

FEIRAS COMO MERCADOS TERRITORIAIS – UMA PROPOSTA DE ANÁLISE

FAIRS AS TERRITORIAL MARKETS - AN ANALYSIS PROPOSAL

Maria Sirlene da Cruz

Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul – PGDR/UFRGS

Integrante do Grupo de Estudos em Agricultura, Alimentação e Desenvolvimento (Gepad/UFRGS)
sirlenecruz.mg@gmail.com

Sergio Schneider

Professor Titular de Sociologia do Desenvolvimento Rural e Estudos da Alimentação na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)

Coordenador do Grupo de Estudos em Agricultura, Alimentação e Desenvolvimento (Gepad/UFRGS)
schneide@ufrgs.br

Grupo de Trabalho (GT): GT05. Agricultura familiar e ruralidades

Resumo

Nos anos recentes, afloram estudos sobre sistemas alimentares. No Brasil, uma vertente destes estudos se encontra no campo das ciências sociais e concentra esforços para compreender em que medida os espaços sociais de trocas econômicas, tais como as feiras, imprimem características muito específicas em determinados territórios. Esse trabalho tem como objetivo demonstrar, conceitualmente, que as feiras podem ser analisadas a partir dos referenciais de mercados territoriais e discute a importância de instrumentos metodológicos para diagnóstico e análise desses mercados.

Palavras-chave: Mercados territoriais. Feiras. Inovações metodológicas.

Abstract

In recent years, studies on food systems have surfaced. In Brazil, one strand of these studies is in the field of social sciences and concentrates efforts to understand to what extent social spaces of economic exchanges, such as fairs, imprint very specific characteristics in certain territories. This paper aims to demonstrate, conceptually, that fairs can be analyzed based on territorial markets and discusses the importance of methodological tools for the diagnosis and analysis of these markets.

Key words: Territorial markets. Fairs. methodological innovations.

1. Introdução

No Brasil, as feiras alimentares conformam uma paisagem peculiar de muitas cidades: seus efeitos estão na economia local/regional, no enraizamento social, na identidade territorial e na pauta alimentar diversificada. Estudos revelaram que feiras são locais primordiais para o acesso a alimentos produzidos nas imediações geográficas de um determinado lugar, sendo mercados fortemente regulados e controlados por normas costumeiras e informais (Ribeiro, 2007; Cruz, 2019).

Com o intuito de compreender as feiras como “mercados territoriais”, inicialmente examinamos os trabalhos de Raffestin (1993) e Lopes de Souza (2009) que nos permitem uma reflexão sobre o conceito de “território”. Esses autores elucidaram que um território pode ser definido como o espaço no qual agentes e atores atuam de modo a se apropriarem de seu

controle, promoverem formas de dominação ou expressar o modo pelo qual as relações de poder atuam em um determinado espaço.

Os mercados territoriais ou “*territorial markets*” é um conceito adotado pelo Comitê de Segurança Alimentar da FAO, no ano de 2016, e vem sendo utilizado em estudos recentes. A partir desses conceitos, entendemos que os mercados territoriais se caracterizam como espaços sociais nos quais ocorre um processo de interação entre atores sociais que realizam trocas econômicas e intercâmbios de bens, produtos e mercadorias em que dispositivos, socialmente construídos, são utilizados para regular e coordenar essas trocas.

Nesse trabalho, o nosso objetivo é mostrar que as feiras podem ser analisadas como mercados territoriais uma vez que as relações sociais são construídas com base no contexto sócio-histórico e cultural específico. Portanto, elas resultam dos processos de construção social nos quais os atores se articulam e interagem entre si num determinado território. E, para isso, apresentamos os avanços metodológicos sobre o assunto como uma oportunidade para ampliar o foco das discussões sobre como estes mercados se estruturam e funcionam.

2. A importância de ferramentas metodológicas para estudo de mercados territoriais

Conforme destacamos, as relações de trocas entre atores sociais e agentes econômicos resultam em diferentes estratégias adotadas por agricultores para acessar mercados. Esses mercados onde se vendem ou trocam diferentes tipos de produtos, conforme sua especificidade, tendem estar enraizados nos espaços onde se inserem e contribuem para assegurar o abastecimento urbano e a segurança alimentar, os quais podem ser considerados mercados territoriais (Schneider, 2016; Cruz; Schneider, 2022).

A proposta de analisar as feiras nos marcos dos referenciais de mercados territoriais requer um aprofundamento no que se refere a instrumentos metodológicos. Nesse sentido, entendemos os desafios das pesquisas do tipo qualitativa que sejam capazes de explorar e captar as percepções dos atores sociais envolvidos nesses mercados. Antes de mais nada, acreditamos que seja essencial compreender esses espaços de trocas a partir das relações de poder que ali se formam, ou seja, o território é a expressão de um conjunto de relações de poder multidimensionais, sejam estas sociais, econômicas ou culturais (Raffestin, 1993).

Nos estudos recentes, surgiram contribuições metodológicas relevantes que utilizaram roteiros semiestruturados e do tipo escala *likert* como instrumentos de coleta de dados. Dentre eles, podemos citar a proposta de Salvate (2019) para analisar “mercados imersos”, a metodologia proposta pela FAO (2021) para mapeamento e diagnóstico de mercados territoriais e o estudo de Almeida (2022) que analisou a dimensão territorial da manga Ubá em Minas Gerais.

Dimensões e variáveis para análise de mercados territoriais

A proposta metodológica para diagnóstico de mercados territoriais que aqui se apresenta busca fornecer informações empíricas para analisar a estrutura e o funcionamento dos mercados, os níveis de similaridades e diferenças entre os mecanismos de ordenamento das trocas locais e os aspectos de infraestrutura e recursos que operam em favor do funcionamento desses espaços.

Como um avanço na literatura sobre feiras, o nosso esforço será de demonstrar uma proposta de dimensões e variáveis que conformam esses mercados. Essas dimensões englobam

valores culturais, identitários e históricos específicos que conformam instituições tais como confiança, qualidade, interconhecimento, barganha e reciprocidade, por exemplo.

De forma sintética, destacamos cinco dimensões que podem contribuir para esse debate. As dimensões “distintividade”, “governança” e “infraestrutura sociomaterial” foram adaptadas do trabalho de Salvate (2019) e as dimensões “simbólico-cultural” e “socioespacial” tem origem no trabalho de tese de doutorado (em andamento) da autora principal.

Simbólico-cultural

Propõe analisar os mercados territoriais a partir de variáveis que considerem práticas sociais enraizadas, a continuidade ou permanência de costumes e valores de um grupo social e/ou de valores que resultam das relações que constituem a vida cotidiana, tais como relações de amizade e confiança, sentimento de pertencimento, simbolismos entre outras características específicas, muitas vezes transmitidas entre gerações.

Distintividade

Busca construir análises a partir dos atributos relacionados aos produtos, o que lhes confere singularidade. Esse diferencial pode ser percebido nos atributos como qualidade, variedade, preço, procedência, concorrência, barganha, reputação e especificidade.

Governança

A dimensão de governança está relacionada a estratégias e dinâmicas de funcionamento dos mercados territoriais, isto é, as regras e acordos para participação destes mercados. Busca analisar como operam essas regras (formais e/ou informais), a gestão e organização do espaço, ação coletiva e permeabilidade, além do papel dos agentes governamentais locais e sua relação com os mecanismos de regulação e adoção de políticas públicas.

Infraestrutura sociomaterial

Nesse ponto, sugere-se pensar em indicadores que captam como funcionam a estrutura física e logística desses espaços, quais informações funcionam como suporte aos atores participantes, quais tecnologias e conhecimento acessam para melhorar ou ampliar esses mercados.

Socioespacial

Essa dimensão serve como um instrumento para análise de como se dá relação da feira com as distintas economias locais, como coexistem os diferentes tipos de mercados no território e como participam os diferentes *stakeholders*. Permite também analisar a participação de jovens e mulheres, quais influências de políticas públicas para promover mercados mais justos e sustentáveis e quais implicações dos regulamentos e normas locais na dinâmica dos mercados territoriais.

3. Considerações finais

A proposta de analisar as feiras como mercados territoriais assume importância, principalmente, diante dos desafios relacionados a crise climática, pós-pandemia e de insegurança alimentar, os quais estão em pauta no atual contexto disruptivo. Assim, acreditamos que os mercados territoriais figuram-se ainda mais importantes para se pensar em sistemas alimentares mais sustentáveis, equitativos e expansivos. Contudo, requer inovar em novos estudos empíricos que amplie o foco da análise sobre a capacidade desses mercados superar desafios, mobilizar recursos e redes locais nos quais estão integrados.

Referências

ALMEIDA, N. **A dimensão territorial dos mercados imersos**: um estudo de caso sobre a manga Ubá (MG). 2022. 153 f. Dissertação (Mestrado), Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Ciências Econômicas, Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Rural, Porto Alegre, RS, 2022.

CFS - *Committee on World Food Security*. FAO - Organização das Nações Unidas para a Alimentação e Agricultura. **Connecting Smallholders to markets - An analytical guide**. 2016.

CRUZ, M. S. da, & SCHNEIDER, S. (2022). Feiras alimentares e mercados territoriais: a estrutura e o funcionamento das instituições de ordenamento das trocas locais. **Raízes: Revista de Ciências Sociais e Econômicas**, 42(1), 93–113.

CRUZ, M. S. Da. **Do campo para a cidade**: estudo sobre feiras livres, abastecimento urbano e comercialização da agricultura familiar no Alto Jequitinhonha. 2019. 148 f. Dissertação (Mestrado associado em Sociedade, Ambiente e Território) – Instituto de Ciências Agrárias, Universidade Federal de Minas Gerais. Montes Claros, 2019.

FAO. *Mapping of territorial markets - Methodology and guidelines for participatory data collection*. Rome, 2021.

SOUZA, M. J. L. “Território” da divergência (e da confusão): em torno das imprecisas de um conceito fundamental. In: SAQUET, M. A.; SPOSITO, E. S. **Território e territorialidades**: teorias, processos e conflitos. São Paulo: Expressão Popular, 2009.

RAFFESTIN, C. **Por uma Geografia do Poder**. São Paulo: Ática, 1993.

RIBEIRO, E. M. (org.). **Feiras do Jequitinhonha**: mercados, cultura e trabalho de famílias rurais no semi-árido de Minas Gerais. Fortaleza: BNB, 2007. 244 p.

SALVATE, N. **Mercados imersos: uma nova abordagem sobre a construção social de mercados**. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Rural). Universidade Federal do Rio Grande do Sul. 2019.

SCHNEIDER, S. Mercados e agricultura familiar. In: MARQUES, F.; CONTERATO, M.; SCHNEIDER, S. (Org.). **Construção de mercados e agricultura familiar**: desafios para o desenvolvimento rural. Editora da UFRGS. Série Estudos Rurais, 2016.