



PERCEPÇÕES DE FEIRANTES E GESTORES PÚBLICOS EM RELAÇÃO ÀS FEIRAS LIVRES DA MICRORREGIÃO CAPANEMA – PR

PERCEPTIONS OF FAIR SELLERS AND PUBLIC MANAGERS IN RELATION TO THE FREE FAIRS - MICROREGION CAPANEMA – PR

PERCEPCIONES DE FERIAS Y GESTORES PÚBLICOS EN RELACIÓN A LAS FERIAS LIBRES - MICROREGIÓN CAPANEMA – PR

Rozane Marcia Triches¹
Luana Juçara Dal Agnol²
Camila Elizandra Rossi³

RESUMO

Objetivou-se realizar um diagnóstico das feiras livres existentes nos municípios da microrregião de Capanema, sudoeste do Paraná e entender a construção social destes mercados. Esta pesquisa de caráter qualitativa usou entrevistas semiestruturadas com 26 atores envolvidos: feirantes e gestores da feira e de secretarias afins do município. A análise de dados foi realizada pela categorização temática com análise de conteúdo. Os resultados obtidos revelaram que estes mercados são construídos a partir da qualidade dos produtos e por ser fonte de renda aos feirantes. As relações de amizade, convívio, familiaridade com outros feirantes e clientes foram destacadas. Em relação às dificuldades, feirantes e gestores convergem no que deve ser melhorado nas feiras como a organização e a infraestrutura, mas divergem sobre a resolução dos problemas, sem assumir corresponsabilidades. É necessária maior interação entre feirantes e gestores para sanar os problemas e fomentar a produção local e os circuitos curtos de abastecimento.

Palavras-chave: Cadeias curtas de abastecimento. Agricultura familiar. Segurança alimentar e nutricional. Desenvolvimento rural.

ABSTRACT

This work aimed to make a diagnosis related to the existing free markets in the municipalities of the Capanema microregion, southwest of Paraná and to understand the social construction of these markets. This qualitative research used semi-structured interviews with 26 actors involved: marketers and managers of the municipality fair. Data analysis was performed by thematic categorization with content analysis. The results obtained revealed that these markets are built based on the quality of the products and they are a source of income for marketers.

¹ Doutora em Desenvolvimento Rural. Professora da Universidade Federal da Fronteira Sul – Campus de Realeza – Paraná. Brasil. E-mail: rozane.triches@gmail.com.br. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4460-4821>

² Graduada em Nutrição. Universidade Federal da Fronteira Sul – Campus de Realeza – Paraná. Brasil. E-mail: luanadalagnol.ll@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3092-9542>

³ Doutora em Nutrição. Professora da Universidade Federal da Fronteira Sul – Campus de Realeza. Paraná. Brasil. E-mail: camilarossi@uffs.edu.br. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0925-0703>

Relationships of friendship, conviviality, familiarity with other marketers and consumers were highlighted. In relation to the difficulties, marketers and managers converge on what should be improved at fairs, such as organization and infrastructure, but differ on the resolution of problems, without assuming co-responsibilities. There is a need for greater interaction between marketers and managers to solve the problems and encourage local production and short supply circuits.

Keywords: Short supply chains. Family farming. Food and nutrition security. Rural development.

RESUMEN

Objetivou-se realizar un diagnóstico relacionado con los mercados libres existentes en los municipios de la microrregión de Capanema, al suroeste de Paraná y comprender la construcción social de estos mercados. Esta investigación cualitativa utilizó entrevistas semiestructuradas con 26 actores involucrados: comercializadores y gerentes de la feria y departamentos afines del municipio. El análisis de datos se realizó mediante categorización temática con análisis de contenido. Los resultados obtenidos revelaron que estos mercados se construyen en base a la calidad de los productos y porque son una fuente de ingresos para los comercializadores. Se destacaron las relaciones de amistad, convivencia, familiaridad con otros comercializadores y consumidores. En relación a las dificultades, los comercializadores y gerentes convergen en lo que se debe mejorar en las ferias, como la organización y la infraestructura, pero difieren en la resolución de problemas sin asumir corresponsabilidades. Se necesita una mayor interacción entre los comercializadores y los gerentes para resolver los problemas y fomentar la producción local y los circuitos cortos de suministro.

Palavras chave: Cadenas de suministro cortas. Agricultura familiar. Seguridad alimentaria y nutricional. Desarrollo Rural.

Como citar este artigo: TRICHES, Rozane Marcia; DAL AGNOL, Luana Juçara; ROSSI, Camila Elizandra. Percepções de feirantes e gestores públicos em relação às feiras livres da microrregião Capanema – PR. **DRd - Desenvolvimento Regional em debate**, v. 14, p. 477-493, 21 ago. 2024. Doi: <https://doi.org/10.24302/drd.v14.3752>.

Artigo recebido em: 21/05/2021

Artigo aprovado em: 22/07/2024

Artigo publicado em: 21/08/2024

1 INTRODUÇÃO

As feiras livres têm representado uma das formas mais antigas de mercado já existente no mundo em relação à comercialização de produtos. Existem registros de povos sumérios que já utilizavam este tipo de comércio a cerca de 3.000 a.C, onde ocorriam trocas de mercadorias em determinados espaços da cidade e um determinado dia da semana (Morel, Rezende e Sette, 2015). Do latim *feria* (feira) significa dia de festa, definida como o local onde ocorrem transações de mercadorias, com dias fixos, assim como seus respectivos horários. Quando ainda

o varejo mais tradicional não possuía lojas físicas, as instalações ocorriam de forma provisória, instaladas em vias públicas em locais estratégicos como praças centrais ou ruas (Coelho; Pinheiro, 2009).

Com o passar do tempo, as feiras livres foram tendo seu espaço reduzido, devido ao crescimento de outros meios de comercialização, no qual se destacam os mercados e hipermercados. No entanto, Segundo Coelho e Pinheiro (2009), as feiras contribuem para o meio comercial, no qual promovem o relacionamento de produtores e consumidores, de forma que o produtor passa a identificar com mais facilidade as necessidades e desejos de seus clientes perante seus produtos comercializados no local. De acordo com Sato (2007, p.99), a relação entre os feirantes e seus clientes pode ser explicada através de um meio contínuo de organização, com base na comercialização, cooperação e competição, porém destaca que a proximidade geográfica leva a desenvolver acordos com seus vizinhos, construindo desta forma regras de convivência em geral, válidas somente entre os feirantes.

Estes elementos se relacionam com a ideia já difundida na literatura, que é a das redes agroalimentares alternativas ou cidadãs, que dialogaria com o desafio de ocupar os espaços deixados pelo sistema convencional e proporia inovações nas formas de abastecimento (Darold e Rover, 2021; Perez-Cassarino *et al*, 2018). Estas novas formas estariam ligadas à aproximação entre produtores e consumidores, à revitalização do local e seus atributos, à revisão dos conceitos sobre qualidade dos produtos, remetendo à cultura, tradição, artesanidade e à natureza.

Diante disso, a principal característica das feiras livres é definida pelo seu caráter lúdico e intrínseco, no qual vai mais além do que um espaço físico de comercialização, mas constitui um ambiente de socialização que promove encontros e reencontros, roda de conversas e trocas de informações entre todos os indivíduos que a frequentam (Ribeiro, 2007). Neste sentido, ela contribuiria para uma melhor governança, que segundo Lima (2021), estimula ações em que os atores locais protagonizam e promovem o desenvolvimento regional. Segundo o mesmo autor, à medida que esses intervenientes experimentam as regiões e sentem que pertencem, o seu desejo de deixar um legado e um habitat saudável para os seus descendentes fortalece o seu interesse na sustentabilidade do desenvolvimento.

Dada a devida importância econômica, cultural, social e ambiental das feiras, o presente estudo teve por objetivo realizar um diagnóstico relativo ao funcionamento das mesmas nos municípios da Microrregião do Capanema, sudoeste do Paraná e entender a construção social destes mercados. Para tanto, buscou identificar a importância, motivações e dificuldades relatadas pelos feirantes em comercializar seus produtos na feira e compreender as articulações existentes entre eles e os gestores dos setores públicos na sua implantação e operacionalização.

No estado do Paraná, a maioria dos estudos realizados sobre feiras, centra-se em avaliar aspectos higiênico/sanitários dos produtos comercializados. No entanto, a tentativa de entender seu papel e os motivos pelos quais ainda subsistem são importantes para que as mesmas sejam fomentadas, beneficiando o público rural e urbano, mas também incrementando os estudos acadêmicos que tentam entender as dinâmicas por dentro destas cadeias curtas de abastecimento. Considerando que uma das dificuldades enfrentadas pelos agricultores familiares é a comercialização de seus produtos, a escolha desse mercado envolve diversos aspectos relacionados à produção e estratégias dos feirantes.

O artigo está estruturado em seis seções, além desta introdução. Na seção dois foi descrita a fundamentação teórica utilizada e na terceira seção o método empregado para a realização da pesquisa. Em seguida, foram apresentados os resultados e discussão da pesquisa, encerrando com as conclusões.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Para entender melhor o que está por trás destes mercados constituídos a partir das feiras onde o agricultor vende seus produtos diretamente para o consumidor, é necessário trazer para o debate como estas cadeias curtas são criadas, perduram e desenvolvem-se. A literatura internacional tem enfatizado estes movimentos como ‘alternativos’ ao modelo agroalimentar dominante caracterizado por cadeias longas de abastecimento e pautado no produtivismo e na padronização dos alimentos. As cadeias curtas de abastecimento alimentar projetaram-se como dimensões-chave nos novos padrões emergentes de desenvolvimento rural (Triches, 2010).

Segundo Marsden *et al.* (2000), entender a criação, a operação e o desenvolvimento de novas cadeias são significativamente importantes para abordar aspectos referentes ao novo paradigma de desenvolvimento rural em contraponto ao modelo produtivista. Por sua vez, para poder caracterizar uma cadeia curta como existente, segundo Marsden (2003), ela teria de ter a habilidade de engendrar alguma forma de conexão entre o consumidor e o produtor. Para o mesmo autor, não necessariamente ela estaria relacionada ao tempo e à distância percorrida, mas ao fato de o produto chegar ao consumidor embebido de informação, dando-lhe condições de fazer conexões e associações com um mínimo de dados sobre o lugar e o espaço onde foram produzidos, os valores e pessoas envolvidas e os métodos empregados. Opera-se com o princípio de que quanto mais “imerso” em um sistema de valores e práticas específicas um produto venha a ser, mais escasso ele é no mercado pela distinção de suas qualidades e proveniência.

Para Triches (2010), algumas questões devem ser salientadas para a compreensão dessas cadeias alimentares. Primeiro, a necessidade de um esforço centrado na teoria e prática dos atores, produtores, consumidores e outros, que mobilizam e animam/demarcam essas redes. Portanto, seria necessário entender como o agricultor utiliza-se de estratégias que diminuam os custos e otimizam a utilização dos recursos e como organizam-se para resistirem dentro do modelo de modernização da agricultura (Van der Ploeg *et al.*, 2000). Necessário também que essas novas cadeias sejam entendidas a partir não só de sua formação, mas também de sua demarcação e manutenção num processo social dinâmico e competitivo (Triches, 2010).

A natureza dessas ações enfatiza o engajamento de comunidades e de iniciativas locais que chamam a atenção para o componente social da ação econômica e da construção de novos mercados. Dessa forma, pontua-se que analisar a formação dos mercados pelo viés estritamente econômico é incorrer no erro de uma análise simplista (Triches, 2010). Teóricos sociais, como Polanyi (1980) e Granovetter (1985), argumentam que as relações sociais são mediadores das operações de mercado, e que valores, regras, laços e inter-relações, são importantes na definição das transações econômicas. Ao defender sua noção de “*embeddedness*”, ou seja, sua tese de imersão e imbricação da economia em outras instituições sociais, Polanyi (1980) vai identificar três princípios gerais de funcionamento dos diversos sistemas ou três modelos possíveis de integração social e econômica: a reciprocidade, a redistribuição, e o intercâmbio. Para Polanyi

(1980), a reciprocidade supõe uma estrutura de grupos simetricamente ordenada, a redistribuição depende da existência de um centro de poder no seio do grupo social que recebe e distribui os bens, e o intercâmbio fundamenta-se na existência de um sistema de mercado de concorrência, criador de preços. Os dois primeiros se distinguiriam do último por dependerem de códigos morais, por inserirem-se em um sistema de valores que se impõe às leis da oferta e da demanda (Sabourin, 2006).

Para Granovetter (1985), a pergunta de como comportamentos e instituições são afetados pelas relações sociais, constitui-se em uma questão clássica para a teoria social. Tentando refinar a ideia de Polanyi, o autor vai argüir que o comportamento está imbricado em redes de relações interpessoais, e que se deve evitar relacionar as formas de ação humana aos extremos de socialização (sub ou sobrevalorização). De um lado, há apenas o auto interesse ou, de outro, a internalização pura das regras sociais. Dessa forma, ou crítica as pressuposições economistas que julgam que o processo de mercado não é objeto sociológico de estudo, porque as relações sociais têm apenas um papel perturbador ou de atrito, mas não central nas sociedades modernas, e passa a chamar a atenção para o papel da confiança e da má conduta nestas relações.

Segundo Triches (2010), a Nova Sociologia Econômica passa a reconhecer a pluralidade dos mercados e a sua imersão nas relações sociais, retomando as ideias de Polanyi. As correntes teóricas do desenvolvimento rural que discutem a proximidade social, como a territorialidade e o capital social, salientam a importância das relações diretas na conformação dos mercados. Para Abramovay (2004), a sociologia econômica contemporânea tem concebido os mercados como resultados de formas específicas, enraizadas, socialmente determinadas de interação social e não como premissas dedutivas.

A partir destas literaturas seminais, as discussões sobre circuitos curtos de comercialização têm ficado cada vez mais em evidência como estratégias de acesso a mercados alternativos ao modelo industrializado de distribuição de alimentos, dentro de um esquema neoliberal. São assim entendidos como forma de resistência, onde os consumidores e os produtores geram acordos para sustentar um modelo alternativo de abastecimento alimentar (Parrado-Barbosa; Ruiz; Triches, 2022; Perez-Cassarino *et al.*, 2018). E, para Rover e Darold (2021) nessa visão ampliada, os governos teriam um papel catalizador, facilitador e acelerador por meio de políticas públicas e legislações que permitissem impulsionar a agricultura familiar, a agroecologia e os circuitos curtos.

3 METODOLOGIA DE PESQUISA

Esta pesquisa se caracteriza por um estudo de caso de abordagem qualitativa. O caso a ser analisado é a microrregião de Capanema (Figura 1), constituída por oito municípios, a saber: Ampére, Bela Vista da Caroba, Capanema, Pérola d'Oeste, Planalto, Pranchita, Realeza e Santa Izabel do Oeste. No entanto, os municípios de Pranchita e Bela Vista da Caroba não possuem feiras e dois municípios - Ampére, e Santa Izabel do Oeste - optaram em não participar desta pesquisa. Desta forma os municípios investigados foram Capanema, Pérola d'Oeste, Planalto e Realeza. Esta microrregião pertence à região sudoeste do Paraná, que é composta por 42 municípios com o total de 628.164 pessoas segundo o IBGE de 2020.

Figura 1 – Microrregiões do Estado do Paraná – 2017.



Fonte: Lesniewski (2017).

A coleta de dados se desenvolveu nos meses de julho de 2019 a fevereiro de 2020, na seguinte ordem: levantamento junto às prefeituras através dos gestores da Secretaria da Agricultura da existência de feiras, do número, funcionamento, número de agricultores participantes e produtos comercializados. Para obtenção desses dados foram utilizadas entrevistas semiestruturadas e observação participante. A entrevista foi aplicada com feirantes que estavam presentes no momento da coleta e que aceitaram participar das entrevistas. Além disso, observaram-se os critérios de venderem produtos derivados da Agricultura Familiar (AF) e terem no mínimo um ano de participação na mesma.

No município de Capanema foram entrevistados seis feirantes, sendo que neste local o número de agricultores era de vinte participantes. Já no município de Planalto, no momento das entrevistas estavam presentes oito agricultores /feirantes, sendo que destes, somente cinco aceitaram participar. No município de Realeza há oito boxes disponíveis, mas que aceitaram participar foram sete feirantes. O município de Pérola do Oeste possui quatro feirantes, todos participaram das entrevistas. Foram entrevistados quatro Secretários de Agricultura/Comércio e Indústria, diretamente ligados às feiras dos municípios supramencionados. Esta pesquisa contou com vinte e seis entrevistados de um total de quarenta e quatro indivíduos, sendo eles feirantes e gestores dos municípios estudados. Neste caso, a participação dos feirantes foi de 55% como pode ser visualizado na Tabela 1.

Os entrevistados foram codificados de forma a não serem identificados. Para tanto, usou-se a letra F para feirantes e G para gestor, seguido da letra inicial do município e o número. Assim, por exemplo, o feirante de Realeza será identificado como FR (número correspondente) e os gestores como GR (Realeza), GC (Capanema), GPe (Pérola) e GP (Planalto).

Tabela 1 – Categorização dos agricultores que participaram das entrevistas.

Municípios	Nº total de feirantes	Nº de feirantes que participaram do estudo
Capanema	20	6 (30%)
Perola do Oeste	4	4 (100%)
Planalto	8	5 (62,5%)
Realeza	8	7 (87,5%)
Total	40	22 (55%)

Fonte: Elaborado pelos autores, 2021.

Com embasamento nos materiais empíricos, foi realizada análise de conteúdo. Minayo (1996, p. 209) afirma que “fazer uma análise temática consiste em descobrir os núcleos de sentido que compõem uma comunicação, cuja presença ou frequência signifiquem alguma coisa para o objetivo analítico visado”. Segundo a mesma autora, a análise temática acontece em três fases: a pré-analítica, a de exploração do material e a de tratamento dos resultados obtidos e interpretação. A primeira seria apenas a organização do material para criar os indicadores que possam levar à análise final. Após submete-se este material a um estudo aprofundado, orientado, em princípio, pelos objetivos da pesquisa e referenciais teóricos, classificando, agregando e organizando os dados em categorias.

As categorias analisadas nesta parte da pesquisa foram relativas aos elementos que caracterizam os atores que as potencializam, as dificuldades, motivações, relações entre os atores, estratégias. O estudo foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) da Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS) sob o parecer nº 3.336.388, conforme determina a Resolução nº. 196/96 do Conselho Nacional de Saúde.

4 A CONSTRUÇÃO SOCIAL DAS FEIRAS DA MICRORREGIÃO CAPANEMA

As feiras livres analisadas são caracterizadas como feiras oriundas da agricultura familiar. Elas ocorrem durante a semana, como sábados e sextas – feiras. No caso dos municípios de Capanema e Planalto ocorrem nas sextas feiras a partir das 17h. Já no município de Pérola do Oeste, acontece nas sextas feiras das 14h até às 18hs 30 min. No município de Realeza ocorrem nas quartas feiras e sábados das 06h 30min. até 12hs00min. Analisando as entrevistas feitas com os feirantes, a faixa etária variou entre 45 e 70 anos e muitos deles já estão nesse ramo há algum tempo – de um até vinte anos - realizando a mesma atividade no local.

Observou-se grande diversidade de produtos como verduras e legumes, condimentos, frutas, pastéis e salgados, conservas de pimenta, pães, cucas, bolachas, queijos, leites, ovo caipira, carnes, principalmente, de frango, caldo de cana, todos produzidos pelos próprios feirantes, sendo alguns de produção orgânica.

Dentre os fatores que se destacaram para a construção social destes mercados, observaram-se como mais citados a renda extra, a questão da qualidade dos produtos e as relações sociais entre os próprios feirantes e os consumidores.

A questão econômica é um fator importante nas cadeias curtas de abastecimento, pois possibilita aos agricultores conseguirem vender seus produtos diretamente ao consumidor com

maior agregação de valor, aumentando suas rendas e viabilizando sua permanência no meio rural. Segundo um dos gestores, “*ter um produto de qualidade produzido por agricultores familiares têm uma fonte de renda a mais, evitando assim o êxodo rural, com uma variedade de produtos de qualidade sem atravessadores, ou seja, direto ao consumidor*” (GPe).

O fator renda foi verificado nas falas dos feirantes de todos os municípios, sendo um dos principais motivos para estarem presentes nas feiras livres: “*É muito importante e o nosso ganho pão e é daqui que sai tudo sabe o que nós podemos fazer na chácara vai sair vender na feira. Dependemos dela para sobreviver*” (F. Pl .01). “*Ah é muito bom dá sempre ser melhor uma renda extra né e além da amizade que a gente tem é muito bom*” (F.C.04). “*É um dinheirinho extra, e as amizades também são importantes, conheço muita gente boa que frequenta a feira e sempre faço amizades novas*” (F. R 04, F. Pe 01).

Este motivo é reforçado pelo relato dos gestores dos municípios como se pode identificar nestes trechos das entrevistas:

O Município de Capanema é caracterizado por produções na agropecuária oriundas da Agricultura Familiar. A Feira do Produtor se torna importante por ceder um espaço onde possa ter maior comercialização dos produtos, maior lucro do produtor, pois a venda é direta ao consumidor final (GC).

A feira do Produtor Rural é importante por ter possibilitado, através da organização dos produtores, o atendimento da população com produtos locais e de melhor qualidade. Melhorando a renda dos produtores, auxilia na fixação destas famílias no meio rural (GP).

Outros estudos já indicaram a importância desta renda para os feirantes (Palmeira, 2014; Cassol, 2013; Godoy, 2005) e em alguns casos a feira é a principal fonte de receitas (Cassol, 2013) a depender do volume, variedade e tipo de produtos oferecidos. No entanto, nestes mercados observa-se que outras formas de integração social e econômica ocorrem. Ou seja, ele não é um mercado puramente de intercâmbio (dentro de um sistema de mercado de concorrência, criador de preços), mas as relações sociais são essenciais na sua construção e manutenção. Dentre estas razões sociais, observou-se nesta pesquisa a construção de ‘qualidades’ dos produtos mediada pelas relações de confiança e de familiaridade.

Observa-se nos depoimentos acima que a qualidade dos produtos surge como uma característica intrínseca: “*ter um produto de qualidade produzido pela agricultura familiar com qualidade*” (GPe). Segundo estudos, a qualidade dos produtos ofertados nas feiras é o que tem mais atraído consumidores e isto vem se consolidando como referência e têm papel fundamental no desenvolvimento da agricultura familiar e na manutenção destes canais de comercialização (Cassol, 2013; Coutinho, Neves; Silva, 2006). Estas qualidades não são necessariamente relativas às questões higiênico-sanitárias, mas dialogam com o processo de produção (tradicional, artesanal, sem agrotóxicos, sem aditivos químicos) e com as relações de confiança entre produtores e consumidores.

Neste sentido, no município de Realeza as declarações dos feirantes em relação a amizade e convívio com seus colegas de feira e clientes foram consideradas: “*Convívio com as pessoas, renda, amizades novas que faço* (F.R 02)”. Em outros momentos das entrevistas, vários feirantes relataram que distração e amizade são fatores importantes para eles:

Eu pra mim uma distração pela bem é verdade eu gosto do que eu faço e gosto de vir aqui também por acaso que tu começa conversa com várias pessoas assim só tá em casa, mas tem os vizinhos ao redor é né e aqui a gente faz amizade e brinca dá risada distração mesmo, tá na mão dada, uma coisa assim eu gosto muito (F C. 03).

Aqui a gente interage com muita gente. A maioria se torna amigos mesmo, divide problemas conta as novidades da semana, a gente acaba compartilhando sobre a vida familiar, saúde, às vezes até a gente fica agoniado para chegar o próximo sábado para se encontrar, né? É dividir a vida da gente (F. C 05).

Identificou-se que nas quatro feiras visitadas os depoimentos são muito semelhantes em relação à amizade, renda e familiaridade. Todavia, a feira denomina-se como um bem especial da sociedade no instante em que aborda as circunstâncias econômico-culturais, dado que, na oferta/procura de mercadorias as relações de troca atravessam valores materiais. A amizade e a familiaridade consolidam relações de reciprocidade, onde a confiança se fortalece na troca entre a fidelidade do cliente ao feirante e na obrigação deste em oferecer o melhor produto. Assim, considera-se que a feira abrange um comércio caracterizado no vínculo social entre agricultores e consumidores o que não necessariamente ocorre em outros mercados convencionais e pessoais.

Na feira ocorre mutualidade que provém das mais variadas interações existentes no ato da compra de determinado produto, definindo assim um modo peculiar de comercializar, atendendo não apenas ao consumidor, mas afunilando as relações entre feirante e freguês. A percepção da função econômica da feira movimenta-se pelas diversas áreas do conhecimento. No momento em que os feirantes não estão atendendo, foram observados alguns aspectos como estarem tomando chimarrão entre eles, conversando com seus colegas ou fregueses, uma roda de conversa ou até mesmo observando o movimento local. As feiras-livres analisadas caracterizam-se como lugar do encontro, do reencontro, lugar de conversa. O dia da feira é, portanto, a ocasião para atualizar as conversas para discutir política, comprar, vender, enfim é o dia do movimento na cidade (Cardoso; Maia, 2007, p.528).

Estes aspectos sociais poderiam responder ao fato das feiras livres serem um dos modelos mais antigos de comercialização, que vem resistindo apesar de outros canais de distribuição de produtos como *shopping centers*, lojas de conveniências, supermercados e hipermercados. Neste sentido, as feiras livres vão muito além do aspecto econômico sendo também ambientes favoráveis às relações de sociabilidade. Aguiar (2007 p. 6) afirma ser "um centro natural da vida social". Diante disto a feira não se caracteriza apenas como um mercado onde há oferta e procura de produtos, mas é também um lugar das relações de sociabilidade, dos saberes e dizeres, ou seja, um lugar sociocultural como frisado por um feirante:

Temos fregueses fixos de muitos anos: 'É que assim não é só uma questão financeira, sabe? A gente acaba realmente assim tendo afinidade, entendeu? Entre o cliente e a pessoa que vende sabe, a gente tem uma amizade forte, não é só negociar não, é ter amizade também' (F/R 05).

Diante disso, as feiras se constituem como lugar ligado ao sentimento de pertencimento, enraizamento, conectividade e familiaridade que indivíduo ou grupos atribuem a determinado "local", ou seja, tudo que envolve as emoções humanas. Percebe-se a existência de outros determinantes envolvidos na opção do produtor e do consumidor pela feira livre. São relações intrínsecas e subjetivas, que Godoy (2005) chama de "sagrado da feira". Eliade (2008) argumenta em favor de que o sagrado pode ter conotação diferente para cada cultura, define

isso como uma questão de relação entre o espaço e o tempo. O ambiente favorável de conversa da feira-livre pode ser sagrado ao feirante e ao consumidor, bem como, a comemoração no dia da feira-livre se revela na exposição de seus produtos. A autora coloca ainda que o rito pelos alimentos é milenar, transpondo a explicação é possível admitir que o consumidor se lembre de paisagens especiais quando está comprando. Um exemplo disso pode ser a simples aquisição de um pão feito em um forno à lenha que lembra o sítio da avó, se reportando há um tempo a um local que estão ligados por questões sentimentais.

Prosseguindo na interpretação do sagrado, a feira-livre acrescenta especificidades na questão da comercialização. Percebe-se que entre os produtores além da questão monetária, o dia de feira-livre pode ser um espaço festivo, um momento de rever os amigos e de um ritual que vai desde ofertar um chimarrão, até reforçar as questões da cultura popular, sendo razoável admitir que a sociedade possa ter valores que vão muito além dos aspectos mercadológicos e da monetarização. Barros (2009, p.154) ao estudar a feira-livre de Abaetetuba no Pará, aborda as diferentes peculiaridades presentes nesse espaço singular, mostrando que “as pessoas vão à feira-livre para encontrar os amigos, para conversar sobre os mais diversos assuntos, dentre eles religião e política; amiúde, também serve como local para divulgar segredos alheios, e até para conquistar namorado (a)”. Nas feiras-livres estão presentes os “guardiões culturais”, um termo ainda em adequação que descreve aqueles que mantêm as sementes (animais e vegetais) guardando ainda receitas e comportamentos típicos que diferenciam este espaço de comercialização, com encontro direto entre produtores e consumidores a partir de notáveis saberes que produzem diferentes sabores.

Portanto, diferente da maioria dos outros mercados convencionais, onde só o intercâmbio está presente, nestas feiras, as relações sociais/culturais as constroem em grande medida, demonstrando o quanto ainda elas são enraizadas nos costumes locais e nas relações pessoais. Neste contexto, importa também identificar as dificuldades e como elas vêm sendo enfrentadas por estes diferentes atores e municípios.

5 O QUE SE PODE MELHORAR PARA FOMENTAR ESTES MERCADOS?

No que diz respeito às dificuldades encontradas por os que fazem as feiras, a pesquisa permite identificar que os feirantes e gestores falam sobre a estrutura do local e algumas dificuldades encontradas para conseguir ter um local apropriado e novos participantes - *"Melhorias no espaço". Em dias de chuva, o escoamento de água é lento e a rua coberta quando foi construída não colocaram calhas, com isso dificultando a comercialização dos produtos"* (GR).

Então, o município tem agido assim para a melhoria desses locais aqui em Realeza, onde a feira tem uma estrutura própria que é um dos únicos municípios aqui da região que tem estrutura para cada produtor. Os boxes foram feitos nos últimos quatro anos e alguns foram aumentados no decorrer dos anos. A gente da Secretaria de Comércio e Indústria trabalha com as ações de divulgação de melhoria na questão do relacionamento deles com o cliente. Por isso que a feira veio para nossa Secretaria, pra gente continuar desenvolvendo essas ações. Boxes são distribuídos para cada produtor poder se organizar assim seus produtos. Nossa feira é uma das únicas aqui da região que tem boxes com tudo. Já em Beltrão tem a rua coberta, mas aí eles têm que alugar a parte de cima das estruturas e tal né. A Associação dos produtores tem que se virar com toda essa parte aí da estrutura, então aqui o produtor tem uma

vantagem que ele tem um espaço pronto, ele só tem que chegar e se organizar com o produto (GR).

Porém alguns feirantes têm destacados alguns pontos negativos sobre as estruturas existentes em alguns locais, mencionando que foram feitas algumas promessas como se pode observar no seguinte relato:

Isso aqui olha o que era prometeram aqui, não foi feito. O que era pra ser feito aqui não foi feito. Não era só pra ser coberta, cada tendinha dessa aqui era pra ser fechado, se terminava aqui limpava e fechava ali, não precisava ficar fazendo a mudança pra cá e pra lá. Então eles fizeram essa cobertura mais em vista do que estava antes ali na outra rua está um pouco melhor, aqui choveu tu está protegido, se a chuva não está com vento. Se a chuva está com vento aqui se molha tudo vem enxurrada daqui pra lá Vista o que era antes, mas não é o que foi prometido (F.C 02).

Já em outra cidade houve relatos de que estão contentes com a estrutura existente - "São muito boas, não precisa de melhor, você vem aqui já está tudo montado, só abrir o Boxe, tem geladeira, água, e banheiro, nos dias de chuva e frio você está protegido, muito bom" (F.R 01).

A partir desses relatos se pode identificar que há diferenças entres as feiras, começando pela estrutura dos locais. Em três locais há espaço bem definido e com estruturas como uma rua coberta no caso da Feira livre do município de Capanema, porém as barracas ainda são de madeira e abertas e sem banheiros no local. Já no município de Realeza e de Perola do Oeste há boxes de alvenaria bem fechados e com banheiros. No município de Planalto o espaço é totalmente aberto, sem proteção nenhuma em meio às árvores, em uma praça, segundo relatos dos feirantes "é muito complicado estar ali, ainda mais em dias de chuva" (F.PL 04).

Destaca-se outro ponto importante evidenciado nesta pesquisa que são as dificuldades relatadas pelos gestores dos municípios sobre a inclusão de novos participantes e também nas questões de legalização desses feirantes:

[...] Sim as feiras de produtores pegando uma diversidade bastante grande que é a questão legal e como as feiras são espaço público normalmente tem que se fazer um processo de concorrência para escolher quais são os produtores que vão se instalar. Numa feira ou não o Ministério público não está mais permitindo que a gente deixe livre, que possa vir qualquer produtor que tem o produto em qualquer época, eles querem que façam uma espécie de licitação né. Então no começo a gente teve bastante dificuldade até regularizar essa questão legal. Essa parte aí eu acho que você pode definir mesmo como a questão legal e aí, a continuidade, a maior dificuldade. Onde você promove uma feira, tem que ter um público consumidor pro agricultor não ficar desmotivado pra produzir. Ele tem que ter uma frequência de produto da feira até as pessoas se habituaram à feira em vez de comprar no mercado (GR).

Assim como a participação do mesmo onde foram identificados que neste ponto algumas vezes o que ocorre é que por parte dos agricultores locais não há muito interesse por parte desses agricultores: Existe dificuldade de novos participantes ingressarem na feira pelos próprios produtores não aceitarem. Mas sempre que libera uma vaga, outro produtor já ingressa no espaço. Atualmente, não temos produtores na fila de espera (GC).

Existem dificuldades de novos produtores ingressarem por motivos de espaço local. (GPe).

Verifica-se no conjunto de relatos dos feirantes e gestores uma convergência no que deve ser melhorado nas feiras livres. Em síntese, as respostas se concentraram em melhorias, tanto na organização, quanto na infraestrutura. Além disso, apareceram relatos dos feirantes e gestores de haver uma necessidade de uma maior divulgação das feiras, com intuito de atrair o público, como também uma maior valorização desses espaços e apoio por parte do poder público.

Em relação às articulações existentes entre os setores públicos e os agricultores, observou-se que diante da implantação e operacionalização das feiras, existem algumas divergências e contradições, onde os setores públicos relatam que existe uma assistência e ajuda por parte das Secretarias na questão de produção e aquisição. Porém, por parte dos agricultores entrevistados não existem muitos incentivos, principalmente na questão da comercialização e distribuição dos produtos que são produzidos pelos agricultores familiares. Como pode se identificar no depoimento “*Nenhum incentivo por parte da prefeitura*” (F.C 06) ele é uníssono em todos os locais.

Já por parte dos gestores há relatos de que existem incentivos por parte do poder público como pode se destacar nos próximos depoimentos em relação à produção e comercialização: “*Capacitação através de cursos em parceria com o SENAR, espaço com barracas cedidas gratuitamente para comercialização dos produtos* (GC). Bem como por parte do gestor do município de Realeza: “*Em relação à comercialização dos produtos pela feira temos uma página oficial deles é uma página de Facebook aonde a gente faz a promoção do produto que eles têm pra vender no final de semana então eles passam as fotos a gente coloca*” (GR). O gestor de Pérola do Oeste também menciona alguns incentivos prestados pela secretaria mencionando que “*existem capacitação através dos cursos em parceria com o Senar, espaços cedidos ou repassados pela prefeitura*” (GPe). Em alguns momentos também existem concordâncias desses pontos, como no depoimento de um feirante: “*Tem o incentivo no caso da merenda escolar e na divulgação dos produtos pela secretaria de indústria e comércio que fazem a divulgação da feira*” (F. R 05).

Segundo os entrevistados, o principal motivo de insatisfação está relacionado com a infraestrutura. Em termos de estrutura física e sanitária, identificou-se que somente o município de Realeza conta com uma estrutura que se aproxima do adequado. Em outros municípios, o cenário das feiras-livres ainda são barracas improvisadas, muitas deles de lona, falta de banheiros, lixeiros e bancos para descansar, demonstrando que as feiras não são tão prioritárias assim. Questões estruturais também são relatados no estudo de Pereira *et al.* (2023) que evidenciaram que os principais problemas apontados com relação à feira se referiam à falta de fiscalização, falta de banheiros (poucos e inacessíveis para alguns feirantes), calçamento e segurança.

Outra dificuldade também mencionada está ligada ao transporte dos produtos até os locais das feiras, onde muitos feirantes mencionam que não existe um incentivo nessa questão. Os feirantes entrevistados estão em média distantes 5 a 8 quilômetros da cidade, possuem automóvel particular e relataram que nas suas famílias as esposas possuem carteira de habilitação o que facilita o deslocamento. Utilizam a mesma viagem para vender também nos mercados locais além de fazer compras. Em alguns casos há a menção de que foi prometido um caminhão por parte da prefeitura para realizar este transporte dos produtos: “*Diz que compraram um caminhão para nos trazer nossos produtos até a cidade, só que nunca chegou aqui esse caminhão então não sei não se isso é verdade*” (F. R. 05).

Existe certo consenso entre as instituições que representam a Agricultura Familiar regional de que não se tem políticas específicas para feiras-livres e que os recursos via secretaria da agricultura municipal são ínfimos, em alguns casos a própria prefeitura tem dificuldade de dizer da existência ou não da feira em seu município, além da falta de orçamento específico para a atividade, o que reforça o já exposto por Coelho e Pinheiro (2009).

Por outro lado, os feirantes recriam alternativas, como a venda em domicílio, novas formas de aperfeiçoar as embalagens, e produtos transformados como, por exemplo, a mandioca descascada ou a batata assada, que agregam mais valor. Alguns consideraram que, a partir do ingresso em uma associação ou cooperativa, passaram a usufruir de um local fixo, limpo, espaçoso, coberto, com banheiros e água potável. Outra forma de conseguirem maior suporte foi a partir da união entre os feirantes, que segundo os mesmos, os fez terem acesso à capacitação e assistência técnica. No estudo de Jandrey, Shultz e Souza (2018), os autores demonstram que em situações em que a feira participa mais na porcentagem total de produtos comercializados, os produtores acessam mais canais de comercialização secundários, confirmando o quanto este mercado pode auxiliá-los de diversas formas.

Porém, os feirantes esperam que a Prefeitura Municipal através das Secretarias da Agricultura ajude a interferir nos problemas mais graves de relacionamento, uma espécie de “apagar incêndio”, o poder que “os de fora” têm para avaliar e propor. Do ponto de vista dos gestores entrevistados, existe uma falta de sincronia, muitas coisas acertadas não são cumpridas, em especial, a questão da sanidade animal, que apesar da fiscalização, por vezes, se percebe o descumprimento de alguns quesitos.

As dificuldades observadas e a contraposição dos discursos de feirantes e gestores demonstram que, embora haja uma confluência de interesses entre o Estado e os agricultores em viabilizar as feiras nos municípios, alguns pontos ainda se mantêm dissonantes. Mesmo que os gestores relatem ações de incentivo, observam-se, pela falta de estrutura em vários locais, que as feiras não são prioridades. Priorizar políticas e programas que visem a reprodução da agricultura familiar dando atenção para a comercialização de seus produtos é fundamental para fomentar a produção de alimentos para abastecer o mercado interno com preços justos pagos aos agricultores, sem onerar os consumidores. As cadeias ou circuitos curtos viabilizados pelas feiras parecem ainda não serem devidamente notados pelos governos locais como ações importantes de segurança alimentar e nutricional e desenvolvimento rural.

Por outro lado, se observou que por parte dos feirantes, foram raras as reações organizadas, dadas pela ampliação destas discussões junto aos pares e às entidades representativas como os Sindicatos Rurais, que surtiram efeitos junto aos órgãos decisórios e que levassem à solução dos problemas sentidos. Ou seja, as organizações sociais da AF poderiam ser mais efetivas nos casos estudados para levar as demandas dos agricultores ao poder público, favorecendo o diálogo deste segmento com os gestores. Dessa forma, as reclamações não ficariam apenas como retóricas, mas atingiriam o objetivo de alcançar as mudanças necessárias para que as feiras tivessem mais estrutura e fossem incrementadas. Neste sentido, verifica-se que faltam diálogos e articulações efetivas entre os lados interessados para melhor viabilizar estes mercados, corroborando com o estudo de Pereira *et al.* (2023). Na pesquisa destes autores com feirantes de Itajubá (MG), observou-se tentativas de organização em comissão, para que houvesse melhor diálogo com a prefeitura municipal, porém, com desmobilização por parte de alguns feirantes. Diante disso, concorda-se com estes autores quando apontam que a construção de diálogo entre feirantes e prefeitura, através de algum tipo

de organização, poderia assegurar a proposição de ações mais cooperadas em favor da feira e dos feirantes, com potencial para elaboração de programas de desenvolvimento rural.

Segundo Araújo e Ribeiro (2018), ao realizarem uma revisão de literatura sobre feiras livres, verificaram que em geral, os principais programas públicos de fomento às feiras no Brasil são criados por iniciativa do poder público municipal. No entanto, avaliam que estas políticas não deveriam se restringir ao local de comercialização e ao transporte, mas também à melhoria dos sistemas produtivos, microfinanciamento, certificação de origem de produtos rurais, além de atividades de capacitação dos AFs para fins de beneficiamento e formas de produção.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As feiras livres são importantes espaços não só por serem um ponto de venda dos mais variados tipos de alimentos (em sua maioria in natura), mas também pela sua relevância social e por remeter à tradição e à cultura, configurando a identidade de um lugar e de uma sociedade. Assim, desempenham um papel importante para economia local e para reprodução social, onde seu diferencial reside na venda direta de seus produtos, e na possibilidade do consumidor estar em contato com o feirante, estabelecendo um elo de confiança, convívio e amizade.

No contexto de muitas cidades no Brasil, ainda apresentam no universo contemporâneo, papéis fundamentais na geração de renda, promoção da segurança alimentar, da agricultura familiar, sociabilidade, identidade cultural e de construção social. Neste sentido, é de extrema relevância, pensar as feiras livres enquanto espaços de construção cultural e social. Essas características das feiras e feirantes, tanto no modo de produzir, como comercializar os produtos, assim como os valores e relações estabelecidas em torno dos alimentos são fatores importantes para promoção da segurança alimentar e nutricional.

De posse dos dados obtidos, pôde-se constatar que, embora bastante satisfeitos com a profissão e com o ambiente de trabalho, estes profissionais ainda esbarram em dificuldades estruturais no seu cotidiano, que poderiam ser resolvidas a partir da adoção de algumas mudanças. Outra característica observada durante a pesquisa é o distanciamento e a desunião de alguns integrantes do setor estudado, fazendo com que os problemas e dificuldades se agravem ainda mais e tornando as coisas pequenas e de fácil resolução em grandes transtornos.

Devido ao fato de as feiras livres serem compostas por pequenos agricultores, que não possuem condições de fazer uma promoção da feira para atrair consumidores, e nem condições de se organizarem sem a ação dos órgãos públicos, iniciativas em prol do desenvolvimento e valorização destes trabalhadores são muito pertinentes. Neste contexto, é fundamental que a feira livre passe a ser percebida como uma ação social de valor para a comunidade, pois, além de um patrimônio cultural da cidade e um canal de comercialização diferenciado, ainda oferece uma alternativa econômica e social para muitos agricultores familiares. Além disso, quando entendida como um negócio, este canal de comercialização passa a representar um instrumento de políticas públicas e gerador de emprego e renda para o município.

Portanto, para trabalhos futuros, aponta-se para a necessidade de mais estudos que identifiquem as peculiaridades das feiras livres enquanto mercado construído socialmente, e entendam quais as dificuldades relatadas pelos feirantes e gestores para a sua implementação e continuidade. Isso possibilitaria vislumbrar ações, políticas e programas futuros para possíveis

melhorias em suas condições para continuarem sendo um locus de relações econômicas e de sociabilidade. Ademais, este é um importante equipamento de Segurança Alimentar e Nutricional que deve ser incentivado para que as pessoas do meio urbano possam ter acesso a produtos de qualidade e com preços mais acessíveis e que os agricultores familiares possam comercializar seus produtos, os auxiliando em suas rendas e em suas condições de reprodução social.

REFERÊNCIAS

ABRAMOVAY, Ricardo. Entre Deus e o diabo: mercados e interação humana nas ciências sociais. **Tempo Social**, v. 16, n. 2, 2004. Doi: <https://doi.org/10.1590/s0103-20702004000200002>.

AGUIAR, Audrey Merlin Leonardi de. **O desafio do associativismo na agricultura familiar**: o caso dos Produtores Rurais Feirantes do Município de Pato Branco-PR PONTA GROSSA 2007. 2007. 161 f. Dissertação (Mestrado em Sociedade, Direito e Cidadania) - Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, 2007.

ARAUJO, Alexandro Moura; RIBEIRO, Eduardo Magalhães. Feiras, feirantes e abastecimento: uma revisão da bibliografia brasileira sobre comercialização nas feiras livres: Feiras, feirantes e abastecimento: uma revisão da bibliografia brasileira sobre comercialização nas feiras livres. **Estudos Sociedade e Agricultura**, v. 26, n. 3, p. 561–583, 2018. Doi: <https://doi.org/10.36920/esa-v26n3-4>.

BARROS, Flavio Bezerra. Sociabilidade, cultura e biodiversidade na Beira de Abaetetuba no Pará. **Ciências Sociais**. Unisinos, v. 45, n. 2, maio-ago. 2009. p 152 – 161.

CARDOSO, C. A. A; MAIA, D. S. Das feiras às festas: as cidades médias do interior do nordeste. In: SPOSITO, M. E. B. **Cidades médias**: espaços em transição. São Paulo: Expressão Popular, 2007. p. 517-550.

CASSOL, Abel. **Redes agroalimentares alternativas**: mercados, interação social e a construção da confiança. 2013. 186 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013

COELHO, Jackson Dantas; PINHEIRO, J. C. V. Análise das formas de governança dos feirantes que atuam nas feiras livres de Cascavel e Ocara. In: Congresso da SOBER, 47. **Anais [...]** 2009.

COUTINHO, E.P.; NEVES, H.C.N.; SILVA, E.M.G. Feiras livres do brejo paraibano: crise e perspectivas. In: Congresso da Sociedade Brasileira de Economia e Sociologia Rural, 44. **Anais [...]**. Fortaleza: CE, 2006. 1 CD-ROM.

ELIADE, Mircea. **O Sagrado e o Profano**: a essência das religiões. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

GODOY, Wilson Itamar. **As feiras livres de Pelotas-RS: estudo sobre a dimensão socioeconômica de um sistema local de comercialização**. Pelotas: UFPEL, 2005. 284p. Tese (Doutorado em Produção Vegetal) – Faculdade de Agronomia Eliseu Maciel. Universidade Federal de Pelotas. Pelotas, 2005.

GRANOVETTER, Mark. Economic action and social structure: The problem of embeddedness. **Journal of Economic Sociology**, v. 3, n. 3, p. 44–58, 2002. Doi: <https://doi.org/10.17323/1726-3247-2002-3-44-58>.

JANDREY, Willian Fontanive; SCHULTZ, Glauco; SOUZA, Marcelino de. Canais de comercialização em sistemas orgânicos de produção familiares na região da serra gaúcha, **DRd - Desenvolvimento Regional em debate**, v. 8, n. 1, p. 25–47, 2018. Doi: <https://doi.org/10.24302/drd.v8i1.1717>.

LESNIEWSKI. Mapa administrativo e político do Paraná. **Depositphotos**, 2017. Disponível em: <https://br.depositphotos.com/149208260/stock-illustration-parana-administrative-and-political-map.html>. Acesso em: 10 maio 2020.

LIMA, Jandir Ferrera de. Desenvolvimento regional sustentável. **DRd - Desenvolvimento Regional em debate**, v. 11, p. 132-143, 29 jun. 2021. Doi: <https://doi.org/10.24302/drd.v11.3454>

MARSDEN, Terry. **The condition of rural sustainability**. Assen: The Netherlands, Van Gorcum, 2003.

MARSDEN, Terry; BANKS, Jo; BRISTOW, Gillian. Food supply chain approaches: Exploring their role in rural development. **Sociologia ruralis**, v. 40, n. 4, p. 424–438, 2000. Doi: <https://doi.org/10.1111/1467-9523.00158>.

MINAYO, Maria Cecília. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. São Paulo: Hucitec, 1996.

MOREL, Aline Pereira Sales; REZENDE, Liviane Tourino; SETTE, Ricardo de Souza. Negócio feira livre: análise e discussão sob a perspectiva do feirante. **Revista Extensão Rural**, DEAER – CCR – UFSM, Santa Maria, v. 22, n. 4, out./dez. 2015.

PARRADO-BARBOSA, Alvaro. RUIZ, Eliziane Nicolodi; TRICHES, Rozane Marcia; (Org.) **Sustentabilidade, circuitos curtos de abastecimento e compras públicas de alimentos**. 1. ed. Chapecó: Editora UFFS, 2022.

PEREIRA, Viviane Guimarães; PEREIRA, Miguel de Souza; BRITO, Tayrine Parreira; GOULART, Ana Luiza Vieira; PEREIRA, Samanta Borges. Expressões econômicas da feira-livre: perfil e perspectiva dos feirantes. **Revista NUPEM**, v. 15, n. 35, p. 205–225, 2023. Doi: <https://doi.org/10.33871/nupem.2023.15.35.205-225>.

PEREZ-CASSARINO, Julian; TRICHES, Rozane Marcia; BACCARIN, José Giacomo e TEO, Carla Rosane Paz Arruda. (Org.). **Abastecimento alimentar: redes alternativas e mercados institucionais**. [S. l.]: Editora UFFS, 2018.

POLANYI, Karl. **A grande transformação**: as origens de nossa época. Rio de Janeiro: Ed. Campus, 1980.

RIBEIRO, Eduardo Magalhães. **Feiras do Jequitinhonha**: mercados, cultura e trabalho de famílias rurais no Semiárido de Minas Gerais. Fortaleza: UFL, 2007.

ROVER, Oscar José; DAROLT, Moacir Roberto. (Org.) **Circuitos curtos de comercialização, agroecologia e inovação social**. Florianópolis, SC: Estudio Sempelo, 2021.

SABOURIN, Erik Pierre. A qualificação das transações econômicas: aportes e limites da contribuição de Karl Polanyi. ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS, 30. 2006. Caxambu. **Anais [...]**. Caxambu, 2006.

SATO, Leny. Processos cotidianos de organização do trabalho na feira livre. **Psicologia & sociedade**, v. 19, n. spe, p. 95–102, 2007. Doi: <https://doi.org/10.1590/s0102-71822007000400013>.

TRICHES, Rozane Marcia. **Reconectando a produção ao consumo**: a aquisição de gêneros alimentícios da agricultura familiar para o Programa de Alimentação Escolar. 2010. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Rural) – Faculdade de Ciências Econômicas da UFRGS, Porto Alegre, 2010.

VAN DER PLOEG, Jan Douwe *et al.* Rural development: From practices and policies towards theory. **Sociologia ruralis**, v. 40, n. 4, p. 391–408, 2000. Doi: <https://doi.org/10.1111/1467-9523.00156>.