

PERFIL DOS CONSUMIDORES DA FEIRA AGROECOLÓGICA DE LAGES

Tanea Mara Follmann¹
Olívio Ciprandi²

¹ Estudante da Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC/CAV), bolsista de Extensão, Lages, SC; tanea_mara@hotmail.com

² M.Sc. Professor da Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC/CAV), Lages, SC; a2oc@cav.udesc.br

Resumo O mercado mundial de produtos oriundos da agricultura agroecológica vem crescendo significativamente nos últimos anos. A sua forte demanda tem levado grandes redes de supermercados a estabelecerem espaços específicos para estes produtos em suas lojas. Porém, as feiras de produtores, que vendem seu produto semanalmente direto aos consumidores, também se difundiram, e atualmente estão presentes em praticamente todas as cidades de grande e médio porte do Centro-Sul do país. Em Lages têm-se uma feira agroecológica todos os sábados organizada pelos produtores da região. Este trabalho tem por objetivo conhecer o perfil dos consumidores desta feira, os fatores que os influenciam a comprar, bem como suas preferências e produtos que mais consomem. Avalia-se o grau de percepção e satisfação dos consumidores com relação à qualidade, apresentação, higiene, embalagens, preço dos produtos, e também aspectos relacionados ao atendimento da feira. O objetivo está em contribuir no desenvolvimento da produção e melhorar a comercialização, visando elevar a qualidade e a diversidade dos produtos oferecidos na feira, além de identificar e proporcionar novas possibilidades e alternativas para o desenvolvimento da agricultura familiar e, difusão da agroecologia.

Palavras-chave comercialização. feira agroecológica. satisfação dos consumidores.

CONSUMERS PROFILE IN THE AGROECOLOGICAL FAIR OF LAGES, SC

Abstract The world market of organic/agroecological products is significantly growing in the last years. The high demand by consumers called attention of big supermarkets chains that are offering specific spaces for these products in their stores. However, organic farmers fairs that weekly sell products directly to consumers are also spreading in the center and southern Brazil, and nowadays are present in all the state capitals and in the majority of mid-size cities of that region. Lages has a weekly agroecological fair, organized by the local organic farmers that sell their products every Saturday. This opinion research project presents the following objectives: know the consumers' profile, the factors that influence them to buy organic products, as well as their preferences and the products that are more consumed. We also evaluated the perception degree and consumers' satisfaction concerning to quality, visual aspect, hygiene, packing, product price, and the level of consumers satisfaction. This study is aiding the development of agroecological production and improving their marketing, specially regarding to quality and diversity of the products offered. Furthermore it aims to identify and provide new possibilities and alternatives for the development of small farmer activities and to divulge agroecological production.

Keywords agroecological farmer fair. commercialization. consumers' satisfaction.

Introdução

A busca por alimentos mais saudáveis, tem sido uma das principais características da sociedade que há alguns anos tem exigido da agricultura muito mais do que a simples produção de alimentos. Exige-se da agricultura um contexto que englobe um compromisso social, político e ecológico.

Impulsionados principalmente pela preocupação com a saúde e com a preservação ambiental, em 1998, um grupo de pessoas incluindo consumidores da associação dos moradores do Bairro Coral, entidades não governamentais de assessoria técnica e agricultores de vários municípios começaram se organizar e criaram a feira de produtos agroecológicos e artesanais, mais tarde também foi criada a cooperativa de produtos ecológicos e artesanais que está sediada nesta cidade, mais pessoas passaram a consumir produtos agroecológicos, o que acelerou o ritmo de produção destes alimentos (SILVA et al., 2004).

A feira ecológica do grupo, que está acontece todos os sábados na sede da Associação dos Moradores do Bairro Coral há nove anos, constitui-se numa importante estratégia para a resistência dos camponeses envolvidos. Para as pessoas envolvidas na feira, era preciso mudar a forma de pensar e fazer agricultura, era preciso agir solidariamente e estabelecer novas relações.

Os métodos de produção da agricultura agroecológica vão de encontro com as exigências da sociedade. Além disso, o modelo convencional tem demonstrado que é insustentável, tanto para o meio ambiente, como no aspecto social e político dos agricultores e consumidores (MAFRA, 2001).

A prática da agricultura envolve um processo social, integrado a sistemas econômicos, e que, portanto, qualquer enfoque baseado simplesmente na tecnologia ou na mudança da base técnica da agricultura pode implicar no surgimento de novas relações sociais, de novo tipo de relação dos homens com o meio ambiente e, entre outras coisas, em maior ou menor grau de autonomia e capacidade de exercer a cidadania. A agricultura e o desenvolvimento rural sustentáveis exigem um tratamento mais equitativo a todos os atores envolvidos, especialmente em termos das oportunidades a eles estendidas, buscando-se melhoria crescente e equilibrada daqueles elementos, ou aspectos que expressam os avanços positivos em cada uma das seis dimensões da sustentabilidade (econômica, social, ecológica, política, cultural e ética) (CAPORAL e COSTABEBER, 2002a; 2002b; COSTABEBER e CAPORAL, 2003).

Percebe-se a importância da agricultura familiar ecológica para a economia regional e local, considerando seu impacto sobre o ambiente, custos de produção, preços de venda e características mercadológicas dos produtos, que busca o equilíbrio entre produção e conservação do meio ambiente, pela minimização dos impactos ambientais negativos, através de produção livre de produtos químico-sintéticos e biotecnológicos. Seus princípios básicos são os seguintes: a) manutenção da fertilidade da terra; b) estímulo à sanidade vegetal para que as culturas possam resistir às doenças e pragas; c) produção de alimentos com alta qualidade destinados a nutrir efetivamente o homem (KLETT, 1999); d) aumento e manutenção da agro-biodiversidade; e) busca de maior autonomia econômica, superando a dependência gerada pelas empresas de insumos; e) manutenção de mais opções culturais e biológicas para o futuro e produção de menor deterioração cultural, biológica e ambiental (NORGAARD, 1989).

Para SEVILLA GUZMÁN (1995) “a agroecologia constitui o campo dos conhecimentos que promove o manejo ecológico dos recursos naturais, através de formas de ação social coletiva que apresenta alternativas à atual crise de Modernidade, mediante propostas de desenvolvimento participativo desde os âmbitos da produção e da circulação alternativa de seus produtos, pretendendo estabelecer formas de produção e de consumo que contribuam para encarar a crise ecológica e social e, deste modo, restaurar o curso alterado da co-evolução social e ecológica”.

Segundo Gliessman (2001) “a agricultura está em crise, embora as terras agricultáveis continuem a produzir pelo menos tanto alimento quanto no passado, há sinais abundantes de que as bases de sua produtividade ecológica estão em perigo”. Para muitos agricultores familiares a agroecologia vem como uma alternativa para melhorar a qualidade da vida da família. Também no aspecto social e econômico o sistema de produção agroecológico garante maior autonomia de mercado e menor dependência das empresas de insumos.

A produção agroecológica cresce rapidamente em Santa Catarina, buscando atender as demandas dos consumidores e as expectativas dos agricultores envolvidos, tendo como um dos principais desafios à comercialização e a sustentação da produção (TAGLIARI, 2002). Em relação a este aspecto, observou-se no relatório do Instituto CEPA/SC, que os estabelecimentos orgânicos em Santa Catarina apresentam como era de esperar, menor dependência de financiamento externo para o desenvolvimento de suas atividades, fato favorecido pela menor utilização relativa de insumos e menor exigência em investimentos. Entre os produtores dedicados à hortifruticultura, o

financiamento externo médio representa 34% do consumo intermediário, contra 116% na produção convencional (ALTMANN e OLTRAMARI, 2004).

Na região do Planalto Catarinense essa atividade já vem há anos sendo desenvolvida por agricultores familiares, sendo a feira agroecológica uma referência em termos de comercialização. Os agricultores ecológicos que participam dessa atividade procuram utilizar sementes crioulas, resistentes às pragas e doenças, além de serem altamente adaptadas às características edafo-climáticas da região. Através da feira buscam novas relações com o mercado ecológico, que valoriza a cultura local e o consumo consciente buscando maior autonomia econômica.

Assim foi importante aproximar os agricultores envolvidos com a feira e os estudantes da Universidade, para que agissem e pensassem conjuntamente novas estratégias para a melhoria da comercialização dos produtos da feira e consequentemente ocorresse maior difusão da agroecologia e fortalecimento da agricultura camponesa. Além de proporcionar ao estudante a possibilidade de vivenciar o real contexto produtivo, econômico, social e político em que o camponês está inserido.

O objetivo do presente trabalho foi conhecer o perfil dos consumidores da feira agroecológica realizada semanalmente em Lages, SC, buscando conhecer suas motivações e hábitos de compra, bem como aspectos ligados à satisfação na compra dos produtos.

Material e Métodos

O trabalho de pesquisa foi realizado num período de 15 meses nos anos de 2005 a 2006, junto à feira agroecológica, na sede da Associação dos Moradores do Bairro Coral em Lages – SC. A feira ocorre todos os sábados, com início às 05h00min da manhã e se estende até o meio dia, é constituída por um grupo de 18 famílias provenientes de São José do Cerrito e oito famílias de Correia Pinto, além da exposição e venda de produtos artesanais provenientes dos trabalhos sociais realizados junto à população carente da Associação Coral e exposição e troca de experiências com de medicamentos fitoterápicos da pastoral de saúde local. Os produtos da feira são expostos em bancadas (mesas) com boa luminosidade, de forma que os clientes possam visualizar bem os produtos que adquirem. Os principais produtos ofertados são: hortaliças, ovos, frutas, derivados de leite, frango, pães, bolachas, doces, mel, feijão,

arroz de sequeiro, fubá e quirera de milho crioulo, pinhão, paçoca de pinhão, batata doce, morangas, mogangas e mandioca.

Os agricultores, especialmente os de São José do Cerrito, já vêm de uma longa jornada de participação em movimentos sociais e de grande conscientização da necessidade de mudanças na forma de produção e comercialização de seus produtos, visto as dificuldades de inserção dos agricultores familiares nas redes convencionais de comercialização. Do ponto de vista técnico, o grupo vem sendo atendido por um corpo técnico de organizações não governamentais e também faz parte da Rede Ecovida que tem enfoque organizacional, de formação e de certificação dos produtos agroecológicos.

A metodologia utilizada foi baseada em conversas informais com os consumidores, sendo realizadas entrevistas diretas com questionário e entrevistas semi-estruturadas. O objetivo das diferentes modalidades de metodologia foi de evitar constrangimentos por parte dos entrevistados e desenvolver um diálogo que valorizasse a busca dos elementos norteadores do desenvolvimento e melhoria da feira. As conversas informais com os consumidores possibilitaram firmar uma relação de confiança e maior naturalidade para expressão do que sente quanto aos produtos da feira (CHAMBERS, 1983).

As entrevistas semi-estruturadas auxiliaram para elaborar um roteiro de perguntas, e as entrevistas diretas exploraram questões mais diretas compondo um questionário constituído de dezessete perguntas, divididas em cinco temas: 1) Perfil do consumidor agroecológico: gênero, idade, grau de escolaridade, profissão e se é um consumidor habitual ou ocasional; 2) Preferências dos consumidores: produtos mais consumidos, produtos que gostaria de adquirir e, se pagaria um preço adicional nesses produtos; 3) Apresentação e aspecto dos produtos da feira: quanto ao aspecto visual, embalagem, higiene e atendimento; 4) Fatores que influenciam no consumo dos produtos agroecológicos: saúde, meio ambiente e preço 5) Sugestões dos consumidores para melhorar a feira. Todas as opiniões foram coletadas de forma aleatória no local de fluxo de venda.

Para a comparação dos preços dos produtos agroecológicos e não agroecológicos foram coletados os dados referentes aos produtos, na feira agroecológica e em dois supermercados de Lages. Os resultados foram organizados de modo a se obter a diferença média existente entre os preços adotados nestes dois locais de comercialização.

Foram entrevistadas 78 pessoas diretamente num período de 15 meses, entre 2005 e 2006 e buscou-se uma relação entre os resultados dos questionários, com as informações coletadas nas conversas informais.

Os consumidores foram classificados como habituais que declararam frequência de aquisição semanal; ocasionais, os que declararam frequência inferior e estreates, os que fizeram suas compras pela primeira vez.

Resultados e Discussão

As informações obtidas permitiram identificar algumas motivações e hábitos de compra, frequência de compra e sua visão do produto orgânico e satisfação. Observaram-se as relações quanto ao sexo, idade, posição social e profissional. Estes dados permitem conhecer melhor os consumidores habituais em relação aos consumidores mais recentes, informações essas que serão descritas a seguir.

1 - Perfil do consumidor agroecológico:

A maioria dos consumidores da feira agroecológica da cidade de Lages são mulheres, que correspondem a uma proporção de 65,3%. Quanto á faixa etária, 11% tem menos de 30 anos, 13% tem mais de 60 anos e a maioria dos entrevistados tem idade entre 30 e 60 anos correspondendo a 76% (Quadro 1).

Quanto ao grau de escolaridade destes entrevistados, a maioria (31%) tem apenas o primeiro grau completo, 26% têm segundo grau completo e apenas 14% tem ensino superior.

Entre os entrevistados, a profissão de dona de casa predomina com 35%, os comerciantes correspondem a 27%, 18% são aposentados, 12% são estudantes, 6% são religiosos e 1% são autônomos, demonstrando que a preocupação com a alimentação ainda é uma tarefa da dona de casa. A maioria, 75%, definiu-se como consumidor habitual, ou seja, que vai à feira todos os sábados, 20% definiram-se como consumidores ocasionais e 5% adquiriam pela primeira vez os produtos agroecológicos. Este é um dado que pode representar estagnação do mercado, mas com uma pequena tendência dinâmica, com possibilidade de crescimento.

Quadro 1. Perfil dos consumidores da feira de agroecologia do Bairro Coral de Lages

Gênero (%)			
Mulheres		Homens	
65		35	
Idade (%)			
< 30 anos	30 – 60 anos	> 60 anos	
11	13	76	
Grau de escolaridade (%)			
1º Grau incompleto	1º Grau completo	2º Grau completo	Ensino superior
17	43	26	14
Profissão (%)			
Donas de casa		36	
Comerciantes		27	
Aposentados		18	
Estudantes		12	
Religiosos		6	
Autônomos		1	
Frequência no consumo de produtos (%)			
Consumidor habitual		Consumidor ocasional	Estreantes
75		20	5

2 - Preferências dos consumidores:

Como os consumidores habituais, também os ocasionais concentram as suas escolhas dentre as opções de produtos que a feira agroecológica oferece sobre as verduras, legumes que correspondem em torno de 67%, seguidas do queijo, com 22% da preferência. Em geral, todos os produtos oferecidos têm uma grande demanda e alguns

acabam muito cedo, muitos clientes para garantir a compra chegam entre 06h00min e 08h00min. Alguns dos produtos muito demandados são ovos, leite, massa de rosquinha, mel, doce de leite, frango, coalhada, feijão, arroz, entre outros.

3 - Apresentação e aspecto dos produtos da feira:

O aspecto dos produtos agroecológicos foi classificado como excelente, bem como a higiene com que os agricultores os manipulam. Quanto à embalagem que os produtos são comercializados, aproximadamente 72% dos clientes está satisfeita e caracterizaram a embalagem como sendo boa. Porém, 28% dos clientes caracterizaram-na como sendo regular, mas consideram incoerente o uso de sacos plásticos para acondicionamento dos produtos agroecológicos. Como opção, sugerem embalagens alternativas, que não sejam de plástico, estando à venda cestas de vime e de tecido.

4 - Fatores que influenciam o consumo de produtos agroecológicos:

São inúmeros os fatores que levam o consumidor a adquirir determinado produto. Na feira destacaram-se dois aspectos: 1- A saúde, ou a qualidade do alimento, expresso como sendo “limpo”, ou livre de resíduos de agrotóxicos; 2- A preocupação ambiental, ou seja, com a poluição e empobrecimento dos recursos naturais. Neste sentido, embora não haja uma identificação direta dos produtos comercializados na feira como orgânicos, a base de produção, a tradição dos agricultores em termos agroecológicos, e sua ligação com a Rede Ecovida, trazem identidade e evidenciam tais aspectos.

A Rede Ecovida possui um sistema de certificação participativa, ou seja, a responsabilidade de garantir qualidade do produto não é somente do técnico, mas também do agricultor e do consumidor. Os grupos são orientados por comissões de ética das associações de produtores e/ou cooperativas, e o processo de certificação é acompanhado por entidades de assessoria técnica pelo envolvimento dos consumidores, numa tentativa de retomar o clima de confiança mútua existentes nos processos de negociação direta entre produtores e consumidores (OLTRAMARI et al., 2002).

A principal motivação do consumo de produtos agroecológicos está ligada à saúde, sendo que o produto orgânico é visto como mais seguro para a mesma. Há muita clareza sobre este aspecto entre os consumidores entrevistados, pela forte ligação entre

os produtos agroecológicos e o fato de serem produzidos sem o uso de pesticidas. Assim, a maioria dos consumidores tem como valor principal o fato do produto orgânico ser mais seguro para a saúde. Uma parte dos entrevistados pensa que está contribuindo com a proteção do meio ambiente, fazendo desta a principal motivação do consumo dos produtos ecológicos. Além disso, declaram que o consomem porque não são utilizados em sua produção, agentes nocivos à saúde e ao ambiente. Somente alguns revelaram como propriedade fundamental o maior valor nutricional e se sentem satisfeitos com o sabor e a qualidade aparente dos produtos.

5 – Principais insatisfações e sugestões

A constatação de eventuais insatisfações ou defeitos atribuídos aos produtos varia conforme a classe de consumidor. Para os consumidores habituais, o maior defeito que encontram nos produtos orgânicos é o preço ainda alto, por muitos considerado um obstáculo para o crescimento do mercado e para o consumo pessoal. Alguns declararam que um preço inferior de alguns produtos seria determinante para a escolha definitiva a favor dos produtos agroecológicos. Por outro lado, um dado que merece ser considerado é que 72% dos consumidores declaram que estão satisfeitos e que a qualidade e as características dos produtos orgânicos justificam os preços. Somente 6% declararam-se insatisfeitos com respeito a determinados produtos. Os consumidores ocasionais revelaram a sua insatisfação em relação ao preço e ao ponto que seria fora de mão.

Os entrevistados destacaram também que um fator que os motiva a retornar a feira, é a relação direta com o agricultor, pois estabelecem com estes confiança e amizade. Perguntados se aumentariam o consumo dos produtos agroecológicos se estes fossem oferecidos nos mercados convencionais, 59% afirmaram que não, que não confiariam na idoneidade dos produtos oferecidos nos supermercados e que esta relação não valoriza os laços de amizade e confiança entre o produtor e o consumidor e além do mais não seria bom economicamente para o produtor familiar. 37% aumentariam o consumo e 4 % são indiferentes em relação ao local onde adquirem o produto.

Sobre eventuais produtos não encontrados na feira e que gostariam de consumir, 60% dos consumidores estão satisfeitos com os produtos expostos, já os outros 40% consideraram que poderia ter maior tempo de duração da feira, maior diversidade na oferta de produtos, e maior quantidade de produtos, principalmente ovos, frango, torresmo, frutas, verduras e produtos integrais. A maioria destes consumidores pagaria

mais para os produtos agroecológicos do que para um produto convencional se o produto for de boa qualidade. Percebe-se que para muitos consumidores há uma disposição para o aumento do consumo dos produtos agroecológicos, desde que a qualidade satisfaça às suas exigências.

Quanto à distinção entre produtos agroecológicos e convencionais, a maioria dos consumidores distingue o produto dos demais pelas placas de identificação nos pontos de venda e pelo rótulo de certificação. Além disso, distinguem também pela cor e sabor dos alimentos.

A maioria dos clientes tomaram conhecimento da feira através de publicação inter-pessoal (“boca a boca”), sendo que a maioria dos consumidores conheceu os produtos através de amigos e conhecidos.

Quanto à pesquisa de preços para comparar os preços dos produtos agroecológicos e convencionais nos supermercados, foi uma dificuldade estabelecer parâmetros para os produtos, por que mesmo se tratando de um mesmo produto, estes têm características muito diferentes, por exemplo, ovo caipira e ovo de granja convencional se distinguem no tamanho, na cor da gema, no sabor, na forma como foram produzidos: um é um produto obtido de uma atividade artesanal enquanto que o outro é de uma atividade industrial de escala. Esta mesma reflexão é válida para o fubá de milho crioulo, para a carne de galinha caipira e outros produtos provenientes das atividades de famílias camponesas que buscam a valorização da cultura local.

De qualquer forma foram comparados os preços dos produtos agroecológicos com os convencionais encontrados em supermercados, sendo que as hortaliças da feira apresentaram um preço de mais ou menos 30% a mais que nos supermercados pesquisados, os derivados do leite, ovos e feijão acompanharam os preços convencionais e houve um pequeno sobre-preço nos cereais (arroz e fubá). Já a galinha caipira apresenta um preço de quase 100% superior ao do frango de granja encontrado no mercado. No geral a média de preços dos produtos agroecológicos não ultrapassa os 30% de sobre-preço. Os maiores custos é o aumento de mão-de-obra demandada devido à forma de produção, em pequena escala e artesanal, e de modo a respeitar o meio ambiente.

Conclusão

A feira agroecológica de Lages é uma feira em crescimento, com público local e também crescente. A pesquisa demonstrou que a maioria dos consumidores da feira agroecológica são habituais, ou seja, é um público fiel e constante. O ambiente da feira é cativante, o que favorece a interação entre os consumidores e os agricultores.

Entre os clientes, existem os consumidores ocasionais e entre estes, se distinguem os conhecedores dos produtos orgânicos. Para os consumidores mais conscientes, particularmente atentos à saúde e ao ambiente, o conhecimento do local de proveniência constitui um fator de segurança e credibilidade, preferindo se deslocar diretamente aos locais de comercialização direta para efetuar a compra.

As feiras agroecológicas enquadram-se perfeitamente na filosofia do movimento agroecológico, especialmente por estabelecer uma relação personalizada e de cooperação entre o produtor e o consumidor, como também, por possibilitar maiores ganhos aos agricultores e menores preços aos consumidores.

Esse tipo de comercialização tem grande importância no que diz respeito à diferenciação do produto orgânico frente ao convencional. Essa situação, por um lado permite maior contato com a produção, por outro, é um obstáculo para sair da situação de nicho de mercado, dada à incapacidade de tais canais de difundir o consumo dos produtos para evoluir para um segmento que integre mais agricultores na rede de produção agroecológica.

Os resultados ora apresentados são relevantes para conhecimento de aspectos como gênero, idade e grau de instrução dos consumidores. Evidenciam também, que a maioria dos produtos oferecidos na feira tem uma forte relação com a cultura, nos aspectos da gastronomia ainda muito ligada aos costumes campeiros. Hoje a feira representa um dos poucos locais onde se podem adquirir produtos crioulos genuínos que são ingredientes insubstituíveis de alguns pratos típicos tradicionais como carreteiros, quireras, galinhadas, entre outros.

Muitos dos dados levantados com a pesquisa consistem em elementos norteadores e indicadores para planejamento do desenvolvimento e sustentabilidade das atividades dos agricultores e da feira agroecológica e ainda uma referência para outros grupos de agricultores familiares que queiram desenvolver atividades que melhorem a vida das famílias e do meio-ambiente.

Referências

ALTMANN, R.; OLTRAMARI, A.C. **A agricultura orgânica na região da Grande Florianópolis**; indicadores de desenvolvimento. Florianópolis: Instituto Cepa/SC, 2004. 181p.

CAPORAL, F.R.; COSTABEBER, J.A. Agroecologia e desenvolvimento rural sustentável: perspectivas para uma nova Extensão Rural. **Agroecologia e Desenvolvimento Rural Sustentável**, Porto Alegre, v.1, n.1, p.16-37, jan./mar. 2002a.

CAPORAL, F.R.; COSTABEBER, J.A. Análise multidimensional da sustentabilidade: uma proposta metodológica a partir da Agroecologia. **Agroecologia e Desenvolvimento Rural Sustentável**, Porto Alegre, v.3, n.3, p.70-85, jul./set. 2002b.

CHAMBERS, R. **Rural development: putting the last first**. London: Longman, 1983

COSTABEBER, J.A.; CAPORAL, F.R. Segurança alimentar e agricultura sustentável: Uma perspectiva agroecológica. **Ciência e Ambiente**, Santa Maria, v.1, n.27, p.153-165, 2003.

DAROLT, M.R. **Agricultura orgânica: inventando o futuro**. Londrina: Instituto Agronômico do Paraná, 2002. 250p.

GLIESSMANN, S.R. **Agroecologia: processos ecológicos em agricultura sustentável**. Porto Alegre, Ed. Universidade/UFRGS, 2001. 653p.

KHATOUNIAN, C.A. **A reconstrução ecológica da agricultura**. Botucatu, Agroecológica, 2001. 348p.

KLETT, M. O impulso da agricultura biodinâmica a partir da Antroposofia. Parte I. In: MIKLÓS, A.A.W. (Org.). **A agroecologia em perspectiva: 3a Conferência Brasileira de Agricultura Biodinâmica**. São Paulo: SMA/CED, 1999. p.28-33.

MAFRA, M.S.H. Estudo das relações técnicas, sócio-econômicas, políticas e ambientais da agricultura orgânica e biodinâmica em uma fazenda biodinâmica na região da Apulia – Itália. 2001. **Relatório** (Estágio Profissionalizante), Escola Superior de Agricultura “Luiz de Queiroz”. Universidade de São Paulo.

NORGAARD, R.B. A base epistemológica da Agroecologia. In: ALTIERI, M.A. (ed.). **Agroecologia: as bases científicas da agricultura alternativa**. Rio de Janeiro: PTA/FASE, 1989. p.42-48.

OLTRAMARI, A.C; ZOLDAN, P.; ALTMANN, R. **A agricultura orgânica em Santa Catarina**. Florianópolis: Instituto Cepa/SC, 2002. 55p.

SEVILLA GUZMÁN, E. **Para una sociología del desarrollo rural integrado**. In: Materiales de Trabajo del Ciclo de Cursos y Seminarios sobre Agroecología y Desarrollo Sostenible en América Latina y Europa. Módulo II – Desarrollo Rural Sostenible. Universidad Internacional de Andalucía, 1995. p.3-76.

SILVA, M.C.; BARNI, E.J.; TREVISAN, I. **Hábitos de consumo e preferências alimentares de consumidores de produtos orgânicos: legumes e verduras**. Florianópolis: EPAGRI, 2004. 40p. (Documentos, 214)

TAGLIARI, P.S. Santa Catarina pretende ser modelo em agroecologia. **Agropecuária Catarinense**, Florianópolis, v.15, n.1, p.15-21, 2002.