preços mais elevados no seu produto final. Para desmistificar a concepção de que a alimentação orgânica é um privilégio, este estudo busca reforçar a ideia de que uma alimentação saudável é um direito da população. Para começar, em âmbito legal, a Lei nº 10.831 de 2003, que representa a legislação brasileira, define o sistema orgânico de produção agropecuária, como técnicas específicas visando a sustentabilidade econômica e ecológica, além da redução da dependência de recursos não renováveis. Ou seja, uma agricultura que visa além da saúde humana, a saúde da terra, enfatizando que esta prática agronômica, assim como um conjunto de práticas, baseia-se na premissa de que a fertilidade do solo é diretamente relacionada à matéria orgânica. Ormond et al. (2002) destacam que a presença de microrganismos no solo, provenientes de compostos biodegradáveis, nutre os vegetais, resultando em plantas mais vigorosas e resistentes a pragas e doenças. (BLANC; KLEDAL, 2012). Estudos sobre a microbiota em alimentos frescos, frutas e verduras, como o de Bigot et al. (2015), ressaltam a especificidade da comunidade microbiana em cultivos orgânicos e convencionais, sugerindo biomarcadores para certificação de origem, o que evidencia ainda mais a perspectiva de que o cultivo orgânico é benéfico não só para a safra

atual, mas, também, para plantios futuros que virão a ser cultivados neste mesmo solo, garantindo uma permanência de nutrientes e um desenvolvimento com maior qualidade das plantas. A evolução do conceito de agricultura orgânica ao longo dos anos é discutida, com movimentos no século XX buscando práticas mais naturais e sustentáveis. Khatounian (2001) destaca os primeiros movimentos nas décadas de 1920 a 1940, utilizando termos como biológico-dinâmico e orgânico.

Assim, a agricultura orgânica, como já bem apontada durante esta discussão, pautada por normas específicas que proíbem substâncias nocivas à saúde humana e ao meio ambiente, busca favorecer a saúde do consumidor e a conservação dos solos e ecossistemas. O mercado global de alimentos orgânicos multiplicou por cinco entre 1999 e 2014, alcançando US\$ 80 bilhões, com os EUA na frente, seguidos por Alemanha e França (DEVERRE; LAMINE, 2010). Como evidenciado anteriormente, a escolha pela agricultura orgânica é baseada na crítica ao sistema convencional, caracterizado pelo uso excessivo de agrotóxicos e recursos não renováveis, apresentando riscos ambientais e para a saúde humana (Reganold; Wachter, 2016). Revisões de estudos comparativos entre métodos de produção, como a de Woese et al. (1997), mostram que as diferenças nos níveis de nutrientes são variáveis e dependem das condições específicas de cultivo.

Muitos consumidores buscam uma alimentação saudável e orgânica e optam pelas feiras e outros circuitos curtos de comercialização para poder comprar diretamente dos agricultores que produzem estes alimentos, garantindo assim a segurança de conhecer a procedência deles. No entanto, a maioria destes não sabe e não busca a procedência de seus alimentos quando comprados em mercados tradicionais ou estes são industrializados com a introdução de produtos que não são alimentos, o que os leva a riscos e ao desenvolvimento de doenças. Como apontado em uma palestra realizada pelo Centro Universitário de Pato Branco (UNIDEP), que abordava o tema de segurança alimentar, a palestrante apontou a existência de resíduos agrotóxicos tanto na água como em alimentos comercializados comumente em mercados. Comprovadamente, esses químicos presentes nesses alimentos têm a possibilidade, mesmo que pequena, de desenvolver câncer, entre outros problemas, ao corpo humano. (Panis, C.; Candiotto, L.; Gaboardi, S.)

Inovar em mercados locais, conectar produtores e consumidores e estimular a compra de alimentos orgânicos em cadeias curtas são desafios essenciais para instituir um modelo de consumo alimentar ecologicamente correto. As cadeias curtas, inseridas nas redes alimentares alternativas, representam uma categoria de análise para estudar alternativas ao modelo agroalimentar industrial (KLUTH et al., 2011). Agricultura familiar e circuitos curtos de comercialização emergem como alternativas, destacando o papel fundamental da agricultura familiar, responsável por 80% da produção mundial de alimentos (FAO, 2019), além de suprirem escolas, comércios e outros meios de comercialização. A produção voltada a este método cresce e se desenvolve ao longo dos anos após muitas lutas e conquistas de direitos, tanto rurais, como humanitários, desde a conquista da terra até a evolução para utilização de máquinas que facilitaram o processo que o campesinato antigo não conseguiria para suprir as necessidades mundiais. No entanto, ainda precisa-se trabalhar, crescer e desenvolver estes meios, proporcionando uma melhor qualidade de vida, conhecimento e cuidado para esses agricultores, para atender às expectativas globais até 2050, como citado anteriormente.

Ao optar pela comercialização em cadeias curtas, esses produtores obtêm vantagens como maior autonomia, contato direto com o consumidor, transações financeiras sem intermediários e remunerações mais justas. Do lado do consumidor, há possibilidades para promover mudanças de hábitos alimentares e mobilizar o apoio a uma alimentação saudável, além da certificação, o que lhes garante uma maior exclusividade para trabalhar nas feiras de bairro, impedindo de ter que competir com produtores convencionais. Isso também oferece para quem compra uma garantia de um produto fresco, natural, saudável e de origem confiável. No

entanto, este processo requer um entendimento gradual dos consumidores em relação à sazonalidade e aos desafios enfrentados pelos produtores na produção agroecológica. Estas relações feirante-consumidor levam ao desenvolvimento humano com a fidelidade dos clientes, onde mesmo às vezes insatisfeitos com a falta de um produto, retornam à feira na próxima semana e garantem os produtos que ali têm, pela certeza de que o que estão comprando é de fato um produto benéfico para sua saúde e que em muitas vezes chega a ser mais barato do que nos mercados (Darolt et al., 2015).

Baptista et al. (2013), ao basearem-se em estudos realizados em Portugal, também caracterizam os circuitos curtos como um modelo de comercialização que envolve a venda direta do produtor ao consumidor ou, indiretamente, com a participação de, no máximo, um intermediário. Além disso, estes autores associam a esta prática uma maior proximidade geográfica entre produtores e consumidores. Destacam-se diversas peculiaridades neste tipo de circuito, tais como a identificação das características locais no produto, a realização do beneficiamento e comercialização dos produtos pelo próprio produtor (valorizando o saber-fazer local), o uso de matérias-primas locais na produção, o acesso do consumidor a informações sobre o produto, sua origem, modo de produção e qualidade, e a comunicação entre produtores e consumidores que possibilita a construção de confiança mútua, diferenciando os produtos locais dos demais. Nas feiras livres, é comum os agricultores produzirem mercadorias sob encomenda para atender a uma clientela específica, como a produção de queijo com menos sal ou o uso de temperos particulares (Baptista et al., 2013).

O objetivo deste estudo é compreender as dinâmicas, comportamentos e expectativas dos agricultores e consumidores nas feiras de produtos orgânicos e artesanais em Pato Branco, Paraná, explorando os fatores que influenciam na frequência, satisfação e fidelização dos participantes. Utilizando uma abordagem metodológica que combina revisão bibliográfica, observação participante e análise de entrevistas anteriores, busca-se identificar padrões, tendências e discrepâncias relevantes. Além disso, o estudo visa destacar a importância das feiras locais como espaços de interação social, troca de, promovendo a valorização da produção familiar, o apoio à agricultura orgânica e a preservação das tradições culturais. Por meio da análise dos desafios enfrentados pelos agricultores, como competição de preços, escassez de produtos e dificuldades logísticas, busca-se propor estratégias para a melhoria desses eventos, visando garantir sua resiliência e sustentabilidade no longo prazo.

2 Material e métodos

Na metodologia deste estudo, uma das etapas fundamentais consistiu em analisar entrevistas realizadas anteriormente por outros bolsistas que investigaram os frequentadores das mesmas feiras. Essas entrevistas, conduzidas em pesquisas anteriores, forneceram informações valiosas sobre as dinâmicas, comportamentos e expectativas dos participantes. Com base nesse material prévio, realizou-se uma análise detalhada, buscando identificar padrões, tendências e discrepâncias relevantes. Essa abordagem permitiu demonstrar de forma embasada o ponto que se deseja explorar em relação aos agricultores frequentadores das feiras.

Com o objetivo de compreender as dinâmicas de um mercado de cadeia curta, adotou-se uma abordagem metodológica que combina revisão bibliográfica, observação participante e entrevistas não estruturadas. Inicialmente, realizou-se uma revisão bibliográfica sobre o tema, buscando embasamento teórico e contextualização. Em seguida, participou-se ativamente da observação das feiras entre setembro de 2023 e janeiro de 2024.

A observação participante envolveu a imersão no ambiente das feiras, permitindo a observação e interação direta com os frequentadores. Durante este período, registrou-se detalhes relevantes sobre as dinâmicas, comportamentos, relações sociais e práticas dos participantes. Esta abordagem proporcionou a compreensão das interações no mercado de cadeia curta.

A análise das feiras foi conduzida com o objetivo de compreender quais aspectos possíveis podem influenciar nas diferenças de frequência, satisfação e fidelização dos consumidores. Para isso, foram considerados diversos fatores, como a diversidade e qualidade dos alimentos oferecidos, a comunicação com os feirantes e a experiência geral com os consumidores.

3 Histórico das Feiras de Produtos Orgânicos de Artesanais de Pato Branco

Em Pato Branco, Paraná, o projeto das feiras orgânicas teve início com uma experiência pioneira durante o Festival de Cultura e Arte (FUCA), realizado no campus da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR) em 2016. A resposta positiva da comunidade e dos feirantes impulsionou professores e acadêmicos do curso de Agronomia a promoverem a feira regularmente no próprio campus. Assim, todas as quintas-feiras, das 9h30 às 17h30, o pátio da universidade se transforma em um espaço vibrante de produtos orgânicos.

Em 2018, o professor Miguel Angelo Perondi idealizou um novo projeto em parceria com a UTFPR-PB, o Instituto Agrônomo do Paraná (IAPAR) e outras instituições. O objetivo era atender à demanda dos consumidores dos bairros de Pato Branco. Inicialmente, a feira foi instalada temporariamente na Rua Bolívia, no bairro Jardim das Américas, entre janeiro e maio do mesmo ano. No dia 7 de junho de 2018, encontrou seu local definitivo nas dependências da Paróquia Nossa Senhora de Fátima, no bairro Jardim Primavera. Essa mudança atendeu às exigências da vigilância sanitária e demais requisitos legais do município. (Trentin; Perondi, 2019).

A partir desse momento, a feira não se limitou apenas aos produtos orgânicos. Ela também incorporou os produtos artesanais das agroindústrias da agricultura familiar, tornando-se a Feira de Produtos Orgânicos e Artesanais do Bairro.

Em Pato Branco, Paraná, o projeto das feiras orgânicas evoluiu com a integração à Plataforma da Alimentação Saudável e outras parcerias envolvendo organizações de agricultores e consumidores. Esse movimento possibilitou a criação de uma nova feira, inaugurada no bairro Cristo Rei em 31 de janeiro de 2019. Com o apoio da Associação de Estudos, Orientação e Assistência Rural (ASSESOAR) e do Sindicato dos Metalúrgicos de Pato Branco, essa feira encontrou sua sede definitiva. (Trentin; Perondi, 2019).

O objetivo da expansão dessas feiras para diferentes bairros do município é proporcionar aos moradores um acesso facilitado a produtos de alta qualidade provenientes da agricultura familiar e certificados como orgânicos. Para garantir essa qualidade, os produtos comercializados pelos agricultores passam por certificação solidária da Rede Ecovida de Agroecologia, seguindo as regulamentações nacionais estabelecidas pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA). Vale ressaltar que, embora nem todos os produtos transformados nas agroindústrias sejam orgânicos, os de origem animal são produzidos com insumos naturais e processamento artesanal.

Os produtos oferecidos vêm tanto da produção local de Pato Branco quanto de cidades vizinhas, como os municípios de Verê e Coronel Vivida. Para facilitar o deslocamento dos agricultores e proporcionar maior comodidade, as feiras acontecem nas quintas-feiras em horários específicos: das 7h00 às 9h30, no bairro Jardim Primavera; das 10h00 às 12h30, no bairro Cristo Rei e das 16h às 21h00, no campus da UNIDEP, além desse dia, na sexta feira das 17h as 20h junto a Comunidade dos moradores do Bairro Planalto.

A Feira do Bairro Bortot, que enfrentava diversos problemas em seu ambiente, foi recentemente encerrada. Um dos principais motivos para o fechamento foi o desrespeito com o qual os agricultores eram tratados. Diante dessas circunstâncias, a feira foi permanentemente encerrada.

Em 2020, no lugar da Feira do Bairro Bortot, surgiu a Feira no Bairro Planalto. Localizada em um bairro mais humilde de Pato Branco, essa feira atende principalmente à classe trabalhadora menos favorecida. Mesmo sendo inaugurada durante a pandemia de COVID-19, a Feira no Bairro Planalto obteve um sucesso surpreendente nos primeiros meses. O controle efetivo de frequentadores, com filas organizadas e acesso regulado, permitiu que até 200 pessoas frequentassem a feira.

Atualmente, em 2024, a Feira no Bairro Planalto está passando por mudanças significativas. Os feirantes antigos foram substituídos por um grupo totalmente novo, composto por pessoas que, curiosamente, nunca haviam participado de feiras antes. Esses novos feirantes estão conquistando o respeito, a confiança e o carinho dos consumidores do bairro. Suas bancadas repletas de produtos encantam os olhos, e o sabor inconfundível dos deliciosos itens oferecidos está contribuindo para o renascimento da feira.

Após um período turbulento, durante o qual a frequência da feira estava em declínio e havia o risco de fechamento, a situação se reverteu. Pessoas de outros bairros também estão começando a frequentar a Feira do Bairro Planalto, encantadas pela qualidade dos produtos e atraídas pelos rumores que se transformam em prazeres ao degustar o que essa feira tem a oferecer.

4 Inserção da agricultura familiar nos mercados: cadeias curtas e alternativas de comercialização como estratégia de reprodução social

Nos vastos campos rurais, onde o sol incide sobre a terra, a agricultura familiar emerge como um pilar essencial. Ela não apenas cultiva alimentos, mas também tece uma intrincada rede de relações que se desdobra nas feiras. Imagine estes mercados como palcos ao ar livre, onde os protagonistas são os agricultores e os consumidores, e o enredo é uma dança de sabores, cores e histórias.

Nessas feiras, os agricultores familiares não são apenas vendedores de produtos; eles são guardiões de tradições, cultivadores de sonhos e artesãos da terra. Os corredores ganham vida com suas vozes, suas risadas e suas histórias compartilhadas. Os cestos transbordam com verduras frescas, frutas suculentas e raízes robustas. Cada transação é mais do que uma simples troca comercial; é um elo entre o campo e a cidade, entre o agricultor e o consumidor.

Esses circuitos de comercialização não se limitam a transações financeiras, constituem uma teia de relações interpessoais. Os agricultores trocam experiências sobre o cultivo, compartilham segredos sobre o solo e celebram as estações do ano. Os consumidores urbanos, por sua vez, aprendem sobre a origem dos alimentos, descobrem novos sabores e se conectam com a natureza.

As feiras ecológicas não são apenas espaços de compra e venda; são palcos de reprodução social. Aqui, os feirantes não apenas oferecem produtos frescos, mas também compartilham histórias de suas terras, suas famílias e suas tradições. O conhecimento flui em ambas as direções: os agricultores ensinam sobre a terra, e os consumidores urbanos trazem consigo saberes da cidade (GODOY; ANJOS, 2007)

Essa troca de saberes enriquece o capital cultural da comunidade. Os feirantes aprendem com os consumidores sobre novas tendências, demandas e preferências. Os consumidores, por sua vez, ganham uma compreensão mais profunda sobre a origem dos alimentos, a sazonalidade e os desafios enfrentados pelos agricultores (GODOY; ANJOS, 2007)

Tratando então dessas feiras, os circuitos curtos de comercialização, um modelo de produção e consumo que se expande em âmbito local, carecem de uma definição oficial no contexto brasileiro, de acordo com Darolt (2013). Em contraste, na França, tais circuitos são compreendidos como transações que envolvem, no máximo, um intermediário entre o agricultor

e o consumidor. Dois cenários específicos se encaixam nesta categoria: a venda direta, na qual o agricultor entrega pessoalmente o alimento ao consumidor, e a venda através de um único intermediário, podendo ser outro produtor, uma cooperativa, uma associação, uma loja especializada, um restaurante ou um pequeno supermercado local (DAROLT, 2013, p. 142).

Os circuitos curtos de comercialização permitem que o agricultor desenvolva sua autonomia, pois ele pode escolher o que vai produzir, em qual quantidade e quais produtos vão receber algum tipo de beneficiamento, além de optar pela venda in natura ou pelo autoconsumo. Já os produtores que participam de circuitos longos têm sua produção integrada a alguma indústria, que define o que vai ser produzido, a quantidade e a padronização da produção, levando à perda de autonomia do produtor.

A área mundial de produção orgânica, apesar de ainda ser uma fração pequena da área agricultável total, tem crescido bastante. Em menos de 20 anos (de 2000 a 2017), esta área se expandiu em 365%, sendo que mais de 70% dela se concentra na Oceania e na Europa. Além disto, atividades como apicultura, coleta de produtos silvestres (extrativismo), aquicultura e outras, também, fazem parte do que se pode chamar de agricultura orgânica, mesmo que não possam ser medidas por área (LIMA et al., 2020).

O direito de produzir e/ou consumir localmente vai além do simples direito de se alimentar; é isso que significa a soberania alimentar. Neste contexto, a agricultura camponesa tem um papel fundamental, sendo feita pelos agricultores que, com o trabalho familiar, produzem tanto para o consumo próprio quanto para a venda no mercado local, por meio de circuitos curtos de comercialização. Este modelo de produção e consumo se destaca pela valorização da produção local, conservando o saber-fazer das comunidades locais e fornecendo alimentos de qualidade, sem o uso de agrotóxicos. Em oposição, o modelo imposto pelo agronegócio tende a uniformizar os espaços rurais, levando à expropriação ou subordinação dos camponeses e à diminuição da diversidade alimentar.

Em um estudo anterior conduzido por Tomazzini et al (2021), com consumidores das mesmas feiras e que compartilham o mesmo perfil e faixa etária dos participantes deste estudo, foram obtidos resultados interessantes. A pesquisa, realizada de forma híbrida (online ou presencial) para acomodar as preferências de segurança dos entrevistados durante a pandemia de COVID-19, revelou que:

1. **Relações de confiança e reciprocidade:** 98,2% dos consumidores afirmaram desenvolver uma relação de respeito, confiança e reciprocidade com os agricultores. Essa conexão afeta diretamente suas decisões de compra.
2. **Prioridade aos produtos de agricultores específicos:** 87,5% dos entrevistados admitiram que essa relação influencia sua decisão de compras. E 78,5% concordam em dar prioridade de compra aos produtos dos agricultores com quem mantêm relações amigáveis.
3. **Integridade dos produtos:** 73% dos entrevistados confiam mais na palavra do agricultor do que nos selos de certificação. Essa confiança percebida é um fator crucial na escolha dos produtos.

Essas ideias destacam a importância das relações interpessoais nas feiras, onde a palavra do agricultor e a confiança mútua desempenham um papel fundamental na decisão de compra dos consumidores:

“Na Verdade, a gente não tem cliente, a gente tem amigos, já sei o nome de alguns, mas eles sabem o meu, já chegam conversando e escolhendo os produtos e dizem que comprem, porque sabem que a gente colhe e traz com todo cuidado, aí eles sabem disso e enchem as sacolas.” (R. M., 50 anos)

“Tem muito consumidor que só vê pelo tamanho né. Às vezes por não ser muito grande ou por ter “bixinho” já não levam. Agora têm outros que já conhecem que falam, ó esse é produto orgânico, é mais saudável e não tem agrotóxico. Quando eles começam a conversar com a gente então começam

a gostar mais dos produtos nossos do que aqueles que são só grandes e não tem sabor realmente e isso chama muito o cliente, produto bom e com sabor de verdade.” (G. J., 60 anos)

Quando se trata de trazer produtos que o cliente deseja e que muitas vezes não estão disponíveis na feira, o agricultor se encontra diante da necessidade de se adaptar à demanda ou continuar trabalhando com o que já conhece:

“Quando dá a gente procura trazer ali um tomate, um morango, algo que os clientes geralmente pedem, porém nem sempre a gente consegue. Porque trazer um produto só por trazer também é ruim, as vezes nunca trabalhamos com isso e aí oferecer para o cliente um produto que nem a gente tem certeza se vai ser bom ou não, é complicado. Por isso a gente evita em atender todas as demandas e prefere cultivar aquilo que já sabe.” (E. C. V., 25 anos)

A agricultura familiar adota práticas locais e estratégias para a comercialização de seus produtos. Assim, além de garantir sua reprodução, eles garantem alimentos para o mercado local. Porém, ainda existem dificuldades enfrentadas pelos agricultores quando se trata do cultivo, colheita e transporte destes alimentos. Estes problemas vão além da rotina, como pode ser evidenciado na fala da agricultora R. M. (50 anos):

“(…) A feira começa na quinta, porém a gente começa a se preparar desde domingo. Trazer todos esses produtos é difícil! Tem semanas que a gente tem tudo pronto, aí vem chuva e estraga tudo, aí chega aqui com menos produtos do que a gente queria. Tem vezes, também, que a gente traz os produtos e as vendas não dão nem o suficiente para pagar a gasolina de vir de lá até aqui e isso é complicado pra gente que é agricultor.”

Outra agricultora T. N. (46 anos) aponta o mesmo problema e ressalta ainda a dificuldade em ter mão de obra para conseguir vir a feira:

“Meus principais produtos são os panificados. Então, durante a semana a produção é bem corrida, eu faço tudo sozinha, desde o preparo até a embalagem e trazer bastante produto, para atender todo esse pessoal, é bem difícil, me falta mão de obra pra ajudar a fazer. Mas, por enquanto, ainda consigo me virar. Quando chove é bem difícil as vendas, cai bastante, tirando o pastel que esse sai até com chuva. Mas todo aquele trabalho de fazer pão e bolacha durante a semana, as vezes não sai como planejamos o resultado”

Nas feiras de agricultura familiar, as trocas vão além dos produtos, transcendendo para um universo de relações profundas e significativas entre produtores e consumidores. Esses espaços não são apenas locais de transações comerciais, mas verdadeiros palcos onde histórias são compartilhadas, laços são estabelecidos e o conhecimento é transmitido de forma mútua. Ao promoverem circuitos curtos de comercialização, essas feiras não apenas valorizam a produção local, mas também fortalecem a conexão entre campo e cidade, preservando tradições e incentivando a autonomia dos agricultores. Apesar dos desafios enfrentados, desde a rotina árdua até as adversidades climáticas, a perseverança e a dedicação dos agricultores familiares são evidentes. Afinal, mais do que simples transações, as feiras representam um elo vital na construção de comunidades resilientes e sustentáveis, onde o respeito, a confiança e a reciprocidade florescem, alimentando não apenas o corpo, mas também a alma de todos os envolvidos. (Ploeg, 2006)

5 Aspectos Importantes da Feiras de Produtos Orgânicos e Artesanais

Um dos aspectos que contribuem para o atrativo das feiras é a diversidade de produtos oferecidos por diferentes agricultores e comerciantes. No entanto, essa diversidade também pode gerar competição e disputas de preços entre os agricultores, como apontado pela agricultora R. M., de 50 anos, que ressaltou o dilema enfrentado pelos agricultores em meio a esta concorrência: “(...) ter bastante bancas é importante pra eles (consumidores), mas pra nós agricultores acabam virando uma competição, uma disputa de preços.”

A Feira do Bairro Planalto entrou em uma situação preocupante quando se fala de frequência e consequente desmotivação dos produtores. Ao longo dos meses e anos, ocorreu a diminuição no número de agricultores participantes e a oferta de produtos também declinou, assim como a diversidade. Isto fez com que em alguns dias, os clientes se deparavam com situações desanimadoras, com produtos escassos e por vezes em baixa quantidade. Esta escassez e falta de motivação por parte dos comerciantes geraram descrença e incerteza nos consumidores, que passaram a questionar se a situação melhoraria ou pioraria na próxima semana.

Comparativamente, a Feira do Jardim Primavera se destaca. A presença de uma cooperativa de agricultores e agricultores singulares que oferecem uma ampla variedade de produtos a preços acessíveis, atraiu não apenas os moradores locais, mas também pessoas de bairros vizinhos. A qualidade da feira se tornou sua própria propaganda, resultando em um aumento constante de novos clientes, inclusive advindos do Bairro Planalto.

Em suma, a evolução das feiras locais reflete não apenas a dinâmica dos produtores e consumidores, mas também a importância da diversidade, qualidade e comunicação eficaz na manutenção desses eventos como pilares da economia local.

A pesquisa de campo realizada nas feiras locais proporcionou uma experiência singular, que transcende a mera análise de dados em planilhas ou o preenchimento burocrático de papéis. Observar atentamente esses eventos é estar em contato direto com a vida e as complexas interações entre as pessoas. O que as motiva? O que as desmotiva? Essas são questões que emergem quando se mergulha neste ambiente.

As feiras se revelaram um microcosmo de significados profundos para aqueles que as frequentam. Mais do que uma simples arena comercial para a venda de produtos, este espaço representa vivência, amizade e oportunidades. Nas feiras, têm muitos consumidores que comparecem semanalmente nas feiras como um senhor de idade avançada, um ex-produtor rural que, por circunstâncias da vida, migrou para a cidade. Mesmo assim, ele nunca abandonou sua paixão pela produção agrícola. Tornou-se um produtor urbano, cujos produtos são revendidos para complementar sua aposentadoria e suprir suas necessidades básicas. Embora não consiga subsistir apenas com o que cultiva, esse senhor encontra na feira um espaço para socialização e distração. Sempre trajando seu chapéu Panamá, ele é um dos primeiros consumidores a chegar, ansioso por conversar e escapar da monotonia da vida de um viúvo aposentado.

Além disso, observa-se um grupo de crianças que frequentam a feira semanalmente. Elas vendem bolos de pote para juntar dinheiro e, com os ganhos, saem felizes, com um pastel na mão, fruto do próprio esforço. Mães, pais, crianças e adultos não frequentam essas feiras apenas para comprar; esta rotina se tornou um hábito prazeroso. Conversar com os agricultores ou encontrar amigos para compartilhar histórias da semana transforma esse momento em uma fuga da rotina diária.

Entretanto, a redução no número de produtores e a escassez de variedade contrastam com a vitalidade que um dia a definiu. Essa transformação convida-nos à reflexão sobre como as feiras transcendem a mera função de mercados; são espaços meticulosamente construídos pela sociedade, onde a vida se entrelaça com a economia local e é isso que as mantém vivas.

Além disso, é crucial reconhecer o papel das feiras orgânicas na promoção de práticas sustentáveis e no apoio à agricultura local. Ao optar por produtos orgânicos nessas feiras, os consumidores não apenas priorizam sua saúde, mas também contribuem para a preservação do

meio ambiente e para o fortalecimento da economia regional. Esta consciência ambiental e social é cada vez mais valorizada pelos frequentadores das feiras, ampliando ainda mais o alcance e o impacto positivo desses eventos na comunidade.

As feiras orgânicas transcendem a mera função de mercados. São espaços meticulosamente construídos pela sociedade, onde a vida se entrelaça com a economia local, como pode ser contemplado pelo que Godoy; Anjos (2007) afirmam:

“(...) O “espaço-feira” tem proporcionado o conhecimento recíproco dos agricultores e das suas experiências, fato este que dificilmente poderia ocorrer se fossem utilizados outros canais de comercialização mais individualizados.”

Para essas feiras, é essencial olhar para além dos números e de aumentar a quantidade de produtos disponíveis. A verdadeira riqueza desses espaços reside nas relações sociais. Quando o agricultor conhece o nome do cliente e este, por sua vez, está ciente da origem dos alimentos, algo mágico acontece. O “espaço-feira” se transforma em um caldeirão de saberes, onde a troca vai além dos produtos e se estende ao coração. Desta forma, as feiras não apenas preservam tradições e fortalecem laços comunitários, mas também impulsionam o desenvolvimento econômico e a criatividade local. Ao reconhecer e apoiar esse potencial empreendedor, podemos garantir que as feiras continuem a prosperar e a desempenhar um papel vital na vida das comunidades.

A agricultora T. M (46 anos), que também se dedica à produção de panificados, compartilha sua percepção sobre como determinados aspectos da feira contribuíram para a melhoria de seus produtos:

“Começou como uma brincadeira, de misturar o salame de outro produtor com meu pastel, virou um sucesso. Hoje em dia nas feiras onde vou ou até mesmo alguns clientes nossos, sempre que me veem, me pedem se hoje vai ter o pastel de salame com queijo.”

A agricultura orgânica pode melhorar seu desempenho usando técnicas modernas, como aditivos biológicos para solos, métodos que diminuem a movimentação e alteração mecânica dos solos, e culturas selecionadas ou geneticamente modificadas para diminuir a necessidade de agrotóxicos. Porém, até que a agricultura orgânica alcance ou supere o desempenho da agricultura convencional de alto rendimento, esta última seguirá sendo a principal fonte para alimentar a maior parte da população global. Mesmo assim, muitas das técnicas modernas que podem ser usadas na agricultura orgânica também podem ser usadas na agricultura convencional, proporcionando um desempenho melhorado, menor impacto ambiental e maior sustentabilidade, especialmente quando considerados todos os custos diretos da atividade, incluindo as externalidades frequentemente esquecidas, como danos ambientais e custos sociais das práticas agrícolas (RODALE INSTITUTE, 2023).

6 Considerações finais

O essencial das feiras locais é ser um reduto de vida comunitária, onde as relações interpessoais florescem e se fortalecem. Nas feiras, cada barraca não é apenas um ponto de venda, mas um elo entre o campo e a cidade, onde os agricultores e consumidores trocam conhecimento, histórias, tradições e os produtos da terra. É nesse ambiente de trocas e interações que se cultivam laços de confiança e reciprocidade entre produtores e

consumidores, onde o ato de comprar se torna mais do que uma transação econômica, mas sim uma forma de apoio mútuo e reconhecimento do valor do trabalho árduo e dedicado dos agricultores. Ao caminhar pelos corredores das feiras, pode-se sentir a energia pulsante de uma comunidade unida em torno de valores como sustentabilidade, preservação da cultura local e respeito ao meio ambiente. Mesmo diante dos desafios enfrentados, como os impactos da pandemia de COVID-19 ou as dificuldades logísticas da produção orgânica, a perseverança e a paixão dos participantes por essa forma de comércio local são evidentes, alimentando a esperança de um futuro mais justo e sustentável para todos.

Nas feiras locais, embora as transações mercantis sejam uma constante, são as razões sociais de confiança e reciprocidade que se destacam entre agricultores, consumidores e organizadores. A feira, além de ser um espaço comercial, é também um ambiente de interação social, onde relações duradouras se estabelecem entre os atores envolvidos. Essa dinâmica pode explicar a fidelização e a resiliência desses eventos, mesmo em tempos caóticos, como durante a pandemia de COVID-19.

As complexas relações interpessoais entre organizadores, agricultores e consumidores revelam que os mercados não são apenas espaços de trocas econômicas, mas sim construções sociais em constante evolução. A feira é, portanto, um mercado que transcende o aspecto comercial e se insere profundamente no tecido social da comunidade.

No entanto, mesmo que os preços dos produtos da agricultura orgânica não possam competir de forma justa com os da agricultura convencional, este ramo ainda atende a uma demanda específica de um segmento diferenciado da população.

Bibliografia

ABRAMOVAY, R. **Agricultura familiar e desenvolvimento territorial**. *Revista da Associação Brasileira de Reforma Agrária*, v. 29, n. 1, p. 1-21, 1999. Disponível em: <https://wp.ufpel.edu.br/ppgdtas/files/2014/10/Texto-Abramovay-R.-Agricultura-familiar-e-desenvolvimento-territorial.pdf> Acesso em: 23 fev. 2024.

BAPTISTA, A. et al. **Recomendações de medidas de política de apoio aos circuitos curtos agro-alimentares**: período de programação 2014-2020 (Relatório Preliminar), ISA, UE, UTAD, jun.2013.

BRASIL. Lei nº 11.346, de 15 de setembro de 2006. Cria o Sistema Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional – SISAN com vistas em assegurar o direito humano à alimentação adequada e dá outras providências. 2006. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2006/1.LEI/L11346.htm Acesso em: 02/03/2024

BRASIL. CNS. Resolução nº 466, de 12 de dezembro de 2012. **Aprova diretrizes e normas regulamentadoras de pesquisas envolvendo seres humanos**. Brasília: Conselho Nacional de Saúde, 2012a.

BRASIL (GOV). **A trajetória do programa que tirou o Brasil do mapa da fome**.

Disponível

em: <https://www.gov.br/mds/pt-br/noticias-e-conteudos/desenvolvimento-social/noticiasdesenvolvimento-social/a-trajetoria-do-programa-que-tirou-o-brasil-do-mapa-da-fome> Acesso em: 08 dez. 2023.

BLANC, J.; KLEDAL, P. R. **The organic sector of Brazil: prospects and constraints of facilitating smallholders' inclusion.** *Journal of Rural Studies*, Paris, v. 28, Issue 1, p. 142-154, jan. 2012.

DAROLT, M. R; LAMINE, C.; ALENCAR, M. C. F.; ABREU, L. S. **Redes alimentares alternativas e novas relações produção-consumo na França e no Brasil.** In: BRANDENBURG, A.; BILLAUD, J.-P.; LAMINE, C. *Redes de agroecologia: experiências no Brasil e na França.* Curitiba: Kairós Edições, 2015. p. 111-133.

DAROLT, Moacir Roberto. Mercados locais, circuitos curtos e novas relações produção-consumo. In: NIERDELE, Paulo André; ALMEIDA, Luciano de; VEZZANI, Fabiane Machado. **Agroecologia: práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura.** 1. ed. Curitiba, PR: Kairós, 2013. p. 139-170.

DEVERRE, C.; LAMINE, C. **Les systèmes agroalimentaires alternatifs: un revue de travaux anglophones en sciences sociales.** *Économie Rurale* 3, Paris, n. 317, p. 57-73, 2010. FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION (FAO). **Fome no Brasil piorou nos últimos três anos, mostra relatório da FAO.** Disponível em: <<https://www.gov.br/secom/ptbr/assuntos/noticias/2023/07/fome-no-brasil-piorou-nos-ultimos-tres-anos-mostra-relatorioda-fao>>. Acesso em: 10 dez. 2023.

FAO. **Agricultura e segurança alimentar no Brasil.** Brasília: FAO/Incra, 2019. Disponível em: <http://www.fao.org/brasil/fao-no-brasil/brasil-em-resumo/pt/> Acesso em: 25 jan. 2024.

FAO; OPAS. **Novos desafios para a alimentação na América Latina e no Caribe.** In: Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura (FAO); Organização Pan-Americana da Saúde (OPAS). *Panorama da segurança alimentar e nutricional: sistemas alimentares sustentáveis para acabar com a fome e a má nutrição.* Santiago: FAO/OPAS, 2017. p. 11-20.

FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION (FAO). Food and Agriculture Organization of the United Nations. **Representante da FAO Brasil apresenta cenário da demanda por alimentos.** Disponível em: <<http://www.fao.org/brasil/noticias/detail-events/en/c/901168/>>. Acesso em dez/2023.

GODOY, W.; ANJOS, F. S. **A importância das feiras livres ecológicas: um espaço de Trocas e saberes da economia local,** In: Resumos do II Congresso Brasileiro de Agroecologia. Rev. Bras. Agroecologia, v.2, n.1, fev. 2007. Cruz Alta, 2007.

KLUTH, B.; BOCCHI JÚNIOR, U.; CENSKOWSKY, U. **Pesquisa sobre o comportamento e a percepção do consumidor de alimentos orgânicos no Brasil - 2010.** München: Organic Services; Jundiaí: Vitalfood, 2011. 38 p.12

LIMA, S.K.; GALIZA, M.; VALADARES, A.; ALVES, F. **Produção e Consumo de Produtos Orgânicos no Mundo e no Brasil.** Texto para discussão 2538. Ipea –Inst. de Pesq. Econ. Aplicada, fev 2020. Disponível em: https://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/9678/1/TD_2538.pdf

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS (ONU). **17 Objetivos do Desenvolvimento Sustentável**. Disponível em: <https://nacoesunidas.org/pos2015/ods2/>. Acesso em: 20 dez. 2023.

PANIS, C.; CANDIOTTO, L.; GABOARDI, S. "**Permissiveness of Brazilian Legislation, Widespread Contamination by Pesticides in Food and Water, and Risks to the Population's Health.**" *Frontiers in Environmental Science* 10 (2022): *Frontiers in Environmental Science*, 2022, Vol.10. Web.

PELIANO, A. M. **O mapa da fome: subsídios à formulação de uma política de segurança alimentar**. Brasília: Ipea, 1993

PLOEG, J.D.V. **O modo de produção camponês revisitado**. In: SCHNEIDER, Sérgio. A diversidade da agricultura familiar. Porto Alegre: UFRGS, 2006. (Série Estudos Rurais). p.15-
QUINAGLIA, Giovana Diniz Pinto et al.. **RELAÇÕES DE CONFIANÇA E FIDELIDADE ENTRE CONSUMIDORES E AGRICULTORES NAS FEIRAS DE PRODUTOS ORGÂNICOS E ARTESANAIS DOS BAIRROS DE PATO BRANCO – PR..** In: Anais do 60º Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural (SOBER). Anais...Natal(RN) UFRN, 2022. Disponível em: <https://www.even3.com.br/anais/sober2022/486707-RELACOES-DE-CONFIANCA-E-FIDELIDADE-ENTRE-CONSUMIDORES-E-AGRICULTORES-NAS-FEIRAS-DE-PRODUTOS-ORGANICOS-E-ARTESANAI>. Acesso em: 02/03/2024

QUINAGLIA, G. D. P.; KIYOTA, N.; PERONDI, M. A. **CADEIAS CURTAS DE COMERCIALIZAÇÃO PROMOÇÃO DA SEGURANÇA ALIMENTAR E ESTRATÉGIA PARA A AGRICULTURA FAMILIAR..** In: Anais do 60º Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural (SOBER). Anais...Natal(RN) UFRN, 2022. Disponível em: <https://www.even3.com.br/anais/sober2022/485785-CADEIAS-CURTAS-DE-COMERCIALIZACAO-PROMOCAO-DA-SEGURANCA-ALIMENTAR-E-ESTRATEGIA-PARA-A-AGRICULTURA-FAMILIAR>. Acesso em: 02/03/2024

RODALE INSTITUTE. **Organic Farming Practices**. Online 2023. Disponível em <https://rodaleinstitute.org/why-organic/organic-farming-practices/>. Acesso em: 04/03/2024

TOMAZINI, C. E. G. et al.. **COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR MEDIANTE AS RELAÇÕES DE CONFIANÇA ESTABELECIDAS NAS FEIRAS DE PRODUTOS ORGÂNICOS E ARTESANAIS DOS BAIRROS DE PATO BRANCO-PR..** In: Anais do 58º Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural (SOBER), 26 a 28 de outubro de 2020, Foz do Iguaçu-PR: Cooperativismo, inovação e sustentabilidade para o desenvolvimento rural. Anais...Foz do Iguaçu(PR) UNIOESTE, 2020. Disponível em: <https://www.even3.com.br/anais/sober2020/246076-COMPORTAMENTO-DO-CONSUMIDOR-MEDIANTE-AS-RELACOES-DE-CONFIANCA-ESTABELECIDAS-NAS-FEIRAS-DE-PRODUTOS-ORGANICOS-E-AR>. Acesso em: 05/03/2024

TRENTIN, Matheus; PERONDI, Miguel Angelo. A relação produtor/consumidor na Feira de Produtos Orgânicos e Artesanais do Bairro em Pato Branco. In: SEMINÁRIO DE EXTENSÃO E INOVAÇÃO DA UTFPR, 9., 2019, Pato Branco. Apresentação oral. Pato Branco: UTFPR, 2019. p. 1 - 6.

VIEIRA, E.T.V.; GUILHERME, D.O.; ITAVO, L.C.V.; TASHIMA, L.C.N. Agricultura orgânica: **solução para o século XXI?** Ver. Bras. De Políticas Públicas, v. 6, n. 2, out 2016.
DOI: 10.5102/rbpp.v6i2.397