



## Comercialização dos Produtos da Feira de Agricultura Familiar no Município de Patos-PB-Brasil

Mickaelly Mariano Morais<sup>1</sup>, Joedla Rodrigues de Lima<sup>1</sup>, Veneziano Guedes de Sousa Rego<sup>1</sup>

**RESUMO:** As feiras agroecológicas desempenham um importante papel na promoção da agricultura familiar, valorizam os produtos locais e estabelecem uma interação entre produtores e consumidores. O presente trabalho teve como objetivo estudar a Feira de Agricultura Familiar no município de Patos-PB, identificar os desafios encontrados na produção e comercialização, discriminar os produtos agrícolas expostos, caracterizando o perfil dos consumidores que frequentam a feira agroecológica e relacionando os benefícios econômicos. O estudo foi feito através da observação ativa e entrevistas semiestruturadas com os feirantes e consumidores. Além do incremento na renda, a feira agroecológica proporciona uma relação de afeto entre os agricultores e os consumidores, estimula o desenvolvimento local, pois a renda gerada é predominantemente reaplicada no mercado local, para suprir o que não produzem na propriedade rural. Urge a necessidade do poder público ampliar o apoio à produção rural e a assistência técnica junto aos produtores no município de Patos – PB, incluindo a certificação dos produtos.

**Palavras-chave:** feira do produtor, desenvolvimento rural, agroecologia, semiárido, assistência técnica e extensão rural.

### Production and commercialization of products from the family farming fair in the municipality of Patos-PB-Brazil

**ABSTRACT:** Agroecological fairs play an important role in promoting family farming, valuing local products and establishing interaction between producers and consumers. The present work aimed to study the Family Agriculture Fair in the municipality of Patos-PB, identify the challenges encountered in production and commercialization, discriminate the agricultural products exposed, characterizing the profile of consumers who attend the agroecological fair and relating the economic benefits. The study was carried out through active observation and semi-structured interviews with the stallholders and consumers. In addition to the increase in income, the agroecological fair provides a relationship of affection between farmers and consumers, stimulates local development, as the income generated is predominantly reapplied in the local market, to supply what they do not produce on the rural property. There is an urgent need for the government to expand support for rural production and technical assistance to producers in the municipality of Patos – PB, including the certification of products.

**Keywords:** producer's fair, rural development, agroecology, arid, rural extension.

## INTRODUÇÃO

A partir do século XXI se reconhece a importância do ciclo de comercialização curta de produtos agropecuários gerados pela agricultura familiar que chegam à mesa do brasileiro. Esta constatação retira o agricultor familiar, notadamente o campesino, de sua invisibilidade, amplia suas fontes de renda e divulga o consumo de produtos saudáveis, popularmente chamado “comida de verdade”.

As legislações foram, subsequentemente, retirando este setor produtivo da invisibilidade e criando condições para acesso a um sistema de crédito, serviço de extensão rural, incluindo o fortalecimento da cadeia de comercialização, entretanto ainda enfrentam grandes desafios na geração de renda.

Um deles se relaciona ao fato da crescente substituição de alimentação pautada em produtos *in natura* pelos processados ou ultraprocessados, outro desafio diz respeito ao acesso aos locais de comercialização, fomento à produção e, finalmente,

assistência técnica ou extensão rural de forma consistente.

A Agricultura Familiar Campesina (AFC) representa uma contracorrente ao modo industrialista de produção e, desde o advento da revolução verde, vem demonstrando sua capacidade de resiliência, mantendo sua cultura e modo de produção agropecuária voltados para a produção com mínimos impactos ao meio ambiente e à saúde humana.

Nas regiões semiáridas esta comercialização está coadjuvada por uma organização social e produtiva, que envolve maior acesso a água, emprego de medidas de economia de água; uso de cobertura morta; uso de irrigação de salvação e apoio da extensão rural para que possam adotar técnicas inovadoras, que lhes possibilite comercializar sua produção com qualidade a um preço justo.

Neste modelo, a família é detentora das terras, responsável pela gestão da produção, com área limitada pela legislação a quatro módulos fiscais e

apenas contratam mão de obra esporadicamente (Lei n. 11.326/2006).

Com a intensificação da tecnologia na produção agropecuária desenvolveu-se uma concepção que agricultura familiar seria produção de subsistência, entretanto o refinamento dos levantamentos estatísticos, incluindo mudanças na metodologia, mostraram um setor fortemente heterogêneo, não estagnado e que é responsável pela segurança nutricional e alimentar da população brasileira (Torres e Silva, 2016).

Há uma especificidade na produção camponesa, que é seu reduzido grau de comercialização, pois uma parte é consumida pela família, outra parte é vendida e uma terceira parte é armazenada para alimentar o próximo ciclo da produção, a exemplo das sementes crioulas. A autonomia produtiva faz parte deste segmento (Ploeg, 2009).

Entretanto, há necessidade de ampliação do processo de produção ao longo do tempo, para esta modalidade de produtores. Ploeg (2009) considera que o único caminho é o aumento do valor agregado da produção. Sendo a prática agroecológica um caminho sustentável economicamente socioambiental (Maronhas *et al*; 2020).

Para alcançar este patamar é preciso quebrar algumas crenças que limitam tal emprego, vencer a crença que não há espaço para tecnologias adaptadas à pequena produção, produzir com respeito aos valores ancestrais, reconhecer o solo como ser vivo, a manutenção da biodiversidade, enfim produzir com técnicas menos invasivas (Machado; Machado Filho, 2014).

Os pequenos produtores se adequam bem à comercialização de produtos frescos em mercados locais, em Feiras de Agricultura Familiar (FAF), com a característica de comercializar produtos diversos e sazonais, enriquecendo a dieta do consumidor. Esta relação direta entre o produtor e o comprador, tanto aumenta o lucro, quanto auxilia a identificar as demandas dos compradores, dosando a quantidade produzida.

Em relação à comercialização de alimentos orgânicos e garantia de que não estejam contaminados por substâncias prejudiciais à saúde, a Lei nº 10.831 de 23 de dezembro de 2003 (Brasil, 2003), que dispõe sobre a agricultura orgânica e dá outras providências, estabelece a produção, comercialização e certificação dos produtos seguindo critérios estabelecidos em regulamento:

*Art. 3º. A comercialização direta de produtos orgânicos aos consumidores se realizará:*

*I – Exclusivamente por agricultores familiares inseridos em processos próprios*

*de organização e controle social, previamente cadastrados junto a órgão da Administração Pública Federal responsável pelos assuntos concernentes à produção agropecuária;*

*II – Facultativamente, sem a certificação de que trata o art. 3º desta Lei, desde que seja assegurada aos consumidores e ao órgão fiscalizador a rastreabilidade do produto e o livre acesso aos locais de produção ou processamento;*

*III – Em propriedade particular ou em feiras livres ou permanentes, instaladas em espaços públicos;*

*IV – Mediante fiscalização sistemática, na forma do regulamento desta Lei (Lei nº 10.831 de 23 de dezembro de 2003. Brasil, 2003).*

Nesta perspectiva, questiona-se: “Quais os desafios enfrentados nos pequenos municípios pelos integrantes de feiras de agricultores familiares? “Qual o apoio governamental por meio das políticas públicas? Quais os produtos comercializados? Que relações se tem estabelecido entre os consumidores e os comerciantes/agricultores?”

Para responder a estas questões realizou-se um levantamento junto à feira de agricultura familiar no município de Patos/PB.

O objetivo desta pesquisa foi destacar a importância deste segmento produtivo, realizar um levantamento da forma de comercialização, quais os produtos comercializados, perfil dos comerciantes e da relação entre agricultores-feirantes e os compradores

Em relação aos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável para 2030, este trabalho tem interrelação com pelo menos sete dos dezessete objetivos, e são eles: Erradicação da pobreza, fome zero e agricultura sustentável; saúde e bem-estar; trabalho decente e crescimento econômico; redução da desigualdade; consumo e produção sustentável e ação contra a mudança global do clima.

## **MATERIAIS E MÉTODOS**

Esta pesquisa se desenvolveu através de um estudo de caso, voltado para entender aspectos da dinâmica da feira de agricultura familiar do município de Patos/PB, utiliza entrevista semiestruturada, com caráter quali-quantitativo.

### **Caracterização da área de estudo**

O estudo foi conduzido na Feira de Agricultura Familiar que é realizada na Praça Padre Assis, bairro da Liberdade, no município de Patos-PB. Os agricultores trabalham na feira há 16 anos, sendo os

produtos expostos e vendidos pelos próprios produtores sem a figura do atravessador. A principal característica da Feira é a venda de produtos sem agrotóxicos. Atualmente, funcionam 8 bancas e há um depósito coletivo cedido pela prefeitura para guardar as barracas. O local é mantido pelos próprios agricultores, estes possuem um documento de comodato, que assegura o direito de uso da área por dez anos, que se atualiza ao final de cada período.

A região intermediária de Patos, abrange 24 municípios, dentre eles o município de Patos no Estado da Paraíba, com 103.165 habitantes, área de 473 km<sup>2</sup>, PIB per capita anual de 18.329,13[2021], distante 370 km da capital João Pessoa (IBGE, 2024). O município se destaca pelo comércio variado; é polo de atividades estudantis, incluindo diversas faculdades de ensino presencial e à distância.

O município integra a sub-bacia hidrográfica do Rio Espinharas, inserida em região de clima semiárido, com precipitação média de 715,3 mm., concentradas nos meses de janeiro a maio, caracterizadas por serem irregulares no espaço e no tempo, com períodos denominados de “seca”. Segundo a Classificação de Köppen-Geiger (Alvares et al, 2014) predomina a classificação Bsh, quente e seco, com 7 a 8 meses secos e baixa umidade, temperatura média anual de 28,5<sup>o</sup>C (FAMUPI, 2024). O Bioma é a Caatinga, caracterizada por alto grau de xerofitismo, solos rasos e pedregosos. Estas características interferem diretamente nas atividades agropecuárias.

A pesquisa foi realizada durante a pandemia por Coronavírus (COVID-19) e foram tomadas as precauções orientadas pelo Ministério da Saúde: distanciamento social, uso de máscara e limpeza das mãos com lavagem ou uso do álcool em gel.

### **Coleta e análise dos dados**

Para elaboração da pesquisa de campo utilizou-se da observação participante, “onde o pesquisador observa, registra e interage com os sujeitos pesquisados” (Appolinário, 2009, p.135) e aplicação de entrevista semiestruturada que, segundo Gil (2008), consiste basicamente na tradução dos objetivos da pesquisa em questões específicas direcionadas ao objeto de estudo.

A entrevista foi inicialmente aplicada a todos os agricultores-feirantes, contendo seis perguntas (Quadro 1-a), visando compreender os desafios enfrentados na comercialização de produtos agroecológicos, como fazem a escolha dos produtos a serem expostos à venda e sua relação com os consumidores.

Em seguida, a entrevista foi direcionada para o coordenador da feira, com sete perguntas abertas, visando mensurar as dificuldades em administrar aquele ambiente, averiguar se os produtos são de

origem agroecológica e quais organizações e entidades incentivam a realização dessa feira (Quadro 1-b).

Finalmente, se entrevistou os consumidores. As entrevistas foram aplicadas aleatoriamente, com a concordância do entrevistado, em dois dias, correspondendo a 21 entrevistas. Foram elaboradas cinco perguntas para verificar o perfil do comprador, o motivo da escolha desta feira e a opinião sobre a venda dos produtos. Qual o motivo de preferir comprar na feira agroecológica em detrimento do mercado convencional (Quadro 1-c). As coletas das informações foram realizadas nos meses de fevereiro e março de 2022, sempre às quintas-feiras.

Após a coleta de dados, o resultado quantitativo dos questionários foi analisado por meio da estatística descritiva, com auxílio de planilhas eletrônicas. Quanto aos dados qualitativos, a análise foi realizada separadamente e as respostas foram reunidas por similitude e comparadas com a literatura especializada.

## **RESULTADOS E DISCUSSÕES**

### **Feira de Agricultura Familiar do município de Patos-PB**

A Feira de Agricultura Familiar, do município de Patos-PB, iniciou suas atividades no dia 24 de outubro de 2008, após dois anos de reuniões junto à Secretaria da Agricultura e, na época, o Instituto de Assistência Técnica e Extensão Rural da Paraíba (Emater-PB).

Constatou-se que o apoio na organização, produção e exposição de produtos é realizada pela Organização Não Governamental Ação Diocesana de Patos, que por meio de reuniões e visitas *in loco*, orienta os agricultores(as) em relação a uma produção de origem orgânica, utilizando manejo mais simples e barato, buscando qualidade e produtividade sem agredir o meio ambiente.

Conforme relato do coordenador da feira, ela ocorre em espaço aberto na Praça Padre Assis e as barracas não têm proteção quanto à incidência dos raios solares (figura 1). Iniciou com 20 barracas, com agricultores que se localizavam próximo ao município de Patos-PB, mas este número foi diminuindo em decorrência da dificuldade de transporte do material e o valor do frete. Conforme obtido *in loco* se pode constatar que a feira atualmente conta com oito barracas e mesmo com a pandemia de COVID, o número permaneceu o mesmo, todas ocupadas por agricultores(as) familiares que comercializam seus produtos diretamente ao consumidor (Figura 2).

Os feirantes são residentes em cinco comunidades localizadas no entorno do município de Patos-PB. Duas famílias são da comunidade rural

Trincheiras, uma do Sítio Cacimba de Boi, duas da comunidade Mocambo de Baixo, duas da comunidade Alto Vermelho e uma do assentamento Patativa do Assaré.

A faixa etária dos oito entrevistados variou entre 40 e 67 anos, sendo cinco homens e três mulheres. Identificou-se que a atividade agropecuária é desenvolvida predominantemente por homens, também a ausência de jovens na atividade da feira, expõe a realidade do campo que, após o processo da industrialização muitos saem em busca de empregos na área urbana e os pequenos produtores ficaram à margem das políticas públicas, até o século XXI, resultando em miséria, êxodo rural e baixo nível educacional (Gabaccio et al, 2018). Rodrigues et al (2020), identificaram como principais fatores do êxodo dos jovens, no distrito de Piranhas/AL, a falta de emprego e acesso à educação de qualidade.

Outro fator registrado refere-se ao processo de envelhecimento dos comerciantes que lidam com

a produção familiar, pois todos estão acima dos 40 anos, segundo o Atlas do Espaço Rural Brasileiro (IBGE, 2020) observou-se maior presença de agricultores familiares na faixa etária de 55 anos ou mais, o inverso ocorre na agricultura Patronal. Segundo este mesmo documento:

*“Esse tipo de agricultura reúne o maior número de unidades produtivas no país e contribui com parcela significativa de empregos associados às atividades agropecuárias, artesanais e agroindustriais a ele vinculadas”* (IBGE, 2020, p. 2).

Esta feira tem uma peculiaridade que é a assistência voluntária de uma enfermeira e de uma terapeuta que prestam serviço de orientação na área de saúde. Alguns agricultores tocam instrumentos e, em dias especiais, ocorre apresentação artística realizada por eles mesmos.

### **DIAGNÓSTICO DA CADEIA PRODUTIVA NA FEIRA DE AGRICULTURA FAMILIAR DE PATOS**

#### **a) Perguntas direcionadas aos feirantes:**

- a) - Há quanto tempo você comercializa aqui na feira?
- a.1 Além de você outro familiar vem também para ajudá-lo?
- a.2 - Qual a comunidade que você reside?
- a.3 - Você participa de quantas feiras públicas durante a semana?
- a.4 Você tem outras formas de venda dos produtos?
- 2 - É comum os clientes serem fiéis e sempre comprarem na feira?
- 3 - Quais os produtos que você expõe na feira?
- 3.1 – No caso dos alimentos são orgânicos?
- 3.2 – (Em caso afirmativo). Quem os orienta quanto a esta produção?
- 3.3 – Como você escolhe e organiza os produtos para trazer até a feira?
- 3.4 – Como é o transporte?
- 4 - A principal renda da sua família vem da comercialização dos produtos na feira?
- 5 - Qual a área de sua propriedade que você planta para vender?
- 6 - Vamos falar das atividades na feira com este tempo de pandemia: Quais as maiores dificuldades enfrentadas?
- 6.1 Como você conseguiu superá-las?
- 6.2 O que mudou na sua forma de comercialização?

#### **b) Perguntas direcionadas ao coordenador da feira**

- 1 - Nome do Coordenador:
- 1.1 - Comunidade que pertence:
- 1.2 - Há quantos anos coordena este trabalho?
- 1.3 - Quais as maiores dificuldades?
- 2- Quais as organizações e entidades que apoiam a realização desta feira?
- 3 - Quantas feiras semanais acontecem no município?
- 4 - Todas as bancas da feira são administradas por agricultores familiares?
- 5 - Algum dos comerciantes tem certificação dos seus produtos?
- 6 – Sobre a pandemia - Quais as dificuldades que vocês enfrentaram durante este período de pandemia?
- 6.1 -Quantos feirantes participavam antes da pandemia e quantos continuam até hoje?
- 7 - Vocês têm algum meio de divulgação permanente da feira?
- 8 - Deseja trazer outra informação que ache importante sobre esta feira?

**c) Perguntas direcionado aos compradores:**

- 1- Por que você prefere vir comprar aqui na feira agroecológica?
- 2- Quais os produtos que você geralmente compra? E por quê?
- 3 - Qual sua relação com os feirantes? Essa relação tem alguma relevância na hora de escolher onde comprar os produtos?
- 4 - Qual a diferença entre comprar na feira e comprar nos mercados convencionais?
- 5 - Deseja dizer algo mais sobre esta forma de comercialização?

Quadro 01 – Questões direcionadas ao coordenador da feira de Agricultura familiar(a), aos feirantes(b) e aos compradores de Patos-PB.



Figura 1 – Aspecto da Feira de Agricultura Familiar, Município de Patos-PB [2022]

Todos os entrevistados, se dedicam a agricultura, desenvolvida em área que varia de 1,0 a 2,0 hectares e à pequena produção pecuária. Observa-se que a área de produção destes agricultores é mínima, incluindo dois condicionantes: a limitação de mão de obra e pouca disponibilidade de água para a produção.

**Sobre os produtos comercializados**

A comercialização de produtos saudáveis não processados ou minimamente processados, tem sido incentivado, incluindo a valorização da produção local, das cadeias curtas de comercialização, que envolve a produção sustentável de alimentos e tudo isto recai na valorização das produções da agricultura familiar.

A segurança alimentar e nutricional tem como aliada as políticas públicas de fomento à agricultura familiar, e esta forma de produção tende a aumentar, pois seu papel é vital, segundo a Organização das Nações Unidas (ONU, 2014), suas metas deve ser aumento da produtividade agrícola de forma ambientalmente sustentável e a diversificação dos seus meios de subsistência.

A diversificação da produção, em termos comerciais, é estratégica para o agricultor familiar, que depende da sazonalidade de cada espécie cultivada. Segundo Sposito e Abreu (2017) esta diversidade torna os sistemas agroalimentares mais equilibrados e resilientes, além de promover a democracia alimentar.

Os produtos mais comercializados na feira são as hortaliças: o alface liso, crespo e roxo; couve, cebolinha, rúcula, vagem, maxixe, pimenta e quiabo; os tubérculos: batata doce, macaxeira; os frutos: mamão, maracujá, limão, acerola, coco *in natura* e ralado e goiaba.

Além disso, comercializam plantas medicinais, como hortelã, mastruz, camomila e boldo, além de mel e fubá. Alguns produtos processados como doce de gergelim e de leite; queijo de coalho, nata e manteiga. Quanto aos produtos de origem animal, havia oferecimento de galinha caipira, peixe, queijo, nata, manteiga e leite. Inclusive, comercializam mudas de cactáceas e plantas ornamentais. Há uma banca de lanches, onde vende bolos, “ureia de pau”, tapioca, leite e café coado. A tabela 01 apresenta a relação entre o produto e a(s) comunidade(s) que produzem, no período da coleta dos dados.

A comercialização dos produtos pelos próprios produtores familiares, além de retirar a figura do atravessador, traz produtos localmente produzidos, saudáveis, com o perfil de baixa escala de produção, baixa regularidade na oferta e na padronização dos produtos. As feiras fortalecem esse segmento de produção e contribui para a soberania e segurança alimentar e nutricional.

**A feira é a principal fonte de renda?**

A Feira de agricultura familiar (FAF) tem um papel central na geração de renda dos produtores e, conseqüentemente, permite a manutenção destes no meio rural (Lima; Fontana, 2019). Do total produzido parte é utilizado para autoconsumo, parte reservado para a reprodução (sementes, replantio) e o restante segue para comercialização.

A pesquisa confirmou que a principal renda das famílias vem da comercialização dos produtos em três

modalidades: nas feiras agroecológicas, de forma direta ao consumidor no local da produção ou pronta-entrega a partir de pedidos utilizando o aplicativo de rede social.

Dos entrevistados apenas um agricultor é beneficiado com o programa Bolsa Família que complementa sua renda em 18% e outro conta com emprego de carteira assinada e trabalha meio expediente.

**Tabela 1** – Relação entre os produtos comercializados, no período da pesquisa, e as comunidades produtoras na feira de agricultura familiar de Patos-PB [2022].

COMUNIDADES	PRODUTOS COMERCIALIZADOS
Alto Vermelho	Coco; macaxeira; leite; vagem; acerola; batata doce; limão; maracujá e coentro.
Mocambo de Baixo	Ovos; pimenta; abóbora; mel; fubá; manteiga; nata; doce de leite; doce de gergelim; queijo; maxixe; plantas medicinais, plantas ornamentais; cactáceas; pimenta; frango e peixe.
Trincheiras	Leite; pimenta; limão; mel; bolo; coco ralado; café e “ureia de pau”.
Patativa do Assaré	Cactáceas e plantas nativas do semiárido.
Cacimba de Boi	Alface; couve; coentro; cebolinha; rúcula; acerola; limão; hortelã; abobrinha; mel e pimenta.

Há uma grande dificuldade de aferir a renda dos agricultores, seja pela sazonalidade da produção, pela diversidade de fontes monetárias (aposentadoria, pensão, programas governamentais, seguro-safra). Os feirantes aplicam grande parte da renda em compras no mercado local para suprir o que não produzem e suas principais despesas são para manter a casa (Pereira; Brito; Pereira, 2017).

O apoio da Política Nacional de Agricultura Familiar (Lei n. 11.326/2006), da Política Nacional de Assistência técnica e Extensão Rural (Lei n. 12.188/2010), incluindo os programas de garantia safra, de alimentação escolar, de aquisição de alimentos, da agricultura orgânica, dão suporte para melhorar a renda dos pequenos produtores.

### O perfil e os interesses dos consumidores

Em relação às perguntas direcionadas para os 21 consumidores, da feira, com idade entre 48 e 80 anos, eles relatam a preferência em comprar na feira agroecológica devido a qualidade dos produtos comercializados, que são orgânicos e livre de agrotóxicos, em comparação com mercados convencionais. Para eles, saber que o alimento vem de sítios e roçados e que os agricultores têm um cuidado na hora de escolher os produtos, dá uma segurança maior na hora de comprar.

Entre os alimentos escolhidos pelos consumidores, podemos citar as hortaliças, frutíferas, polpas, plantas medicinais e nativas, ovos, leite e coco. Existe uma variedade de produtos e toda semana há diversidade de produtos oferecidos.

A relação consumidor e agricultor-feirante é de grande relevância na hora de escolher onde comprar esses produtos. A maioria dos consumidores são fiéis a feira e há anos frequentam esse ambiente, criando uma amizade e confiança entre essas pessoas. Alguns consumidores relatam que ir à feira é como uma terapia, pois além de comprar produtos de qualidade, passam o tempo conversando e trocando saberes com os feirantes que já se tornaram amigos. Esta perspectiva é confirmada por Lima e Fontana(2019) em sua pesquisa identificaram que o espaço da feira traz oportunidade de conversas, estreitamento de laços, trocas salutares entre os agricultores-feirantes e os compradores que são assíduos.

Girelli et al (2024) em sua pesquisa destacam que a relação dos feirantes com os consumidores é prazerosa, pois “dão risadas”, “o contato com as pessoas é muito especial” e “se sentem reconhecidos e valorizados”.

### As dificuldades enfrentadas para manter o funcionamento da feira

Por meio da entrevista com o administrador da feira, que a coordena há 14 anos, as maiores dificuldades enfrentadas é a ausência de suporte do poder público às demandas dos agricultores familiares e a falta de possibilidades inclusivas de comercialização. Dificuldade com o espaço disponibilizado que é aberto sem proteção para os raios solares ou chuva, pouca iluminação da praça, pois eles chegam às três horas da manhã para montar as barracas e começar a vender às quatro horas e ainda está escuro. Segundo ele, a Ação Social Diocesana de Patos é uma organização que dá o suporte, coordena as reuniões entre os feirantes, fornece o transporte para que eles participem de maneira esporádica em outras feiras e promove articulações de assistência social.

Dantas e Almeida (2013) ao pesquisar a feira agroecológica de Solânea/PB identificaram que a falta de transporte para levar os produtos para o local de comercialização, desenvolver condições para um melhor retorno financeiro, a existência de pouco incentivo da sociedade e do poder público, são algumas das dificuldades que os agricultores enfrentam para manter seu funcionamento.

### Conclusão

A Feira de Agricultura Familiar (FAF) é um mercado alternativo de cadeia curta de comercialização que possibilita aos produtores familiares camponeses comercializarem sua produção diretamente ao consumidor.

Os vendedores são predominantemente masculinos, com idade acima de 40 anos.

No período de coleta de dados, os produtos comercializados além das hortaliças, foram frutos,

### Referências Bibliográficas

ALVARES, C. A.; STAPE, J. L.; SENTELHAS, P. C.; DE MORAES, G.; LEONARDO, J.; SPAROVEK, G. Köppen's climate classification map for Brazil. *Meteorologische Zeitschrift*, Stuttgart/Alemanha; v.22, n.6, p. 711-728, 2014. Disponível em: <[http://www.lerf.eco.br/img/publicacoes/Alvares\\_etal\\_2014.pdf](http://www.lerf.eco.br/img/publicacoes/Alvares_etal_2014.pdf)>. Acesso em: 10 mai. 2022.

APPOLINÁRIO, F. *Metodologia da ciência: filosofia e práticas da pesquisa*. São Paulo. Editora Ceengage Learning, 2009. 159 p.

BRASIL. Lei nº 10.831, de 23/12/2003. Dispõe sobre agricultura orgânica e dá outras providências. Presidência da República. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/sustentabilidade/organicos/legislacao/portugues/lei-no-10-831-de-23-de-dezembro-de-2003.pdf/view>. Acesso em: 10 mai. 2022.

plantas medicinais, doces, plantas ornamentais e xerófitas, aves e peixes. O cultivo de hortaliças é realizado de forma contínua e os outros produtos são sazonais.

Das relações que se tem estabelecido entre os consumidores e os comerciantes/agricultores, tem destaque o contato direto entre consumidor e alimento a ser comprado, evidenciando um caráter diferenciado da compra na feira em relação ao contato indireto estabelecido em supermercado ou outro estabelecimento de comércio.

Além de um canal de comercialização, a feira se caracteriza como um ambiente de socialização, um espaço público para circulação de alimentos, pessoas e culturas.

A Feira estimula o desenvolvimento local, pois a renda gerada é predominantemente reaplicada no mercado local, para suprir o que não produzem na propriedade rural.

Urge a necessidade de o poder público apoiar eficientemente a produção rural e a assistência técnica junto aos produtores no município de Patos – PB.

O apoio governamental por meio das políticas públicas, no fomento, valorização, apoio ao comércio dos produtos da agricultura familiar e nas condições de comercialização é essencial para a realização da feira de forma segura, confortável e sustentável.

A ONG Ação Diocesana de Patos, está legitimada entre os produtores como principal apoiadora, mediando reuniões, ações assistenciais e apoio logístico.

Faz-se necessários novos trabalhos que apoie e dê visibilidade à dinâmica que se estabelece em função da Feira de Agricultura Familiar em Patos/PB.

DANTAS, S. R. C.; ALMEIDA, M. F. de. **Fortalecimento das estratégias de comercialização na feira agroecológica de Solânea - PB**. In: Encontro de Extensão da UFPB, 14, 2013. João Pessoa/PB. Anais... João Pessoa: UFPB, 2013. Disponível em: <[http://www.prac.ufpb.br/enex/trabalhos/8CCHSADCSA\\_PROBEX2012215.pdf](http://www.prac.ufpb.br/enex/trabalhos/8CCHSADCSA_PROBEX2012215.pdf)>. Acesso em: 04 mar. 2022.

FAMUPI. Federação da Associação dos Municípios da Paraíba. **Temperatura do município de Patos**. Disponível em: <<https://famup.org.br/paraiba/patos/#:~:text=A%20temperatura%20m%C3%A9dia%20anual%20desse,de%2028%2C5%C2%B0C>>. Acesso em: 20 mai. 2024.

GABACCIO, J. L.; TONACO, L. A. B.; ESTEVÃO, W. G. BARSELOS, B. J. Envelhecimentos e qualidade de vida de idosos residentes na zona rural. *Revista Brasileira de Enfermagem*, n. 71, p. 776 – 784, 2018. Disponível em <<https://www.scielo.br/j/reben/a/pC3sjdGyJnPbyC9PXygQRf/?format=pdf&lang=pt>>. Acesso em: 12 nov. 2024.

- GIL, A.C. **Métodos de Pesquisa Social**. 6. ed. São Paulo, Editora Altas S.A., 2008, 109 p.
- GIRELLI, S.; RONSOLIN, V. R.; BOUFLEUER, J. R.; FOSSÁ, J.L. Sentidos do trabalho para agricultoras familiares em uma feira agroecológica. **Colóquio**, Taquaré/RS, v.21, n. 1, p. 179 – 205, 2024. Disponível em <<https://seer.faccat.br/index.php/coloquio/article/view/3386>>. Acesso em: 12 nov. 2024
- IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Cidades**. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pb/patos/panorama>>. Acesso em: 20 mai. 2024.
- IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Atlas do Espaço Rural Brasileiro**, 2020. Disponível em: <[https://www.ibge.gov.br/apps/atlasrural/pdfs/11\\_00\\_Texto.pdf](https://www.ibge.gov.br/apps/atlasrural/pdfs/11_00_Texto.pdf)>. Acesso em: 13 nov. 2024
- LIMA, R. S.; FONTANA, A. P. C. As feiras de agricultura familiar como território de práticas alimentares e sociabilidades. **REDES**, v. 24, n. 3, p. 75 – 100, 2019. DOI: <https://www.101758/redes.v24i3.14119>. Acesso 21 mai. 2024.
- MACHADO, L. C. P.; MACHADO FILHO, L. C. P. **A dialética da agroecologia**: contribuição para um mundo com alimentos sem veneno. São Paulo: Expressão Popular, 2014, 360 p.
- MARONHAS, M. E. S.; LEON, I.; VIANA, C.D.; ANDRADE, H. M. L. S. Agroecologia e convivência com o semiárido: A inovação na construção da resiliência. **Brazilian Journal of agroecology and Sustainability**, v. 2, n. 1, p. 1-13, 2020. Disponível em: <<https://www.journals.ufrpe.br/index.php/BJAS/article/view/3813>>. Acesso em: 12 dez. 2022.
- ONU. Organização das Nações Unidas. **A agricultura familiar é vital para a segurança alimentar e desenvolvimento sustentáveis globais**, 2014. Disponível em <<https://brasil.un.org/pt-br/67934-agricultura-familiar-%C3%A9-vital-para-seguran%C3%A7a-alimentar-e-desenvolvimento-sustent%C3%A1vel-globais>>. Acesso em: 13 nov. 2024.
- PEREIRA, V. G.; BRITO, T. P.; PEREIRA, S. B. **A feira livre como importante mercado para a agricultura familiar e Conceição do Mato Dentro (MG)**. RCH, v. 10, n. 2, p. 67-78, 2017. Disponível em: <<https://www.rchunitau.com.br/index.php/rch/article/view/383>>. Acesso em: 22 mai. 2024.
- PLOEG, J. D. V. D. **O modo de produção camponês revisitado**. In: SCHNEIDER, S. (org). A diversidade da agricultura familiar (e-book). 2 ed. Porto Alegre/ Editora da UFRGS, p. 15-58, 2009. Disponível em: <[http://www.jandouwevanderploeg.com/PORT/doc/diversidade\\_O\\_modos\\_de\\_prod.pdf](http://www.jandouwevanderploeg.com/PORT/doc/diversidade_O_modos_de_prod.pdf)>. Acesso em: 12 dez. 2021.
- RODRIGUES, M. T. de A.; ARAÚJO, C de A. LIMA, D.D.; LIMA, C. M. D de.; Êxodo rural: perspectivas dos jovens sobre a vivência no meio rural. **Diversitas Journal**, v. 5, n. 5, 2020, p. 729-788. DOI: <https://10.17648/diversitas-journal-v5i2-777>. Acesso em 21 mai. 2024.
- SPOSITO, E. C.; ABREU, L. S. de. Diversidade da produção familiar e da comercialização de produtos orgânicos de Vitória (ES). **REDES**, v. 22, n. 3, p. 292-315, 2017. Disponível em: [https://revistaesa.com/ojs/index.php/esa/article/download/esa29-1\\_11\\_feiras/esa29-1\\_11\\_html?inline=1](https://revistaesa.com/ojs/index.php/esa/article/download/esa29-1_11_feiras/esa29-1_11_html?inline=1)>. Acesso em: 21 mai. 2024.
- TORRES, A. V. S.; SILVA, L. A. G. C. **Agricultura familiar em destaque**. In: Legislação sobre agricultura familiar (e-book). Brasília: Câmara dos Deputados, Edições Câmara, p. 11 – 33, 2016. Disponível em: <[https://www.serracima.org.br/wp-content/uploads/legislacao\\_agricultura\\_familiar.pdf](https://www.serracima.org.br/wp-content/uploads/legislacao_agricultura_familiar.pdf)>. Acesso em: 30 jul. 2024.