

FEIRANTES DA CAMPANHA GAÚCHA, QUEM SÃO E O QUE OS MOTIVA? UM ESTUDO SOBRE A INSERÇÃO E PERMANÊNCIA DE ATORES EM REDES ALIMENTARES ALTERNATIVAS

WHO ARE THEY AND WHAT MOTIVATES THE MARKETERS? A STUDY ON THE INSERTION AND PERMANENCE OF ACTORS IN ALTERNATIVE FOOD NETWORKS

Reilly Gonçalves Pires

Mestre em Desenvolvimento Rural (UFRGS)
Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)
Porto Alegre, RS – Brasil
rei_lee_gp@hotmail.com

Paulo Dabdab Waquil

Doutor em Economia Agrícola (UWM)
Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)
Porto Alegre, RS – Brasil
waquil@ufrgs.br

* Recebido em: 22/01/2021

* Aceito em: 20/08/2021

RESUMO

O objetivo geral dessa pesquisa é conhecer as motivações dos atores presentes nas feiras livres de quatro municípios da região da Campanha Gaúcha (Bagé, Dom Pedrito, Candiota e Sant’Ana do Livramento). As feiras livres são uma das formas mais difundidas de Redes Alimentares Alternativas-RAAs. O ponto de partida se deu buscando feirantes em municípios da Campanha Gaúcha no estado do Rio Grande do Sul-RS. Esta é considerada a primeira região economicamente ativa no estado, que inicialmente teve sua economia baseada na pecuária e seus produtos e atualmente é reconhecida como produtora de *commodities* agrícolas. Além disso, foram observadas estratégias de diversificação de canais de escoamento, diversidade de oferta de alimentos e a importância das receitas obtidas. Nas últimas décadas o setor agropecuário evoluiu de forma que, cada vez mais ocorrem especializações, além disso, os canais de distribuição e comercialização são geridos em grande parte por grandes corporações globais. Neste sentido, esta pesquisa discorre sobre mercados alternativos em relação ao Sistema Agroalimentar convencional. O conceito de RAAs foi utilizado para dar conta de várias formas de interação produtivas, financeiras e relacionais. A pesquisa de campo ocorreu no período de julho a setembro do ano de 2019 em quatro municípios da região Campanha Gaúcha: Bagé, Sant’Ana do Livramento, Dom Pedrito e Candiota. Os resultados mostram que as motivações dos atores são compostas por múltiplas racionalidades, sendo a questão financeira entendida como a principal, na maioria das vezes, acompanhada por elementos ligados à sociabilidade, preocupação ambiental e fé.

Palavras-chave: Redes alimentares alternativas; Motivação; Sistema agroalimentar; Feira livre; Campanha Gaúcha.

ABSTRACT

The general objective of this research is to learning about the motivations of the actors present in the street markets in four municipalities in the Campanha Gaúcha region (Bagé, Dom Pedrito,

Candiota and Sant'Ana do Livramento). Street markets are one of the most widespread forms of Alternative Food Networks (AFNs). The starting point was to look for market traders in the municipalities of Campanha Gaúcha in the state of Rio Grande do Sul-RS. This is considered the first economically active region in the state, which initially had its economy based on livestock and its products and is currently recognized as a producer of agricultural commodities. In addition, strategies of diversification of outlets, diversity of food supply, and the importance of the incomes obtained were observed. In the last decades the agricultural and cattle raising sector has evolved in a way that more and more specializations are taking place; moreover, the distribution and commercialization channels are largely managed by large global corporations. In this sense, this research discusses alternative markets in relation to the conventional Agri-Food System. The concept of AFNs was used to account for various forms of productive, financial, and relational interactions. The field research took place from July to September of the year 2019 in four municipalities in the Campanha Gaúcha region: Bagé, Sant'Ana do Livramento, Dom Pedrito, and Candiota. The results show that the actors' motivations are composed of multiple rationalities, being the financial issue understood as the main one, most often accompanied by elements linked to sociability, environmental concern, and faith.

Keywords: Alternative food networks; Motivation; Agri-food system; Street market; Campanha Gaúcha.

1. INTRODUÇÃO

Esta investigação visa traçar o perfil dos atores a partir da compreensão de características socioeconômicas, assim como as motivações de atores inseridos em canais de escoamento de alimentos fora das cadeias produtivas convencionais. Os atores abordados como ponto de partida são feirantes. A região em questão, no que tange ao setor agropecuário, destaca-se por atividades ligadas à produção de *commodities* agrícolas, em especial nas culturas de arroz, soja e produção bovina. Tais culturas (quando não apresentam alguma diferenciação) tendem a desenvolver seus fluxos em cadeias produtivas longas, Roesling (2002) menciona que estas cadeias tem em seu funcionamento a lógica de especialização, ou seja, são orientadas à obtenção de um produto específico.

Neste sentido o esforço central desta pesquisa, foi responder o seguinte questionamento: Quais são os fatores que motivam os sujeitos a fazer parte das redes alimentares alternativas? Além disto, houve a tentativa de compreender o que os faz permanecer neste tipo de rede, uma vez que neste ambiente, os sistemas de produção e comercialização convencionais são dominantes. Deste modo, o objetivo geral da pesquisa é conhecer as motivações dos atores presentes nas feiras livres de quatro municípios da região da Campanha Gaúcha (Bagé, Dom Pedrito, Candiota e Sant'Ana do Livramento).

A importância de lançar o olhar em direção aos produtores de alimentos, no contexto estudado, se dá por entender que existe certa carência de estudos acerca dos seus interesses, motivações e características. Os estudos atuais relacionados às RAAs geralmente focalizam seus esforços em compreender as lógicas e interesses dos consumidores, assim gerando uma lacuna nas relações ou mesmo um direcionamento exclusivo relacionado a compreender um único membro destas relações. (RENTING *et al.*, 2003; GUZMÁN *et al.*, 2012).

Um dos pilares das RAAs é justamente o termo “alternativo”, logo é necessário explicar a que estas redes são alternativas. Para Santos (1988), a produção agropecuária evoluiu muito no século XX, além de uma evolução técnica também ocorreu um avanço espacial e isto resulta em fluxos que agem conectando territórios nacionais e internacionais. Para que um produto de origem agropecuária chegue ao seu destino, é necessário que ocorram diversos processos e, além disto, há também a necessidade de percorrer distâncias, esta mobilidade ocorre devido às cadeias produtivas convencionais ou longas, estas geralmente são operadas por grandes empresas que possuem várias outras empresas e marcas menores.

Para Cassol e Schneider (2017) as RAAs são formas de organização entre atores constituintes do tecido social em relação aos vínculos e estratégias em âmbito mercadológico. Neste sentido, as ações e os meios pelos quais são executadas são diferenciados em relação aos mercados alimentares convencionais. Existem diversas formas de organização e estruturas que podem ser consideradas RAAs, como: feiras-livres, entregas de cestas de alimentos, mercados de produtores, Mercados Institucionais-MI, entre outros (TRICHES; SCHNEIDER; 2014; FONTE; CUCCO, 2017).

Os objetivos específicos desta pesquisa consistem em identificar todos os canais de escoamento utilizados pelos atores; Compreender qual é a importância das receitas financeiras obtidas nas feiras livres; Conhecer a diversidade de alimentos ofertados nos ambientes estudados.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. O sistema agroalimentar convencional e seus problemas recorrentes

Com os processos de desenvolvimento tecnológico ligados ao setor alimentar somados à penetração do grande capital neste setor, ocorreram grandes modificações no setor e deste modo grandes empresas sem tradição no ramo acabaram inserindo-se e cada vez mais avançando e mesmo predando empresas menores e tradicionais, além disto também miraram seus esforços em relação à produtos já considerados tradicionais. Brunori e Malandrin (2016) utilizam como exemplo de tentativa de apropriação histórica e cultural a ação do capital estrangeiro na Itália entre os anos de 1960 e 1980. Quando investidores externos vislumbraram a possibilidade de capitalizar a partir de uma imagem já construída e consolidada de produtos locais.

Ao final da década de 1970, devido a crises ligadas aos mercados alimentares, a imagem do sistema agroalimentar sofreu ranhuras junto ao consumidor e opinião pública. Pode-se pontuar algumas situações como: Salmonela presente em alimentos; Encefalopatia espongiforme bovina; Dioxinas presente em frangos; Alto consumo de energia e geração de impactos ambientais e a utilização de trabalho infantil e jornadas de trabalho de até 20h diárias (RENTING *et al.*, 2003; FLEXOR, 2008; GUZMÁN *et al.*, 2012; EDWARDS, 2016).

Além das situações citadas, existem outros processos e resultados decorrentes da modernização dos sistemas produtivos que hoje são vistos de forma negativa. As RAAs representam não apenas uma ruptura com o Sistema Agroalimentar Convencional, elas também operam nas lacunas criadas pelo próprio sistema (GOODMAN; GOODMAN, 2009).

2.2. O contexto para o surgimento e a abordagem das RAAs

Os estudos acerca das RAAs são relativamente recentes, esta abordagem tem seu princípio na década de 1990. As RAAs são compreendidas como alternativas ao sistema agroalimentar estruturado principalmente durante o século XX, baseado em divisões entre os processos de produção, transformação, armazenamento, transporte e comercialização (MAYE, 2013; GOODMAN; GOODMAN, 2009; FONTE; CUCCO, 2017).

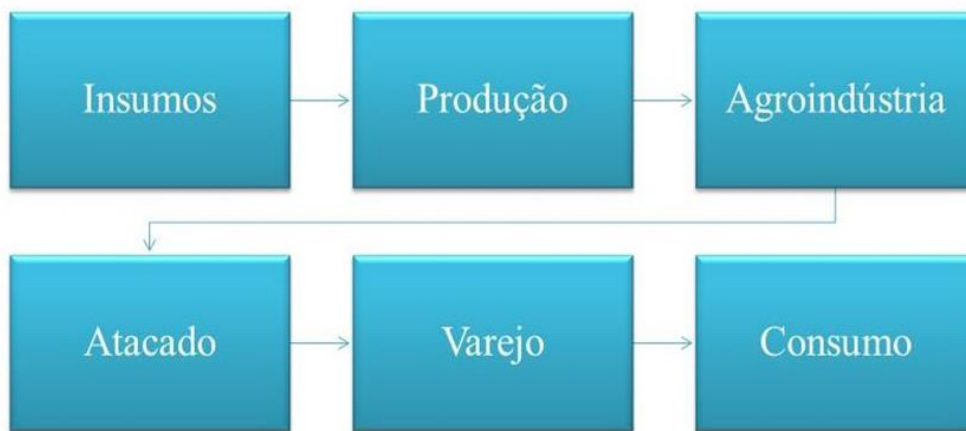
Para compreender as RAAs, é necessário elucidar a noção de alternatividade a respeito destas redes, assim como a qual modelo elas se apresentam como opção. Para tal, é necessário apresentar o Sistema Agroalimentar convencional (doravante SAG), para o qual as RAAs são apresentadas como uma possibilidade. O SAG pode atuar em escala global e seus agentes possuem grande poder de penetração desde grandes metrópoles até pequenos vilarejos, porém dentro da linha do tempo da sociedade e da agricultura isto pode ser considerado recente, uma vez que este modelo tem seu ponto de partida há quatro séculos. Além disso, foi apenas no século XX que este sistema atingiu sua consolidação, em grande medida devido aos processos de industrialização dos alimentos (FRIEDMANN, 1993; TRICHES; SCHNEIDER, 2014).

Para Zylbersztajn e Giordano (2015) o SAG resulta da soma de todos os entes participantes das cadeias produtivas, assim como pelas ações exercidas por cada um deles. O funcionamento das cadeias produtivas se dá em forma de linha de produção com os seguintes componentes: insumos, produção agropecuária, industrialização, transportes, setor comercial (atacado e varejo) e consumidor final.

No entendimento de Zylbersztajn e Giordano (2015), para compreender o funcionamento do SAG, é preciso expandir o olhar sobre os fluxos em cada etapa. Assim é apresentado conceito de Ambiente Organizacional, este conceito oferece análises a respeito dos agentes que orbitam as “linhas centrais” das cadeias produtivas, deste modo estes agentes podem não estar ligados diretamente a linha de produção e transformação, porém são eles que garantem o funcionamento do sistema. Em síntese, estes agentes são representados por organizações que auxiliam a conectividade e funcionamento do SAG, como exemplos podem ser citados: associações, cooperativas, agentes financeiros, agências de pesquisa, entre outros.

O SAG tem seu funcionamento estruturado nas já citadas cadeias produtivas, de modo que este conceito tem origem nas áreas da Engenharia da Produção e Administração de Empresas. Uma cadeia produtiva é a soma de entes e ações envolvidos para a produção de um produto ou serviço. As cadeias produtivas podem se apresentar em diversas configurações desde as extremamente longas até mesmo em formas diminutas com apenas dois elos. (ROESLING, 2002; ZYLBERSZTAJN; GIORDANO, 2015). Na figura 1 pode ser observada a representação de uma cadeia produtiva longa ou convencional, de modo que a mesma apresenta um fluxo de ações linear.

Figura 1- Fluxograma: cadeia produtiva simplificada



Fonte: Adaptado de Roesling (2002), Zylbersztajn e Giordano (2015).

Desta forma, cada elo ou ente desempenha uma função específica em sentido a jusante, da fonte de insumos em direção ao consumidor. Esta é uma forma de representar uma cadeia produtiva, Batalha (1995) descreve que a maioria das cadeias de produção agroindustrial apresenta fluxos não-lineares, nelas podem ocorrer ligações divergentes ou convergentes.

No passado a produção alimentar primária estava orientada ao consumo das famílias, assim como das comunidades onde as Unidades Produtivas-UPs estavam inseridas. Com o passar do tempo, principalmente nos últimos dois séculos ocorreu um processo de conversão deste modelo, esta mudança pode ser atribuída a diversos fatores como: declínio do colonialismo; processo de industrialização dos países; aumento das populações urbanas; processo de globalização (FRIEDMANN, 1993; GUZMÁN *et al.*, 2012).

Na visão de Renting *et al.*, (2003) o estudo das RAAs extrapola o simples funcionamento das cadeias produtivas como linhas de produção, pois busca compreender

também as inter-relações humanas geradas nos sistemas produtivos fazendo destas conexões algo mais profundo do que meros acordos comerciais. Darolt *et al.*, (2016) explica que as RAAs apresentam como principais características, elementos como a cooperação entre produtores e consumidores; reconexão entre produção e consumo dentro de padrões sustentáveis; dinamização de mercados locais com identidade territorial e revalorização da circulação de produtos de qualidade diferenciada.

Para Fonte e Cucco (2017) o estabelecimento das RAAs ocorreu durante os anos 1980, este tipo de rede foi gestado no esteio de movimentações sociais ocorridas ainda nos anos 1970 e está ligado principalmente ao movimento Neo-rural a partir de uma tomada de decisão intitulada como “*go back to the land*”¹. Edwards (2016) paralelamente aponta que as RAAs estão ligadas a vários movimentos identificados com quebras do “*stablishment*”.

AFNs na América do Norte normalmente representam modelos mais radicais, emancipatórios e cívicos. Nos Estados Unidos, as AFNs cresceram a partir de uma série de movimentos de contra-cultura que incluem a campanha pelos direitos civis, ativismo anti-guerra e os movimentos ambientais do final dos anos 1960 e 1970. Com sua crítica social e ecológica à agricultura industrial e ao agronegócio, o movimento de volta à terra tornou-se uma influência fundamental (EDWARDS, 2016, p. 2).

Para Goodman e Goodman (2009) as RAAs ocupam espaços que foram criados por um acúmulo de transformações ligadas à forma como o SAG opera. O princípio das ações ligadas às RAAs foi aplicado em localidades como Reino Unido, América do Norte e Europa Ocidental, embora posteriormente tenham se espalhado pelos países emergentes.

Para Triches e Schneider (2014) as modalidades de organização de RAAs podem acontecer por iniciativa da sociedade civil como também por interesse do Estado. Na visão dos autores são formas de ruptura com os sistemas agroalimentares convencionais e nesta óptica, os consumidores destes circuitos buscam alimentos com qualidade diferenciada, oferta de informação, personalidade e a cultura do local, logo, os produtos estão inseridos em um “pacote” diferenciado em relação aos mercados convencionais. Existem diversas formas de RAAs encontradas na literatura e no cotidiano, sendo que as principais são: Cestas de alimentos; Feiras de pequenos produtores; Cooperativas de agricultores; Cooperativas/ clubes de consumo; Programas de aquisição de alimentos (MI) e o Movimento *Slow Food* (TRICHES; SCHNEIDER; 2014; FONTE; CUCCO, 2017).

Os mercados estabelecidos, exemplificados principalmente por alimentos “de marca” oferecem ao consumidor (na maioria das vezes) alimentos padronizados. Assim, considera-se que tais alimentos são elaborados por um sistema que em muito se assemelha ao modelo de produção fordista (alta especialização e atividades realizadas por etapas) (FONTE; CUCCO, 2017).

Nas RAAs circulam alimentos diferenciados, isto é um fator que reforça suas estruturas. Os alimentos inseridos neste tipo de rede são considerados alimentos com qualidade, referindo-se à uma diferenciação em relação aos alimentos comercializados em redes consideradas convencionais. Esta qualidade esta calcada em fatores como identidade local e escala de produção (GOODMAN; GOODMAN, 2009; FONTE; CUCCO, 2017).

McMichael (2009) indica que os movimentos agroalimentares alternativos presentes tanto ao Norte quanto ao Sul global trabalham com o intuito de politizar o debate alimentar, apresentando-se em oposição ao regime considerado dominante. As organizações e iniciativas alternativas mais conhecidas no Norte são: o movimento *Slow Food* e Agricultura Apoiada pela Comunidade (Community Supported Agriculture-CSA). No Sul global as iniciativas e organizações são compostas por: povos tradicionais (indígenas), pescadores e pequenos

¹ O movimento “*go back to the land*” em livre tradução significa “de volta à terra”. Segundo Fonte e Cucco (2017), este movimento ocorreu na Itália e possivelmente influenciou o que viria a ser o movimento Neo-rural.

produtores rurais (agricultores e pecuaristas). Para o autor, as iniciativas existentes tanto ao Norte quanto ao Sul, são desenvolvidas por forças emergentes da sociedade civil organizada, quando as RAAs apresentam este caráter, podem também ser chamadas de Redes Alimentares Cívicas (RENTING *et al.*, 2012;).

Na concepção de Maye (2013), os possíveis benefícios das RAAs estão ligados à sua “imperfeição” em relação às políticas de segurança alimentar resultante de suas ações, pois o modo de agir faculta a possibilidade de integração entre localismo (produção, consumo e cultura) e segurança alimentar. A imperfeição pautada se dá em relação ao SAG, considerado o sistema dominante. Uma vez que as RAAs são operadas em geral por organismos e sujeitos da sociedade civil e não por grandes empresas, pode haver nelas uma impregnação de características mais humanísticas além da valorização de elementos locais. Para McMichael (2009) os movimentos citados anteriormente agem também com a função de tensionar o que é considerado o padrão.

Os movimentos de soberania alimentar politizam o atual regime comercial, revelando a cumplicidade dos estados na incorporação da agricultura a reprodução do capital, em vez de sustentá-lo como um local de reprodução social e ecológica (MCMICHAEL, 2009, p. 293).

Deste modo, entende-se que as RAAs exercem um papel fundamental para produção e consumo, como também para as economias locais. Pode-se dizer que o SAG e as RAAs coabitam alguns espaços, porém as grandes empresas do SAG possuem maior poder de penetração em âmbito local e global. A feira livre é uma das modalidades mais disseminadas de RAAs, além disso, devido à relação de proximidade pode fomentar as inter-relações (produtor-consumidor), a circulação de alimentos diferenciados e também representar uma alternativa ao sistema agroalimentar dominante (RENTING *et al.*, 2003; TRICHES; SCHNEIDER; 2014; FONTE; CUCCO, 2017).

2.3. Feira livre

A feira livre é uma modalidade de comércio bastante antiga, porém têm resistido e se adaptado à passagem do tempo e é possível encontrar feiras livres nas mais diversas localidades. Para Cassol e Schneider (2017), apesar da feira livre ser uma modalidade de comércio antiga, ela foi esquecida pelos pesquisadores por muito tempo. Apesar de haver um entendimento em relação à importância nos âmbitos da sociabilidade e das culturas locais, além é claro da questão econômica. O canal de comercialização que a feira livre representa é considerado uma das principais formas de cadeia curta, uma vez que neste molde são comuns as transações diretas (face a face) e é justamente a partir dessa proximidade que emergem características como autenticidade e confiança agindo como mediadoras das transações (MARSDEN *et al.*, 2000; CASSOL; SCHNEIDER, 2017).

A feira livre representa uma das formas mais antigas de comercialização de produtos agrícolas. Existem registros de que os povos sumérios já faziam uso desse processo de comercialização em 3.000 a.C., fazendo trocas e barganhas em um local específicos da cidade, em um dia determinado da semana (SALES *et al.*, 2011, p. 2).

De acordo com Pavan e Santos Junior (2017), durante o sistema feudal, os produtos comercializados nas feiras eram provenientes das sobras dos feudos. Nos locais onde ocorriam feiras, posteriormente cresceram prósperas cidades e de certo modo a existência deste tipo de comércio somado ao surgimento das urbes, pode ser considerado como um ponto que ajuda a demarcar o fim de tal sistema (PAVAN; SANTOS JUNIOR, 2017).

“Dessa forma as feiras surgiam junto às primeiras aglomerações, inicialmente tidas como povoados e vilas e posteriormente cidades” (GONÇALVES; ABDALA, 2013, p. 1).

Neste ponto os autores atribuem não só a ocorrência das trocas ou das vendas realizadas ao surgimento das cidades, mas também às dinâmicas contidas neste pano de fundo. Para Araújo e Ribeiro (2018), as feiras ocupam lacunas geradas pelo desinteresse do mercado convencional, além disso, no ambiente ocupado pelas feiras geralmente são encontrados produtos tradicionais e ligados culturalmente ao local. Desse modo os autores reforçam o que dizem Goodman e Goodman (2009) ao referir-se sobre as brechas criadas pelo SAG.

Para Sales *et al.*, (2011) as feiras livres representam um canal de comercialização que possui fundamental importância em relação à consolidação econômica e afirmação da agricultura familiar. A feira livre ainda possibilita outras relações ligadas a elementos socioculturais, porém os autores salientam que como qualquer negócio a feira deve garantir sua própria manutenção, a sobrevivência dos feirantes e a competitividade mercadológica.

Araújo (2012) menciona que além das feiras proporcionarem um ambiente prolífico para o comércio, está presente neste ambiente uma dimensão dotada pelo simbólico e esta é composta principalmente por relações de sociabilidade, solidariedade e amizade. De acordo com Araújo e Ribeiro (2018), é comum a existência de redes de colaboração entre os feirantes, de modo que um feirante ceda espaço em sua banca para que outro feirante ou produtor (ausente) possa ofertar seus produtos. Também ocorrem compras e trocas de matérias-primas ou produtos entre amigos, vizinhos ou familiares.

Cassol e Schneider (2017) lançam um olhar além das relações de sociabilidade entre consumidores e feirantes ou dentro do grupo de feirantes e assim, são trazidos para a formulação destas redes entes legitimadores, tais como Secretarias (municipais) e Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural-Emater.

Por último, todo este processo de troca e interação é legitimado, fiscalizado e regulado pelas instituições de mediação, que agem como um elo entre produtores e o Estado e garantem (formalmente) aos consumidores a legalidade dos processos de produção dos alimentos (CASSOL; SCHNEIDER, 2017. p. 208).

Pavan e Santos Junior (2017) mencionam que mesmo famílias multifuncionais (aquelas que desempenham atividades agrícolas e não-agrícolas) e que acessam diversos canais de comercialização encontram nas feiras suas principais fontes de renda. A gama de atividades somadas aos diferentes canais acessados formam estratégias de não dependência, além disso, sua presença nas feiras pode possibilitar o acesso a novos mercados a exemplo dos MI.

Com a modernização dos processos agrícolas, a necessidade de trabalho fora (diversificação de renda) e a necessidade de participação em órgãos de representação, geralmente são os homens que saem da UP para desempenhar estas funções. No outro espectro destas situações estão as mulheres que pouco saem para a vida social, assim ficando sob sua responsabilidade as atividades produtivas como tratamento dos animais e cuidados com hortas e mesmo as atividades relativas às feiras livres (SILIPRANDI, 2015; PAVAN; SANTOS JUNIOR, 2017).

A ocorrência deste tipo de comércio marcado pela proximidade geralmente garante uma obtenção de maior valor agregado aos produtores, outro ponto é a injeção de dinheiro por parte dos feirantes junto ao comércio local. Desse modo ocorre uma dinamização financeira que pode auxiliar no desenvolvimento local (MARSDEN *et al.*, 2000; CASSOL; SCHNEIDER, 2017; ARAÚJO; RIBEIRO, 2018).

Segundo Zanini (2018) as feiras livres tendem a iniciar com maior participação de mulheres como feirantes, embora em muitos casos todos os membros da família desempenhem atividades necessárias para a realização da feira, alguns são responsáveis pela produção de alimentos ou artesanatos ou mesmo atividades não ligadas à produção. Para a autora em algumas situações os homens passam a participar *in loco* das feiras depois dos processos de implantação e desenvolvimento, ou seja, quando passa a ser um “bom negócio”.

3. METODOLOGIA

Com o objetivo de analisar as questões de forma mais profunda, a coleta de dados foi realizada de modo a obter informações quantitativas e qualitativas. Foram realizadas entrevistas semiestruturadas com a utilização de um instrumento de coleta de dados, observações e percepções anotadas em diário de campo, também foram utilizados dados secundários.

O instrumento de coleta de dados é composto por duas partes, a primeira busca informações referentes a dados pessoais, produção e renda, enquanto a segunda busca as percepções, motivações, desejos e sentimentos dos entrevistados em relação ao seu envolvimento e participação das atividades praticadas. Há também o interesse de identificar as características socioeconômicas e diversidade produtiva dos mesmos.

Assim, entende-se que para cumprir os objetivos propostos é necessário um esforço conjunto entre informações objetivas e subjetivas. Para Minayo (2002) a interação entre informações qualitativas e quantitativas, geram maior aprofundamento na compreensão das informações. Em relação à escolha da amostra, esta se deu de forma não probabilística, de acordo com Gil (2008), esta forma permite que o pesquisador defina as características consideradas importantes para o desenvolvimento da pesquisa.

Estima-se, que no momento em que a pesquisa foi realizada, cerca de 127 indivíduos compunham o total de feirantes nos quatro municípios, sendo que a amostra foi composta por 35 feirantes distribuídos da seguinte forma: 6 feirantes no município de Bagé, 7 feirantes no município de Candiota, 14 feirantes no município de Dom Pedrito e 8 no município de Sant'Ana do Livramento.

A escolha dos entrevistados foi orientada por dois critérios: Primeiro, o entrevistado deveria trabalhar como feirante, podendo ser o responsável pela banca ou funcionário; Segundo, a banca a qual o entrevistado estava ligado deveria ofertar alimentos (de forma exclusiva ou somada a produtos de outra natureza), pois é comum a comercialização de artesanato em feiras livres. Assim a amostra foi composta por feirante/produtor de alimentos e feirante/funcionário remunerado.

As incursões ao campo e a realização das entrevistas ocorreram durante os meses de julho e setembro do ano de 2019. Inicialmente foram realizadas cinco entrevistas (no município de D. Pedrito) a título de teste do instrumento de coleta, assim como da abordagem empregada aos entrevistados, após deu-se seguimento às demais entrevistas. O percurso de realização das entrevistas foi o seguinte:

- a) Lote teste: Dom Pedrito, Feira do Produtor;
- b) 1º lote: Sant'Ana do Livramento, Feira da praça da Bandeira;
- c) 2º lote: Bagé, feira do calçadão;
- d) 3º lote: Candiota, feira Guerreiras do Campo;
- e) 4º lote: Sant'Ana do Livramento, Feira da praça General Osório e Feira da Economia Solidária, Agricultura Familiar e Agroindústria;
- f) 5º lote: Dom Pedrito, Feira do Produtor.

Após a coleta de dados, optou-se pela técnica de Análise de Conteúdo com o intuito de sistematizar as informações assim como para a criação de categorias de análise (BARDIN, 2011). O processo de análise de dados foi realizado inicialmente com o auxílio do *software* Microsoft Excel, os dados brutos foram organizados em distribuição de frequências absolutas, moda e médias aritméticas.

Para a realização das análises referentes à temática da motivação, foram utilizadas categorias apriorísticas com base em Bergamini (1990), são elas: Categoria (A), levando em consideração motivações subjetivas calcadas em características intrínsecas aos sujeitos; Categoria (B), esta está ligada a motivações conformadas a partir de elementos situacionais e ambientais, ou seja, características extrínsecas.

3.1. A região estudada

A região em questão está localizada dentro do bioma Pampa, na fronteira do Rio Grande do Sul com Uruguai e Argentina. Em relação à presença humana no Rio Grande do Sul, Luvizotto (2009) menciona que muito antes da chegada dos portugueses neste local seus habitantes eram os indígenas. “Apenas alguns aventureiros em busca de escravos se arriscavam a adentrar naquele território de difícil acesso” (LUVIZOTTO, 2009, p.16).

A ocupação do estado gaúcho como um todo se dá a partir da fuga dos jesuítas para esta área, os religiosos que aqui chegaram traziam consigo gado e posteriormente criaram as reduções, neste período esta porção de terra não era o que hoje é o Rio Grande do Sul tampouco pertencia ao Brasil. Para Suertegaray e Silva (2015) o Pampa desempenhou um papel de “cocho” durante três séculos a partir do início da ocupação humana não-nativa, pois foi ocupado inicialmente por poucas pessoas e animais que em determinado momento passaram a vagar e se reproduzir livremente.

Embora a produção pecuária possua extrema relevância no período de ocupação desta região, assim como do estado, com o passar do tempo foram introduzidas outras atividades ligadas ao setor agropecuário. “A cultura do arroz teve sua inserção, a partir do século XX, marcada pelo processo de despeculiarização espacial, ou seja, a cedência de terras por parte do latifúndio pastoril à agricultura” (NETO; BEZZI, 2009, p. 71). De acordo com Haesbaert (1987) a orizicultura foi introduzida no estado em 1907, no município de Pelotas e avançou para a Campanha em 1920.

A penetração do capital dos “colonos”, através da empresa rural agrícola ou “granja”, especialmente no setor orizícola, tem sido o agente de mais intensa transformação sócio-espacial da Campanha nos últimos anos. Apesar de ter como ponto comum com a pecuária intensiva os estreitos vínculos dentro do cenário estágio do desenvolvimento capitalista a nível nacional, ela tem raízes na expansão da empresa rural implantada por descendentes de imigrantes nas várzeas do centro-sul do estado (HAESBAERT, 1987, p.6).

Assim pode-se compreender que a orizicultura faz parte das dinâmicas produtivas, sociais e espaciais da região há cerca de 100 anos, desse modo fazendo parte do desenvolvimento e identidade local. Tal qual a pecuária, a orizicultura e a sojicultura da Campanha visa abastecer outras regiões do país e do mundo. A agricultura empresarial (principalmente arroz e soja) passou a “competir” por espaço com pecuária tradicional, embora tenha sido inicialmente uma atividade desenvolvida pelos descendentes de imigrantes, os pecuaristas passaram a produzir arroz e soja, assim diminuindo gradativamente o espaço da pecuária (HAESBAERT, 1987; NETO; BEZZI, 2009).

Por outro lado, como sugerido por McMichael (2009), os feirantes encontrados são um grupo composto majoritariamente por pequenos agricultores, os mesmos habitam e produzem em pequenas áreas de terra. Não foi identificada a presença de produtores de *commodities* agrícolas, suas atividades estão relacionadas principalmente com a produção de hortaliças assim como em processos artesanais para obtenção de derivados de frutas, legumes e laticínios. Nesse contexto, em concordância com Triches e Schneider (2014), as feiras livres ativas iniciaram suas atividades devido a mobilizações organizadas tanto pela sociedade civil como pelo Estado.

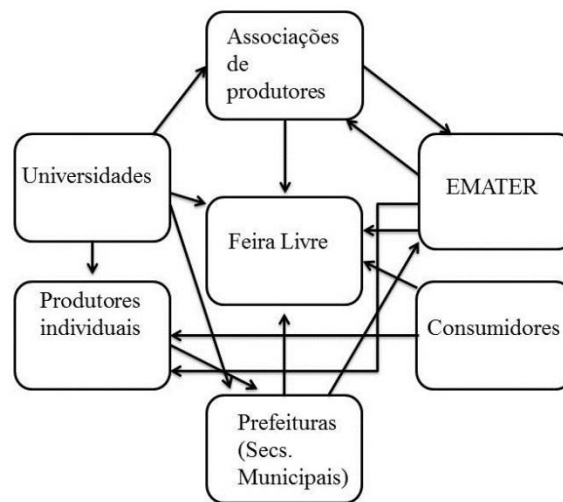
4. RESULTADOS

A partir do ponto de vista adotado nesta pesquisa, as feiras livres foram observadas como elementos conformadores das redes e não como mero elo em uma cadeia. Partindo da lógica das RAAs e aderindo ao conceito de Ambiente Organizacional de Zylbersztajn e Giordano (2015), tentou-se plotar de forma organizada os entes que configuram estas redes nos municípios estudados.

No princípio da pesquisa foram realizados contatos com representantes de secretarias municipais (quando ligadas à organização das feiras livres), representantes de associações de produtores e produtores individuais. Muitos entrevistados relatam relações de parceria e de auxílio advindos de universidades presentes nos municípios (UNIPAMPA e UERGS), assim como dos escritórios locais da EMATER. Nesse sentido, como apresentado por Cassol e Schneider (2017) compreende-se que estas instituições ocupam a função de entes legitimadores e mesmo incentivadores, elas agem como nós (por vezes invisíveis) conectando os atores.

Para além das conexões entre os integrantes das feiras e as instituições parceiras, os frequentadores e consumidores sempre são mencionados como uma parte importante dentro deste universo. A feira livre está situada no centro de várias relações como pode ser visto na figura 2, também é necessário dizer que nem todos os entes possuem relações diretas embora ajudem a compor esta rede.

Figura 2- Configuração das redes constituintes das feiras livres



Fonte: Elaborado pelos autores, 2021.

Como discutido por Renting *et al.*, (2003), é possível observar que dentro deste esquema existem conexões que não possuem relação direta com a produção ou comercialização de produtos. Esta modalidade também é distinta em relação aos fluxos não-lineares descritos por Batalha (1995), uma vez que cada feirante é responsável pelas etapas relativas ao desenvolvimento e comercialização dos alimentos. Os entes não responsáveis ao desenvolvimento e comercialização (as instituições públicas) desempenham funções voluntárias sem ônus aos feirantes, nesse sentido aproximam-se mais à lógica do Ambiente Organizacional de Zylbersztajn e Giordano (2015) uma vez que suas ações auxiliam no funcionamento e aperfeiçoamento das feiras livres.

É possível compreender, a partir das conexões identificadas que existem diferentes tipos de fluxos entre os entes e como descrito por Darolt *et al.*, (2016), os consumidores obtêm seus alimentos principalmente de duas formas: Compra direta com produtores individuais e no ambiente da feira livre (sendo esta a principal).

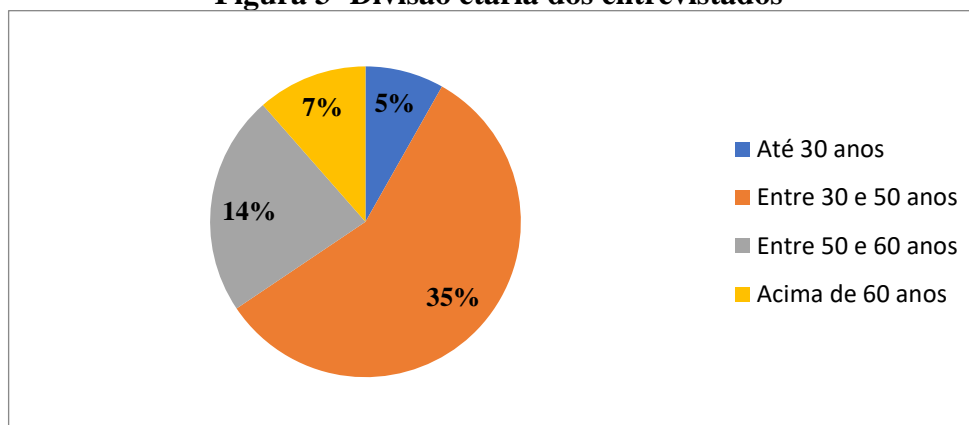
Nos quatro municípios foram identificadas ações conjuntas entre feirantes (via associações) e instituições públicas, o foco destas ações visa não só a manutenção das feiras livres como também ampliação (número de feirantes) e melhorias relativas à infraestrutura. Tais situações vão ao encontro daquilo que Triches e Schneider (2014) mencionam a respeito da união entre sociedade civil e Estado favorecendo a revitalização de economias rurais. Nessa

lógica, foi identificado que estas redes são formadas majoritariamente por pequenos agricultores e produtores urbanos de alimentos como apontam McMichael (2009) e Maye (2013), ou seja, o protagonismo social é o que viabiliza o funcionamento das feiras livres.

Conforme indicam Siliprandi (2015) e Zanini (2018) percebeu-se que a maior parte dos entrevistados ativos nas feiras, são mulheres que migraram para a região estudada, muitas destas foram para estes municípios em razão de ações ligadas à reforma agrária ou por contração de matrimônio. As causas apresentadas geralmente estão ligadas, porém existem algumas exceções, pessoas que migraram ainda na infância junto de suas famílias entre outras formas. Nesse sentido, as mulheres representam 65,7% do total de entrevistados enquanto os homens representam 34,3% da amostra.

Em relação às faixas etárias dos entrevistados, compreendeu-se que a maior parte é adulta e de meia-idade, assim nota-se a baixa adesão de jovens no ambiente das feiras livres. Os grupos etários de 30 a 50 anos e de 50 a 60 anos são os predominantes como pode ser visto na figura 3, apenas dois jovens com idades abaixo dos 30 anos foram identificados como titulares em bancas, opostamente ao que dizem.

Figura 3- Divisão etária dos entrevistados



Fonte: Elaborado pelos autores, 2021

A maior parte dos entrevistados são proprietários de UPs, os mesmos consideram suas áreas pequenas e por isso relatam não sentir necessidade de contratação de mão de obra externa. Durante as entrevistas, muitos entrevistados, espontaneamente, identificaram-se como agricultores familiares por entenderem o funcionamento de sua lógica operacional, assim como o tamanho de suas propriedades. Pode-se observar na tabela 1, dados referentes às áreas de produção.

Tabela 1 - Produtores e condição da terra

Variável	Nº de participantes	Percentual (%)	Total
Produtor rural	27	77,14%	35
Proprietário	22	62,85%	
Arrendatário/parceiro	5	14,28%	

Fonte: Elaborado pelos autores, 2021

Além das identificações étnico-raciais, um ponto que foi compreendido como crucial para traçar os perfis presentes nas feiras livres, uma vez que a população desta região é composta por diversos povos (além dos originários). A respeito disto, por entender que o tema pode ser bastante delicado e que a identificação dos indivíduos em relação a raça/cor pode ser algo muito subjetivo, trabalhou-se com autodeclarações. Nesse sentido os entrevistados

declararam-se da seguinte forma: 80% brancos; 17,10% negros e 2,90% indígenas. Dentre os autodeclarados brancos, alguns identificam-se como “gringos” ou italianos (sinônimos), estes vivem em sua totalidade no meio rural. Já aqueles que se autodeclararam negros, em sua maioria residem nas zonas urbanas dos municípios.

No município de Candiota, as entrevistadas identificam-se como ora se “Sem-terra” ou “colonas”, todas migraram de outras regiões ou estados. Vivem em unidades produtivas adquiridas em processo de reforma agrária, soma-se à esta identidade a questão agroecológica, pois todas garantem a adoção deste tipo de sistema socioproductivo. Estas entrevistadas podem ser consideradas “colonas do século XXI”, chegaram ao município em um contexto bastante distinto daqueles “colonos” do século XX. As características citadas estão relacionadas com o pensamento de Edwards (2016), quando menciona que as RAAs nascem de movimentos contraculturais ou possuem ligações com os mesmos.

4.1.O que foi encontrado nas feiras?

Em algumas feiras foram encontrados feirantes que comercializam queijo de leite cru, porém havia um prazo para o fim da comercialização, os interessados deveriam adaptar-se às normas fitossanitárias vigentes. Tais exigências possivelmente ocorrem em função de evitar questões similares as ocorridas no SAG como anteriormente citadas (RENTING *et al.*, 2003; FLEXOR, 2008; GUZMÁN *et al.*, 2012; EDWARDS, 2016).

Alguns produtores deste tipo de queijo o denominam como “queijo da Campanha”, outros como queijo colonial. Diferentemente do caso europeu comentado por Brunori e Malandrim (2016) não se sabe até o momento de alguma mobilização a respeito do tema.

Foram encontradas frutas e hortaliças ofertadas *in natura* ou minimamente processadas como nozes descascadas e couve picada ambas as ensacadas, mas não são apresentações recorrentes nas feiras visitadas. Os alimentos encontrados nas feiras em sua maioria são considerados bastante genéricos e fáceis de encontrar em outras localidades e mesmo em mercados convencionais como pode ser visto no quadro 1, isto vai em sentido oposto ao que dizem Darolt *et al.*, (2016) e Maye (2013), quando relatam a centralidade da oferta de produtos identificados com o local. Uma possível razão para isto pode se dar em relação ao curto período de tempo que estas feiras existem.

Quadro 1 – Diversidade vegetal encontrada nas bancas

Verduras	Frutas	Legumes
Alface	Bergamota	Abóbora
Rúcula	Laranja	Abobrinha
Ricota	Maçã	Berinjela
Couve	Melão	Pepino
Coentro	Nozes	Pimentão
Cebolinha	Tomate	Rabanete
Repolho	-	-
Espinafre	-	-

Fonte: Elaborado pelos autores, 2021

Estão presentes também condimentos *in natura* como alguns tipos de pimenta e manjeriço, além de bulbos como alho e cebola. Em poucos casos, verificou-se que existem feirantes que comercializam exclusivamente um tipo de alimento são os casos das bancas de queijo e mel. Uma das feirantes que comercializa queijos na feira a construiu junto uma pequena agroindústria para a confecção do alimento, além disto, comercializa o excedente da matéria-prima e subprodutos na unidade de produção. Roesling (2002) que a lógica de trabalho destes entrevistados é orientada à especialização, focam seu trabalho e maior interesse naqueles

produtos que lhes conferem viabilidade econômica enquanto outras atividades (pequenas criações) nem ao menos são consideradas trabalho, mas sim um tipo de “poupança” para momentos de diminuição de receitas.

4.2. Os canais acessados e a importância da feira livre

No universo pesquisado, do total de 35 entrevistados 22 estão inseridos em outros mercados realizam vendas fora das feiras livres. Apesar de considerarem a atividade de feirante a principal, estão inseridos em outros canais de escoamento, assim: 5 entrevistados participam de MI (Programa Nacional de Alimentação Escolar, Programa de Aquisição de Alimentos); 11 realizam vendas diretas; 1 entrevistado fornece hortaliças para restaurantes.

A maior parcela dos entrevistados revela que além da feira livre, realiza vendas diretas em suas residências urbanas ou nas UPs no meio rural. De acordo com Marsden *et al.*, (2000) e Cassol e Schneider (2017), este fragmento da amostra configura a modalidade de comércio mais curta (face a face).

Alguns entrevistados dizem utilizar uma variedade de canais para não gerar situações de dependência ou exclusividade com alguma modalidade como apontam Pavan e Santos Junior (2017), pois segundo eles em ocorre uma sazonalidade em relação à maior presença de consumidores nas feiras. De acordo com os entrevistados, há períodos do ano (geralmente inverno) em que “a feira é muito fraca” e acaba não gerando bons rendimentos. Em relação aos MIs, os entrevistados revelam como sugerem os autores, que foi no ambiente da feira que tomaram conhecimento de tal oportunidade. Assim, foram identificados cinco canais de escoamento com maior ou menor adesão, como pode ser visto na tabela 2.

Tabela 2 – Gama de canais de escoamento

Canal	Participantes
Armazéns/fruteiras	2
Supermercados	5
Mercados Institucionais	5
Venda direta	11
Restaurantes	1

Fonte: Elaborado pelos autores, 2021

Quando questionados sobre o porquê de tal inserção, os interlocutores dizem que são formas de diversificar os canais de escoamento, além de aumentar a renda. Contudo, a maior parte dos entrevistados garante que as receitas obtidas nas feiras livres são consideradas as mais representativas na formação de renda familiar. Logo, é na feira livre que os entrevistados encontram sua principal ou única fonte de renda.

Uma vez que o conjunto de motivações ligadas às questões financeiras é que predomina sobre os demais, os entrevistados foram questionados em relação às receitas obtidas exclusivamente nas feiras livres. Deste modo foi possível conhecer os valores médios das receitas mensais dos entrevistados, foi possível compreender que existem distintas realidades neste âmbito visível na tabela 3, pois, há aqueles que obtêm valores abaixo de 1 salário-mínimo (R\$998,00 à época) e outros que percebem valores de até R\$ 10.000,00.

Tabela 3 - Receitas obtidas com o trabalho nas feiras

Valor em salários	Nº de entrevistados
Até 1 salário-mínimo	17
Até 2 salários-mínimos	8
Até 3 salários-mínimos	4
Acima de 3 salários-mínimos	6

Fonte: Elaborado pelos autores.

Do total os entrevistados, 11 obtêm sua única fonte de renda através do trabalho de feirante, enquanto os demais 24 somam salários, aposentadorias e rendas complementares oriundas de rendimentos de imóveis e programas de transferência de renda. Além da questão do incremento financeiro, os entrevistados revelam que mesmo estando inseridos em outros canais ou atividades remuneradas preferem o trabalho na feira devido a alguns fatores como: contato direto com o consumidor. Marsden *et al.*, (2000) menciona que devido ao contato direto com os consumidores, é possível interagir e falar sobre os alimentos, ensinar e aprender receitas, vender alimentos sem agrotóxicos.

4.3. Conhecendo as demais motivações

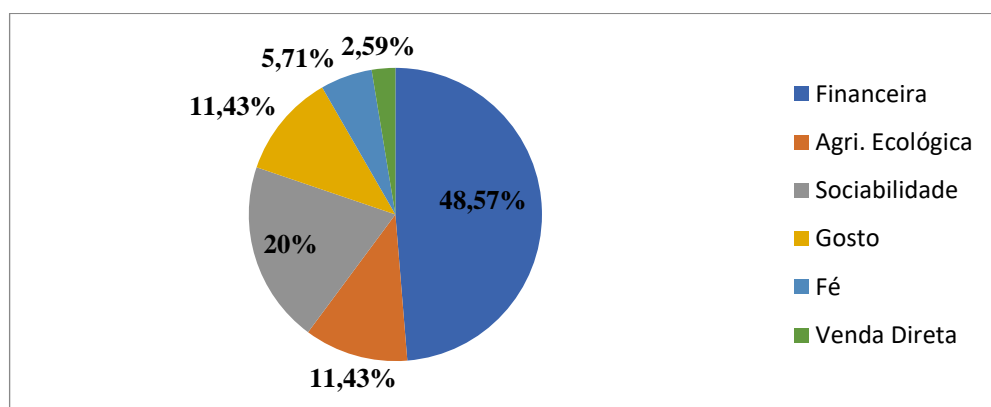
O que motiva as pessoas a desempenhar determinadas atividades pode estar ligado a diversos fatores e questões particulares dos sujeitos. Deste modo, a partir de agora são apresentadas as motivações encontradas a partir das respostas e reflexões dos entrevistados.

Circunstâncias como desemprego e baixa escolaridade foram citadas como forças que conduziram alguns entrevistados a este trabalho (feirantes que não são os donos das bancas), também homens com idades acima dos 40 anos utilizam como justificativa a expressão “O cara é criado na campanha”, neste sentido a explicação refere-se ao meio rural e não à região. É uma expressão corriqueira em municípios da região, nela pode-se exprimir uma variedade de explicações como: viver a maior parte da vida no meio rural, baixa escolaridade, afeição ao trabalho no campo, rusticidade entre outras a partir disso entende-se que este elemento está visceralmente ligado a uma possível identidade local, assim como dos grupos mobilizadores de RAAs (HAESBAERT, 1987; NETO; BEZZI, 2009; MCMICHAEL, 2009; DAROLT *et al.*, 2016).

Questões não descritas na bibliografia emergiram, respostas como “Deus” e “fé” são exemplos disto, sendo que duas pessoas (5,7%) utilizaram esta resposta, mesmo sendo um pequeno percentual isto é algo que pode ser considerado novo no estudo desta temática. Neste sentido, as respostas foram entendidas segundo Bergamini (1990) como questões ligadas à personalidade. Um dos entrevistados, ao explicar o porquê da resposta, relatou uma situação pessoal em que sobreviveu a um acidente, logo, entendeu que a explicação para isto está conectada ao sobrenatural e atribui a “Deus”.

Embora os entrevistados tenham apresentado uma motivação central, vários deles apresentaram outros elementos que os motivam em menor grau. Estas respostas são bastante variadas como: conversar, contato com clientes, passear na cidade, ver os amigos, fazer amigos, frequentar o comércio local, etc. O conjunto das motivações encontradas vai além das já citadas como notável na figura 4.

Figura 4 - Motivações apresentadas pelos entrevistados



Fonte: Elaborado pelos autores, 2021

Apesar da ocorrência de certa predominância da questão financeira, a grande maioria apresentou questões relacionadas à sociabilidade como indicam Araújo (2012) e Cassol e Schneider (2017), ou à inserção no ambiente público e urbano como mencionado por Siliprandi (2015) e Pavan e Santos Junior (2017).

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir dos resultados obtidos, é possível concluir que as motivações dos entrevistados são compostas por diversos elementos, porém a parcela dominante realiza este tipo de atividade orientada por questões financeiras. Embora a busca por receitas apresente destaque, é necessário observar que as mais diversas questões perfazem e reforçam as tramas destas redes.

A partir das características observadas somadas as autodeclarações dos entrevistados conclui-se que o perfil dominante de feirante é composto por: mulheres; brancas; faixa etária entre 30 e 50 anos; casadas e com filhos; residentes no campo; proprietárias de UPs.

Durante o período de permanência nos ambientes estudados, foi possível perceber as distintas forças integradoras das feiras como: instituições públicas, consumidores, feirantes, passeadores, etc. Os locais escolhidos para a realização destas atividades não estão ligados unicamente a questões de facilidade ao comércio, mas estão ligados também com elementos de identificação dos participantes.

A participação dos atores em MI se mostrou um tanto insipiente (no momento da pesquisa), apresentando algumas dificuldades ligadas principalmente ao acesso às informações necessárias. Em relação a outros canais diretos, notou-se que a venda para armazéns ou vendas diretas nas UPs fazem parte de um arcabouço de estratégias alternativas por vezes inconstantes.

As feiras livres estudadas são ambientes onde são encontrados homens e mulheres dividindo espaço, trabalho e responsabilidades, são as mulheres que dominam (numericamente) este local. As famílias estão presentes em muitos casos ao menos por parte do tempo, auxiliando principalmente nas vendas, transporte e fazendo companhia.

As receitas obtidas nas feiras, que são consideradas de suma importância para a composição das rendas familiares e ainda existem casos em que estas entradas financeiras representam a totalidade da renda mensal das famílias. Deste modo conclui-se que a feira livre representa uma ferramenta multifuncional para os envolvidos, pois fornece inserção no meio social urbano para os que residem no campo além de uma estratégia para o incremento de renda.

REFERÊNCIAS

- ARAÚJO, G. Aspectos sociais do cotidiano das feiras livres: um estudo etnográfico português em solo brasileiro. **Revista de Ciências Empresariais**. Maringá, v. 9, n. 2, p. 49-64, jul./dez., 2012.
- ARAÚJO, A.M; RIBEIRO, E.M. Feiras e desenvolvimento: impactos de feiras livres do comércio urbano no vale do Jequitinhonha. **Revista Brasileira de Planejamento e Desenvolvimento**, v. 7, n. 2, p. 300-327, mai./ago., 2018.
- BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Edições 70, São Paulo, 2011.
- BERGAMINI, C.W. Motivação: Mitos, crenças e mal-entendidos. **Revista Brasileira de Administração de Empresas**, v. 30, n. 2, p. 23/34, abr./jun. 1990.
- BRUNORI, G.; MALANDRIN, V. Os jogos da relocalização entre esfera pública e esfera do mercado. In: MARQUES, F.; CONTERATTO, M.; SCHNEIDER, S. (org). **Construção de mercados e a agricultura familiar: desafios para o desenvolvimento rural**. Porto Alegre. Ed. da URGs. p. 143-157, 2016.
- CASSOL, A.; SCHNEIDER, S. Construindo a confiança nas cadeias curtas: interações sociais, valores e qualidade na feira do pequeno produtor de Passo Fundo/RS. In: GAZOLLA, M.;

- SCHNEIDER, S. (org.). **Cadeias curtas e redes alimentares alternativas: negócios e mercados da agricultura familiar**. Porto Alegre. Ed. da UFRGS. p.195-217, 2017.
- DAROLT, M.R.; LAMINE, C.; BRANDENBURG, A.; ALENCAR, M.C.F.; ABREU, L.S.; **Redes alimentares alternativas e as novas relações produção-consumo na França e no Brasil. Ambiente & Sociedade**, v. 19, n. 2. p. 1-22, 2016.
- EDWARDS, F. Alternative food networks. In: KAPLAN, D. M.; THOMPSON, P. B. (org.). **Encyclopedia of Food and Agricultural Ethics**. Dordrecht. Springer Nature. p. 151-157, 2016.
- FONTE, M.; CUCCO, I. Cooperatives and alternative food networks in Italy. The long road towards a social economy in agriculture. **Journal of Rural Studies**, n. xxx. p. 1-12, 2017.
- FRIEDMANN, H. After Midas's feast: alternative food regimes for the future. **Food for the future: conditions and contradictions**. p. 213-233, 1993.
- GONÇALVES, A.O; ABDALA, M.C. "Na banca do 'Seu' Pedro é tudo mais gostoso": pessoalidade e sociabilidade na feira-livre. **Ponto Urbe** [online], v. 12, 2013. Disponível em: <<https://journals.openedition.org/pontourbe/528?lang=pt>>.
- GOODMAN, D.; GOODMAN, M.K. Alternative food networks, 2009. In: KITCHIN, R.; THRIFT, N (org.). **International Encyclopedia of Human Geography**. Oxford: Elsevier. Amsterdam; Londres. p. 1-13, 2009.
- GUZMÁN, S.E. *et al.* **Canales cortos de comercialización alimentaria en Andalucía**. Córdoba. Instituto de Sociología y Estudios Campesinos Universidad de Córdoba, 2012.
- HAESBAERT, R. Os agentes modeladores do novo espaço capitalista da Campanha Gaúcha. **Boletim Gaúcho de Geografia**. Porto Alegre. Associação Brasileira de Geógrafos. v.15. n.1. p. 3-18, 1987.
- MARSDEN, T; *et al.* Food supply chain approaches: exploring their role in rural development. **Sociologia Ruralis**, v. 40. n. 4. p. 424-438. 2000.
- MAYE, D. Moving alternative food networks beyond the niche. **The International Journal of Sociology of Agriculture and Food**. v. 20. n. 3. p. 383-389, 2013.
- McMICHAEL, P. A food regime analysis of the "world food crisis". **Agric. Hum. Values**, v. 26. p. 281-295, 2009.
- MINAYO, M.C.S. Amostragem e saturação em pesquisa qualitativa: consensos e controvérsias. **Revista Pesquisa Qualitativa**, v.5. n. 7. p. 1-12, 2017.
- NETO, H.B.; BEZZI, M.L. Região, identidade cultural e regionalismo: a Campanha Gaúcha frente às novas dinâmicas espaciais e seus reflexos na relação campo-cidade. **Dossiê: Relações campo-cidade Temas & Matizes**, v. 8. n.16. p.65-96, 2009.
- PAVAN, D; S, SANTOS JUNIOR. Sociodemografia dos agricultores familiares: contribuições da feira livre para sustentação do sistema. **Revista em Agronegócio e Meio Ambiente**. v. 10. n. 3. p. 653-671, 2017.
- RENTING, H. *et al.* Understanding alternative food networks: exploring the role of short supply chain in rural development. **Environment and Planning**, v. 35. p. 393-411, 2003.
- SALES, A.P.; REZENDE, L.T.; SETTE, R.S. Negócio feira livre: um estudo em um município de Minas Gerais. In: III ENCONTRO DE GESTÃO DE PESSOAS E RELAÇÕES DE TRABALHO. João Pessoa. Anpad. Anais[...] 2011.
- SILIPRANDI, E.C. Gênero e agroecologia: os avanços das mulheres rurais no enfrentamento das iniquidades. In: STADUTO, J.A.R.; SOUZA, M.; NASCIMENTO, C.A. (org.). **Desenvolvimento rural e gênero: abordagens analíticas e políticas públicas**. Porto Alegre. Ed. da UFRGS. p. 199-2020. 2015.
- ZANINI, M.C.C. Oh, gringa! Tem raditi hoje? Etnicidade, memória e trabalho na feira. In: COSTA, C; MARIN, J. O, B. (org.). **Gênero e campesinato no Sul do Brasil: dominação masculina e transformação**. Curitiba. Editora CRV. p. 98-121. 2018

ZYLBERSZTAJN, D.; GIORDANO, S.R. Coordenação e governança de sistemas agroindustriais. *In*: ZYLBERSZTAJN, D.; NEVES, M.F.; CALEMAN, S.M.Q. (org.). **Gestão de sistemas de agronegócios**. São Paulo. FEA/USP. p. 1-20. 2015.