

**UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO REGIONAL**

SAMUEL TAFERNABERRI VASQUES

**DINÂMICAS SÓCIOECONÔMICAS NA PRÁTICA DOS FEIRANTES
AGRICULTORES FAMILIARES DE CHAPECÓ - SC**

DISSERTAÇÃO

**PATO BRANCO
2016**

UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO REGIONAL

SAMUEL TAFERNABERRI VASQUES

**DINÂMICAS SÓCIOECONÔMICAS NA PRÁTICA DOS FEIRANTES
AGRICULTORES FAMILIARES DE CHAPECÓ - SC**

DISSERTAÇÃO

PATO BRANCO
2016

SAMUEL TAFERNABERRI VASQUES

**DINÂMICAS SÓCIOECONÔMICAS NA PRÁTICA DOS FEIRANTES
AGRICULTORES FAMILIARES DE CHAPECÓ - SC**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional da Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Campus Pato Branco - PR. Requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Desenvolvimento Regional – Área de Concentração: Ambiente e Sustentabilidade.

Orientador: Prof. Dr. Wilson Itamar Godoy
Co-orientadora: Prof. Dra. Hieda Maria Pagliosa Corona

PATO BRANCO
2016

V335d Vasques, Samuel Tafernaberi.

Dinâmicas socioeconômicas na prática dos feirantes agricultores familiares de Chapecó – SC / Samuel Tafernaberi Vasques . -- 2016.
93 f. : il. ; 30 cm.

Orientador: Prof. Dr. Wilson Itamar Godoy

Coorientadora: Profa. Dra. Hieda Maria Pagliosa Corona

Dissertação (Mestrado) - Universidade Tecnológica Federal do Paraná.

Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional. Pato Branco, PR, 2016.

Bibliografia: f. 75 – 80.

1. Microeconomia. 2. Agricultura familiar. 3. Feiras livres. 4. Trabalhadores rurais - Confiança. I. Godoy, Wilson Itamar, orient. II. Corona, Hieda Maria Pagliosa, coorient. III. Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional. IV. Título.

Ficha Catalográfica elaborada por
Suélem Belmudes Cardoso CRB9/1630
Biblioteca da UTFPR Campus Pato Branco



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
Universidade Tecnológica Federal do
Paraná
Campus Pato Branco
Programa de Pós-Graduação em
Desenvolvimento Regional



TERMO DE APROVAÇÃO Nº 89

Título da Dissertação

**Dinâmicas Socioeconômicas na Prática dos Feirantes Agricultores Familiares de
Chapecó - SC**
Autor

Samuel Tafernaberri Vasques

Esta dissertação foi apresentada às quatorze horas e trinta minutos do dia dezoito de março de 2016, como requisito parcial para a obtenção do título de MESTRE EM DESENVOLVIMENTO REGIONAL – Linha de Pesquisa Ambiente e Sustentabilidade – no Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional da Universidade Tecnológica Federal do Paraná. O autor foi arguido pela Banca Examinadora abaixo assinada, a qual, após deliberação, considerou o trabalho aprovado.

Prof. Dr. Wilson Itamar Godoy – UTFPR
Orientador

Prof. Dr. Hieda Maria Pagliosa Corona - UTFPR
Examinador

Prof. Dr. Ednaldo Michellon – UEM
Examinador

Prof. Dr. Marcio de Medeiros Gonçalves – FURG
Examinador

Dr. Luiz Augusto Ferreira Verona – PNP/PPGDR
Examinador

Visto da Coordenação

Profª Drª Marlize Rubin Oliveira
Coordenadora do PPGDR

O Termo de Aprovação assinado encontra-se na Coordenação do PPGDR

AGRADECIMENTOS

Inicialmente eu gostaria de agradecer a minha família que sempre me mostrou o valor da educação na construção pessoal de uma vida melhor. Não poderia deixar de agradecer ao meu filho Leonardo que aprendeu a compreender a 'ausência' do papai, durante esses dois anos de momentos muito estudo.

Dedico à aprendizagem que me foi oportunizada, em mais esta etapa de aprimoramento, junto a Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Aos meus orientadores e amigos(as) Prof. Dr. Wilson Itamar Godoy e Prof.^a Dra. Hieda Maria Pagliosa Corona, pelos seus preciosos espaços de tempos dedicados a instrução deste eterno aprendiz. Pelo afeto e companheirismo destes verdadeiros mestres da vida real que em muitos momentos mostraram-me o valor do companheirismo para vencer nossos limites pessoais.

Não posso deixar de agradecer imensamente a todos os professores do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional que contribuíram para minha formação pessoal e em especial ao professor Antônio Cavalcante de Almeida com sua imensa capacidade de contextualização, de reflexão crítica e por suas recomendações de literaturas. Em especial agradeço por ter conhecido meu amigo Luiz Paulo Klock Filho por ter dividido momentos de angústia, de frio nas caminhadas na madrugada até a universidade e de felicidade pelas conquistas a base de paciência na construção de inúmeros trabalhos e apresentações.

À Prefeitura Municipal de Chapecó, e meus colegas de trabalho da Secretaria de Desenvolvimento Rural e Meio Ambiente, que me apoiaram e acreditaram neste trabalho de pesquisa junto a um dos programas mais antigos de feira-livre do estado de Santa Catarina. Agradeço imensamente a todos os feirantes de Chapecó, a todas as pessoas entrevistadas que contribuíram com a construção da pesquisa. A Laura Guerrero e seu esposo Diogo H. Silva nas experiências de trocas junto às feiras-livres na Colômbia e no apoio a correção ortográfica de minha dissertação, assim como da amiga Cristiane Golembieski.

Por fim, sou grato, dia a dia, pela energia divina que nos sustenta com vigor suficiente para ser feliz com pouca coisa, ou melhor, com o que há de melhor para desfrutar a vida, o amor!

“Em todas as sociedades que nos precederam imediatamente e ainda nos cercam, e mesmo em numerosos costumes de nossa moralidade popular, não há meio termo: é confiar inteiramente ou desconfiar inteiramente; é depor armas e renunciar a própria magia [...]”.

“É em estados desse tipo que homens renunciaram a sua autonomia e souberam dispor-se a dar e retribuir.”

(MARCEL MAUSS)

RESUMO

VASQUES, Samuel T. Dinâmicas socioeconômicas nas prática dos feirantes de agricultores familiares de Chapecó -SC. 2016. 93 f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Regional – Área de Concentração: Ambiente e Sustentabilidade. Campus Pato Branco - PR.) Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional, Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Pato Branco, 2016.

Esta dissertação de mestrado trata sobre a inserção de mercado de agricultores familiares que atuam como feirantes na cidade de Chapecó, Estado de Santa Catarina. Como objetivos foram analisadas a confiança, a reciprocidade e as relações de tempo e espaço presentes na dinâmica de prática da feira-livre. A partir do entendimento da feira-livre como uma extensão das atividades das propriedades rurais, uma forma de mercado construído localmente, é preciso novas formas de avaliar a inserção dos agricultores familiares no comércio. Nesse sentido, foi evidenciado a importância dos mercados de proximidade para a autonomia frente ao sistema agroalimentar hegemônico. Para tanto, foram analisadas as peculiaridades presentes na prática dos feirantes, a formação histórica do mercado de feira-livre, a quantidade de agricultores familiares que atuam como feirantes, a quantidade de feirantes do município e de arredores, a diversidade de produtos ofertados, os canais de comercialização acessados pelos feirantes além das feiras-livres e as relações de mercados dos agricultores familiares que atuam como feirantes. Por fim, a partir das respostas dos feirantes e da análise de conteúdo, foi evidenciado de que maneira se fazem presentes na dinâmica social das feiras-livres: as representações de confiança face a face, de reciprocidade e as relações de tempo-espaço entre os agentes copresentes na dinâmica de mercados dos feirantes agricultores familiares. Para o contexto do estudo, estas representações se mostram importantes como valores não econômicos que ajudam a construir identidades, que remetem às estratégias de reprodução social e de superação do modelo hegemônico de mercado.

Palavras-Chave: Cesta de bens, Confiança, Inserção de mercados, Reciprocidade, Relações de tempo-espaço.

ABSTRACT

VASQUES, Samuel T. Socioeconomic dynamic in market practices of family farmers Chapecó -SC. 2016. 93 f. Dissertation (Master's Degree in Regional Development – Concentration area: Environment and sustainability. Campus Pato Branco - PR.) Posgraduate Program in Regional Development, Technology Federal University of Parana. Pato Branco, 2016.

This thesis deals with the insertion of family farmers market that act as market traders in the city of Chapecó, state of Santa Catarina. In order to trust, reciprocity and relations of time and space dynamics present in the practice of open-air market is analyzed. From understanding the outdoor market as an extension of the activities of farms, a form of local construction market, we need new ways to evaluate the inclusion of family farming in trade. In this regard, the importance of local markets characterized by autonomy in the food hegemonic system. To this end, it uses what the peculiarities present in the practice of street fairs, its historical development, the number of farmers who act as market participants, the number of traders in the city and its surroundings, the diversity of products offered, the marketing channel access by traders and market relations farmers who act as market participants. Finally, based on the responses of suppliers and content analysis, it was possible to show how present in the social dynamics of free trade: the trusted face to face representations, reciprocity and relations of time and space between the co-present agents in the market dynamics of family farmers fair.

For the study context, these representations show how important non-economic values that help build identities that relate to the strategies of social reproduction and overcoming dominant market model.

Keywords: Bundle of goods, the trust, Enter the markets, reciprocity, Relations spacetime.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Localização do Município de Chapecó-SC.....	34
Figura 2 : Feira-livre ao lado do estádio municipal no ano de 1997.	34
Figura 3 : Relações envolvidas nas feiras-livres.	61

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 : Etnia dos feirantes responsáveis pelas bancas	41
Gráfico 2 : Faixa etária dos feirantes responsáveis pelas bancas.....	42
Gráfico 3 : Famílias com ou sem sucessores de suas atividades	42
Gráfico 4 : Tipos de atividades desenvolvidas, nº de agricultores familiares em cada atividade, e nº de bancas de agricultores familiares de Chapecó nas duas feiras-livres centrais	44
Gráfico 5 : Outros tipos de mercados acessados com o respectivo número de famílias de feirantes em cada segmento produtivo	48
Gráfico 6 : Tempo de atividade nas feiras-livres e número de famílias de feirantes agricultores familiares em cada segmento produtivo.....	50
Gráfico 7 : Controle dos pagamentos na rotina das feiras-livres	54
Gráfico 8 : Grau de importância das relações de confiança na feira-livre	56
Gráfico 9 : Atributos dos produtos na percepção dos feirantes	60
Gráfico 10 : Motivos importantes para o ingresso nas feiras-livres	66
Gráfico 11 : Retribuições dos clientes junto aos feirantes	68
Gráfico 12 : Motivações para permanecer na atividade de feira-livre.....	69
Gráfico 13 : Razões para inserção/permanência e retribuição dos clientes na atividade de feira-livre	70

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Número de bancas por atividade nas duas feiras-livres centrais e sua representatividade.....	445
Tabela 2 : Renda bruta das atividades dos agricultores aferidas como proveniente das feiras-livres	51

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Instituições comunitárias que os agricultores familiares participam.443

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

APROFEC	Associação de Produtores Feirantes de Chapecó
DAP	Declaração de aptidão ao PRONAF
ha	Hectare
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
PAA	Programa Nacional de Aquisição de Alimentos
PNAE	Programa Nacional de Alimentação Escolar
PRONAF	Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar
POA	Produto de origem animal
POV	Produto de origem vegetal
PAN	Panificados
SEDEMA	Secretaria de Desenvolvimento Rural e Meio Ambiente
UTFPR	Universidade Tecnológica Federal do Paraná

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO	10
2.	REFERENCIAL TEÓRICO	14
	MODERNIDADE E MODERNIZAÇÃO: TRANSFORMAÇÕES SOCIAIS NA DINÂMICA RURAL.....	14
	RELAÇÕES DE TEMPO E ESPAÇO	17
	CONFIANÇA	19
	RECIPROCIDADE	21
	AGRICULTURA FAMILIAR	23
	MERCADOS: FORMAS DE INSERÇÃO PARA AGRICULTORES FAMILIARES	27
	FEIRA-LIVRE	30
	Feiras-livres de agricultores familiares	31
	Histórico da Feira-livre de Produtos Coloniais e Agroecológicos de Chapecó/SC	33
3.	METODOLOGIA	36
	ENQUADRAMENTO METODOLÓGICO.....	36
	PROCEDIMENTOS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGAÇÃO	37
4.	RESULTADOS E DISCUSSÕES	40
	CARACTERIZAÇÃO DOS FEIRANTES DE CHAPECÓ E SUAS ATIVIDADES	40
	Origem étnica, faixa etária e sucessores dos feirantes	41
	Tipos de atividades desenvolvidas pelos feirantes e diversidade de produtos	44
	Mercados acessados pelos Feirantes	47
	Tempo de atuação dos feirantes na atividade de feira-livre	49
	Renda bruta proveniente das feiras-livres	51
	Feira-livre: um espaço de tradição para as famílias de feirantes.....	51
	RELAÇÕES DE CONFIANÇA NAS PRÁTICAS DE MERCADO DOS FEIRANTES	52
	Feira-livre: um espaço de trocas e elos de confiança.....	56
	RELAÇÕES DE RECIPROCIDADE NAS PRÁTICAS DE MERCADO DOS FEIRANTES	57
	RELAÇÕES DE TEMPO-ESPAÇO NAS PRÁTICAS DE MERCADOS DOS FEIRANTES	61
	FEIRAS-LIVRES: ESPAÇO DE INSERÇÃO, de MOTIVAÇÃO E de MANUTENÇÃO DE AGRICULTORES FAMILIARES	65
5.	CONCLUSÕES	73
	REFERÊNCIAS	75
	APÊNDICE	81
	APÊNDICE A – FORMULÁRIO PARA ROTEIRO DE ENTREVISTAS APLICADOS JUNTO AOS FEIRANTES DA FEIRA DE PRODUTOS COLONIAIS E AGROECOLÓGICOS DE CHAPECÓ-SC	81
	APÊNDICE B - FORMULÁRIO SEMIESTRUTURADO E ROTEIRO DE ENTREVISTAS APLICADOS JUNTO AOS FEIRANTES DA FEIRA DE PRODUTOS COLONIAIS E AGROECOLÓGICOS DE CHAPECÓ-SC	82

1. INTRODUÇÃO

A inserção de agricultores familiares nas redes agroalimentares tiveram profundas mudanças com a ampliação das políticas liberais e da hegemonia do mercado globalizado. Sendo o acesso aos mercados uma das dificuldades nas estratégias de reprodução dos agricultores familiares.

No desenvolvimento rural da região oeste de Santa Catarina, a dinâmica fomentada após o período de colonização foi o de integração entre indústrias e agricultores familiares, ou seja, as agroindústrias passaram a controlar os sistemas agroalimentares em todas suas fases que envolvem o planejamento da produção, a distribuição de recursos, o processamento e a comercialização. Esse conjunto de regras e obrigações impostas a todos é o que define o conceito de mercado (CALLON, 2004).

Frente ao cenário de mudanças, estudos sobre as estratégias dos agricultores familiares para inserção e construção de mercados, apontam para possibilidades diversas, entre elas as feiras-livres, as quais são importantes não apenas na perspectiva econômica, mas principalmente como proposta de manutenção de um modo de vida em que a autonomia, mesmo que relativa, frente aos impérios alimentares, seja mantida. Essa estratégia de sobrevivência, por parte dos agricultores familiares, tem sido denominada de inserção em “mercados de proximidade” (WILKINSON, 2008) ou “mercados aninhados” (PLOEG, 2011).

A possibilidade de extensão das suas atividades, com suas peculiaridades e características socioculturais, possibilitam a preservação de identidades, em que a segurança atribuída aos produtos e serviços esta intimamente relacionada ao saber fazer, à rotina e oportunidade de trocas, a vivência estabelecida entre relações sociais e a construção de mecanismos de confiança e de reciprocidade.

A diversificação dos diferentes segmentos de varejo do comércio tradicional, ano a ano, traz oportunidades em termos de estruturação financeira para os agricultores familiares. Dentre as quais pode-se citar: o comércio sem intermediários (de cadeias curtas) como nas feiras-livres, nas casas de produtos coloniais, nos mercados institucionais (Programa Nacional de Aquisição de Alimentos, PAA, e Programa Nacional de Alimentação Escolar, PNAE); a

comercialização pelos agricultores na propriedade; a venda atrelada ao turismo rural e às agroindústrias; a entrega domiciliar (delivery); os mercados de produtos de qualidade diferenciada (agroecológicos, locais, culturalmente referenciados); o mercado de eventos; além do mercado com intermediários (cadeias longas) para grandes redes de supermercados, para restaurantes, mercearias, quitandas e fruteiras, entre outros.

Decorrente das perspectivas de mudanças para a agricultura familiar nas relações de integração ao mercado atreladas à modernidade e modernização, torna-se importante desvelar quais são os significados atribuídos à confiança, à reciprocidade, ao tempo e ao espaço que diferenciam as relações de mercados destes agricultores.

Diante das diferentes oportunidades de mercados para escoamento da produção, especialmente oriundos da área rural, definiu-se o tema desta pesquisa como “avaliação de práticas de mercado da agricultura familiar” com a seguinte pergunta orientadora: Quais são as dinâmicas socioeconômicas envolvidas nas práticas de mercado de agricultores familiares que atuam na feira-livre de Chapecó - SC?

Para tanto, a pesquisa teve por objetivo geral analisar a dinâmica socioeconômica presente nas práticas de mercado dos feirantes agricultores familiares das duas principais feiras-livres de Chapecó - SC. Assim como, estabeleceram-se os seguintes objetivos específicos:

- Caracterizar o perfil socioeconômico dos feirantes agricultores familiares, identificando os demais canais de comercialização acessados.
- Entender como ocorrem às relações de confiança nas práticas de mercado dos feirantes.
- Compreender as práticas de reciprocidade presentes nas dinâmicas de mercado dos feirantes.
- Evidenciar as relações de tempo-espaço nas práticas de mercados dos feirantes.
- Descrever as razões pelas quais os feirantes se inserem e permanecem nas feiras-livres.

A hipótese inicial do estudo é de que, em busca de autonomia, os agricultores familiares feirantes têm as feiras-livres como uma das principais

estratégias de inserção mercantil. Por este ângulo a questão social se faz necessária para a ampliação de análise da temática.

A segunda hipótese é de que as relações de tempo e espaço copresentes, a confiança face a face e a reciprocidade são valores que estão contidos nas práticas dos agricultores familiares nos mercados de proximidade. Isto é, mesmo com a influência da modernização nas práticas da sociedade outras características, que não sejam meramente as socioeconômicas, tornam-se notáveis na compreensão dos fatores que ligam os agricultores familiares e os diferentes tipos de mercados contemporâneos. Do ponto de vista analítico, os costumes de outrora, da tradição ainda se fazem presentes entre as pessoas (Mauss, 2013).

A relevância da pesquisa deste estudo se dá sob diferentes aspectos. Do ponto de vista científico poucas são as referências de trabalhos de dissertação que abordam outra temática que não a do perfil socioeconômico de feirantes e consumidores. Existem diversos estudos que abordam a temática das feiras-livres de Chapecó sobre diferentes perspectivas¹. Assim pretende-se contribuir como fonte de dados para a implementação de práticas e políticas públicas junto aos agricultores familiares e aos gestores públicos.

No campo social, sua importância pode ser referenciada pela notoriedade dos 25 anos de funcionamento das feiras-livres com atuação ativa de agricultores familiares na construção de vínculos entre o rural e o urbano. O estudo é relevante para os agricultores familiares, pois pela avaliação dos atributos presentes na prática de mercado a partir das feiras-livres serão geradas informações para subsídio ao planejamento de estratégias de inserção desta categoria social e a projetos de desenvolvimento rural alinhados com a sustentabilidade da atividade.

Neste sentido, os trabalhos de assistência técnica e extensão rural – (ATER) de órgãos municipais e estaduais que atuam na região – poderão usar os resultados da pesquisa no intuito de adequação do planejamento das atividades de

¹ Dentre outros, podemos citar: Meister (2001), que aborda os impasses encontrados pelos agricultores familiares feirantes de Chapecó para ampliar a produção orgânica; Carminatti (2005), analisando os significados da equidade e justiça social para os feirantes da feira de produtos agroecológicos e coloniais da Unochopecó; Chiarello; Orłowski; Wackulicz (2008), que estuda as feiras-livres como uma alternativa de geração de renda aos agricultores familiares de Chapecó; Locatelli (2009), em sua avaliação da qualidade da feira de produtos coloniais e agroecológicos de Chapecó por parte dos consumidores, Ferrari (2011), avaliando as cadeias agroalimentares curtas na construção social de mercados de qualidade pelos agricultores familiares em Santa Catarina; Gallina; Borsoi; Stanga (2012), evidenciando as práticas alimentares de consumidores de feiras de hortifrutigranjeiros na perspectiva da segurança alimentar e nutricional.

extensão com perspectiva no aprofundamento das necessidades reais das famílias de agricultores, que têm nos mercados de proximidade uma estratégia alternativa de desenvolvimento rural.

Para os gestores públicos a importância se dá no interesse de fomento e desenvolvimento rural para a região. A partir dos resultados do estudo da inserção no mercado, como ferramenta de auxílio ao planejamento voltado ao desenvolvimento para agricultores familiares, e da avaliação de atributos que podem estar relacionados com a permanência, ou com o interesse de ingresso por parte dos agricultores familiares nas feiras-livres.

O presente trabalho também se justifica por sua contribuição junto ao Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional na Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Campus Pato Branco, e os atores diretamente envolvidos na pesquisa.

Para organizar e cumprir os objetivos propostos neste trabalho, esta dissertação está estruturada em cinco capítulos. Além de apresentar o estudo na introdução e finalizá-lo nas considerações finais, o segundo capítulo contém a base teórica do trabalho. Procurou-se incorporar o referencial teórico-metodológico abrangendo os conceitos de confiança, de reciprocidade e de tempo e espaço atrelados as mudanças sociais ocorridas com os processos de modernidade e modernização. O tema da inserção de mercados na perspectiva dos valores, das práticas e das estratégias dos agricultores familiares na sua reprodução social completa o conjunto referenciais teóricos. O terceiro capítulo discorre sobre a metodologia utilizada no desenvolvimento da pesquisa e o quarto capítulo contém os resultados e discussões obtidas no decorrer desta pesquisa.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Neste capítulo é tratada a base teórica da pesquisa por meio das seguintes seções: (i) A modernidade e modernização na dinâmica rural; (ii) As relações de tempo-espaço na conjuntura rural; (iii) As relações de confiança na conjuntura rural (iv) As relações de reciprocidade na conjuntura rural; (v) A agricultura familiar e (vi) Os diferentes tipos de mercados.

MODERNIDADE E MODERNIZAÇÃO: TRANSFORMAÇÕES SOCIAIS NA DINÂMICA RURAL

A modernidade está associada à mudança social e paradigmática ocorrida sob influência dos processos de produção de conhecimento e do modo de pensar do meio científico. Desde o começo do século XVII, com o modelo racionalista do conhecimento de Rene Descartes, a ciência e suas ‘descobertas’ influenciaram as mudanças na organização social.

A definição de modernidade é entendida por Touraine (1994, p. 216) como “[...] a antitradição, a derrubada das convenções, a saída dos particularismos e a entrada no universalismo.” evidencia a influência e a ruptura com as formas de organização social tradicionais, baseadas em relações coletivas e de confiança entre agentes copresentes no tempo e no espaço.

O progresso e a racionalização instrumental foram às bases do projeto homogeneizante da modernidade e subjugou a natureza, colocando-a como um meio em prol do crescimento econômico. Com o processo de revolução industrial, a reprodução do capital foi atrelada à modernidade, sendo uma das causas das grandes mudanças que afetaram os modelos produtivos e de organização nas dinâmicas urbanas e rurais. Por sua vez, a influência do capitalismo na racionalidade instrumental da ciência foi preponderante para a expansão do conhecimento e para a exploração de potencialidades da natureza com objetivos claros de apropriação produtiva e de acumulação do capital (LEFF, 2010).

As mudanças sociais, a partir dos períodos de industrialização, foram profundas, principalmente, no que se refere aos estilos de vida e relações sociais,

bem como, os meios de produzir e de trocar os produtos, impactando fortemente o mundo rural. Tais mudanças transformaram o trabalho, o conhecimento, incluindo as formas de estabelecer certezas e de guiar escolhas, bem como, as formas de se relacionar em sociedade. A modernização é entendida por Beck (2010) como:

[...] o salto tecnológico de racionalização e a transformação do trabalho e da organização, englobando para além disso muito mais: a mudança dos caracteres sociais e das biografias padrão, dos estilos e forma de vida, das estruturas de poder e controle, das formas políticas de opressão e participação, das concepções de realidade e das normas cognitivas (BECK, 2010, p. 23).

Segundo Foster (2005), o ganho na produtividade agrícola a partir dos estudos sobre a química do solo e sobre adubos químicos de Justus VonLiebig, período que alguns historiadores chamaram de segunda revolução agrícola entre 1830 e 1880, foi o grande passo para o processo de modernização da agricultura baseada no uso de insumos industrializados e maquinários.

A modernização da agricultura mundial, que se difundiu desde a Revolução Verde a partir da década de 1950, e a inserção do capital na agricultura modificaram profundamente as dinâmicas das relações socioculturais, ambientais e econômicas no contexto/espço rural. Os avanços dos conhecimentos científicos, quando se colocaram a disposição da produção agrícola, foram importantes como força propulsora para mudanças na rotina das comunidades agrícolas (SCHULTZ, 1965).

No Brasil, as políticas de governo do regime militar para o desenvolvimento rural, na década de 1960, foram focadas na modernização do setor agrícola e na especialização produtiva em commodities para exportação. Neste ínterim, foi acordado entre o governo norte americano e os países latino-americanos a 'Aliança para o Progresso', com o objetivo de difusão de pacotes tecnológicos, onde os modelos difusão tecnológica foram adotados por programas de assistência técnica e extensão rural (NUNES, 2014).

A década seguinte, com a concessão de crédito pelo governo aos médios e grandes produtores, ampliou-se a dependência da agricultura com a indústria e o capital. Os financiamentos para adoção dos pacotes tecnológicos (adubos, agroquímicos, sementes melhoradas, etc.) foram essenciais para essa mudança na dinâmica das relações do espaço rural. Diante desta expansão de

mercado, através do fomento da demanda de crédito e do consumo, a ordem social dos agricultores basicamente foi reconfigurada na figura de fornecedores de matéria-prima para intermediários, geralmente complexos agroindustriais, ou atravessadores (WANDERLEY, 2000).

As transformações tecnológicas foram fomentadas pelo discurso de serem a única possibilidade para a solução do problema da fome e do subdesenvolvimento no mundo. Neste sentido, para a grande maioria dos países periféricos a adoção deste modelo representava a busca pela autossuficiência alimentar, tanto quanto a oportunidade de crescimento econômico e a possibilidade de superar o atraso tecnológico junto às sociedades tradicionais. Entretanto, o universalismo associado à modernidade afetou negativamente valores relacionados à tradição (TOURAINÉ, 1994).

A partir deste padrão difundido e adotado por inúmeros governos como modelo de desenvolvimento do setor rural, houve uma ruptura com ordens sociais consideradas tradicionais, tornando “[...] as transformações envolvidas na modernidade mais profundas que a maioria dos tipos de mudança característicos dos períodos precedentes [...]” (GIDDENS, 1991, p.10). Principalmente em sociedades que historicamente manejavam os recursos naturais e, portanto, tinham relações de interação e não exploração da natureza.

O modelo produtivo baseado na exploração, que por ora tratava o ambiente sem considerar seus limites de recursos trouxe resultados negativos no que se refere à questão ambiental. O ambiente, neste caso, é entendido de maneira que englobe as dinâmicas da natureza e da sociedade, portanto da cultura, da política, da economia e suas instituições. A crise ambiental é compreendida como resultado da modernidade e da modernização, da dinâmica de implantação de tecnologias e da reprodução do capital que demandam o uso indiscriminado dos recursos naturais. Na exposição de Leff (2009, p.17) é recorrente a ideia de que “[...] a degradação ambiental se manifesta como sintoma de uma crise de civilização, marcada pelo modelo de modernidade regido pelo predomínio do desenvolvimento da razão tecnológica sobre a organização da natureza”.

A insustentabilidade associada ao crescimento econômico leva à compreensão de que o modelo de crescimento apenas conduz ao seu próprio esgotamento, não sendo sinônimo de desenvolvimento. Inúmeros pesquisadores

têm questionado as causas da degradação ambiental atreladas ao capital e o modelo hegemônico (GIDDENS, 1991; LEFF, 2009 e 2010; SACHS, 2004).

Nessa perspectiva de globalização, os significados de pertencimento, de vínculo entre o meio de reprodução e de vida, de propriedade e de ambiente, foram rompidos de modo que o ambiente basicamente passou a ser tratado como um bem para reprodução do capital. Essa configuração do modo de usar e reproduzir os recursos remete à distinção entre produtores rurais e agricultores familiares, esta última uma das categorias mais afetadas e que tem por características a vivência e o trabalho familiar junto a terra, à propriedade onde reside (WANDERLEY, 1996).

Neste cenário de transformação social, o modelo de modernização foi marcante para a dinâmica social dos agricultores e suas formas tradicionais de produção. Uma vez que as dinâmicas sociais e econômicas possuem peculiaridades de aspirações não necessariamente voltadas ao cenário de globalização, que marginalizar o significado de lugar (ESCOBAR, 2005).

A partir desse entendimento, existe a possibilidade de pensar o desenvolvimento junto aos agricultores familiares – agentes envolvidos com o meio rural – de forma mais democrática, distributiva, equitativa, com foco no local, e não meramente na dimensão econômica (GUIMARÃES, 2001).

Neste sentido, a conjuntura histórica, que influenciou a dinâmica social atual junto aos agricultores familiares remete à reflexão de quais são as estratégias, que mesmo sob a influência da modernidade e modernização, estão imbricadas no cotidiano e nas práticas socioeconômicas destes agricultores. Ou ainda, quais são as práticas destes agricultores que oportunizam relações de trocas de geração para geração entre agentes copresentes, ou seja, onde tempo e espaço tem a mesma referência para os envolvidos.

RELAÇÕES DE TEMPO E ESPAÇO

De acordo com Giddens (1991, p.21), as práticas sociais, nas mais diversas culturas, tinham formas distintas de referenciar o tempo, de forma que “[...] o cálculo do tempo que constituía a base da vida cotidiana, certamente para a

maioria da população, sempre vinculou tempo e lugar – e era geralmente impreciso e variável”.

Segundo Giddens (1991) o fato do tempo, nas relações que envolviam o meio rural, ser orientado em grande parte pelos ciclos da natureza, conectava a organização da vida social ao seu lugar² de ação. Essa conexão entre ‘quando’ e ‘onde’ é uma das razões para que, em cada cultura, o tempo tivesse uma referência e uma simbologia passada de geração a geração com valores peculiares. A ruptura da relação tempo-espço, que orientou o senso de organização social ao longo da história, foi marcada pela invenção do relógio mecânico e, portanto, pela padronização de tempo em escala mundial. Desta forma, a construção da dinâmica social conectada às tradições, a continuidade da história local entre gerações, começa a se desestabilizar.

As práticas sociais antes da influência da lógica da modernidade possuíam uma dinâmica de relações, literalmente, ‘encaixadas’. Ou seja, a biografia, a concepção de realidade, as crenças e os estilos de vida eram estabelecidos pela rotina envolvendo as pessoas, pela mutualidade, pela dinâmica de simultaneidade entre o fazer, o produzir, o trocar, o pensar, o saber fazer, o consumir, entre as crenças e entre as relações de confiança e de reciprocidade. Para Giddens (1991) a lógica da modernidade envolvendo novas dinâmicas de trocas baseadas sistemas abstratos como das fichas simbólicas³, assim como, na forma de referenciar o tempo sem conexão com o local de vivência, no distanciamento, ou na ausência de agentes que se relacionam e na segmentação, especialização produtiva de atividades e serviços foram alguns dos pressupostos da condição de ‘desencaixe’.

As desconexões causadas nas formas de se relacionar entre produtores de alimentos e consumidores, principalmente com a modernização nas relações sociais de comercialização já foram estudadas por diferentes autores⁴, que partiram da hipótese de que os mercados alternativos estavam desaparecendo e seus agentes excluídos pelo modelo hegemônico de relações distanciadas.

²“Lugar” é melhor conceitualizado por meio da ideia de localidade, que se refere ao cenário físico da atividade social como situado geograficamente (GIDDENS, 1991, p.22).

³ As ‘fichas simbólicas’ funcionam como “[...] meios de intercambio que podem ser ‘circulados’ [...]” em diferentes locais e conjunturas como, por exemplo, a ficha do dinheiro que “[...] permite a troca de qualquer coisa por qualquer coisa [...]” (GIDDENS, 1991, p.25).

⁴Ver: ANJOS; GODOY e CALDAS (2005).

Por outro lado, entende-se que as construções sociais são o produto da 'continuidade' de relações passadas e presentes e desta forma há "[...] continuidades entre o tradicional e o moderno, e nem um nem outro formam um todo à parte [...]" (GIDDENS, 1991, p.11). Pode-se afirmar que existe uma hibridez⁵ nas práticas sociais com elementos da tradição, que se combinam com os da modernidade.

Neste sentido, entende-se que as trocas oportunizadas na vivência possibilitam a construção no espaço e no tempo de condutas conhecidas e aceitas entre os agentes envolvidos. Logo, uma das características mais afetadas pelas mudanças nas práticas sociais entre ausentes, ou entre agentes dispostos sem a mesma referência de lugar e de tempo, remete a novas exigências para a credibilidade das relações de confiança.

CONFIANÇA

Para Giddens (1991, p.32), uma boa definição de confiança "[...] é descrita como 'crença ou crédito em alguma qualidade ou atributo de uma pessoa ou coisa, ou a verdade de uma afirmação', e esta definição proporciona um ponto de partida útil". Ainda segundo este autor, pode-se destacar uma série de dez pontos/elementos para a definição de confiança, a qual/em que:

1. Está relacionada à ausência, ou falta de transparência, conhecimento, informação plena de atividades e/ou processo;
2. Está vinculada aos resultados esperados de processos/sistemas, ou na credibilidade em humanos;
3. Não é o mesmo que fé na credibilidade de uma pessoa ou sistema; ela é o que deriva desta fé;

⁵ 'Hibridez' - Processos socioculturais nos quais estruturas ou práticas discretas que existiam de forma separada, se combinam para gerar novas estruturas, objetos e práticas (CANCLINI, 2008. p.29).

4. Quando baseada em fichas simbólicas, ou sistemas peritos⁶, se fundamenta na correção de princípios dos quais se é ignorante, não na fé na "probidade moral" (boas intenções) de outros;

5. Pode ser definida como crença na credibilidade de uma pessoa ou sistema;

6. Em condições de modernidade, existe no contexto de: (a) ser criada socialmente, e não dada pela natureza - incluindo o impacto da tecnologia sobre o mundo material; (b) o escopo transformativo amplamente aumentado da ação humana, levado a cabo pelo caráter dinâmico das instituições sociais modernas;

7. O risco pressupõe precisamente o perigo (não necessariamente a consciência do perigo). Onde o perigo é compreendido como uma ameaça aos resultados desejados;

8. O risco e a confiança se entrelaçam. A confiança normalmente serve para reduzir, ou minimizar os perigos aos quais estão sujeitos tipos específicos de atividade;

9. Pode-se definir 'segurança' como uma situação na qual um conjunto específico de perigos está neutralizado, ou minimizado; onde o equilíbrio entre confiança e risco é aceitável. Assim como, o risco não é apenas uma questão de ação individual, pode se referir a grandes agregações ou coletividades de pessoas;

10. O que constitui o 'oposto' da confiança 'não' é simplesmente a desconfiança - que significa ser cético a respeito, ou ter uma atitude ativamente negativa para com as reivindicações de perícia que o sistema incorpora.

Conforme Ploeg (2008), entre os diferentes elementos da modernidade que afetaram as sociedades tradicionais verifica-se uma grande mudança atrelada à lógica das transações efetivadas entre agentes separados, ou entre ausentes.

Neste sistema de relações entre ausentes, as instituições modernas assumem formas abstratas e estão profundamente ligadas "[...] ao mecanismo da confiança em sistemas abstratos, especialmente confiança em sistemas peritos". (GIDDENS, 1991, p.77).

A lógica do sistema moderno traz, em grande parte, na impessoalidade entre os envolvidos e na falta de informações plenas a exigência de sistemas de

⁶ Os 'sistemas peritos' são "[...] sistemas de excelência técnica ou competência profissional que organizam grandes áreas dos ambientes material e social em que vivemos hoje." e nos quais depositamos nossa confiança (GIDDENS, 1991, p.30).

peritagem. A dinâmica social baseada em contratos jurídicos e em sistemas peritos acaba por separar questões simbólicas, sentimentais e de valores tradicionalmente construídos das práticas sócias. Desta forma, selecionam basicamente agentes que atendam a padrões de exigências baseados no conhecimento técnico e perito (GIDDENS, 2002).

Por outro lado, o contato face a face, o vínculo, as trocas sociais, que pressupõem a mutualidade de experiências, propiciam o estabelecimento de confiança baseada nas relações de copresença. Por sua vez, a confiança surge como fruto da mistura entre coisas e almas, pois os objetos e os serviços trocados carregam nomes, personalidades e histórias (MAUSS, 2013; SABOURIN, 2011b).

Além disso, a confiança funciona como mola propulsora de práticas sociais que, ao estabelecer suas normas, diminuem incertezas e fundamentam a possibilidade de estabelecer uma dinâmica de troca rotineira. A frequência das relações de trocas revela que, mesmo sem contratos sociais, se “[...] as coisas são dadas e retribuídas, é porque se retribuem respeitos” (MAUSS, 2013, p.80). A interação que possibilita a construção social de trocas entre os agentes envolvidos remetem a relações de reflexão e de reciprocidade.

RECIPROCIDADE

Para o entendimento da reciprocidade nas relações sociais parte-se de sua definição como “[...] sinônimo de solidariedade (dependência mútua, fato de ser solidário) ou de mutualidade” (SABOURIN, 2011b, p.10). O princípio de reciprocidade não corresponde, portanto, à simples permuta de objetos, pois exige a reflexão dos atos que envolvem as práticas sociais entre os envolvidos.

Na busca de teorias sobre a natureza das transações da vida em sociedade, Mauss (2013) trouxe o conceito de dádiva para explicar práticas sociais (presentes no *Kula*, no *Potlath* e nas prestações totais) que envolviam sistemas de prestações econômicas e de relações socioculturais, não se limitando apenas à troca como uma forma de permuta entre grupos. Em seus estudos há o relato de que as trocas tinham caráter voluntário e gratuito, diferente da troca mercantil com interesses individuais e materiais de acumulação. As coisas dadas por parte de uns

e recebidas por outros misturavam sentimentos e acompanhavam os objetos na troca, enfatizado que “[...] Misturam-se as almas nas coisas, misturam-se as coisas nas almas” (MAUSS, 2013, p.38).

Desta forma, as práticas sociais descritas no ciclo de obrigações da dádiva, que compreende ao ato de dar, receber e retribuir, foram fundamentadas no princípio da reciprocidade. Sendo esta também o ponto de partida das relações sociais, o motor da produção social, visto que para dar era preciso produzir (SABOURIN, 2008; 2011c).

A garantia de direitos e deveres em relações de trocas nas sociedades não contemporâneas tinham como elementos essenciais valores de confiança, honra e prestígio. A confiança estava presente no sentido de que era preciso garantir a dinâmica de relações estabelecidas, de amizades, de reputação e de prestação de contas (justiça). A honra, por sua vez, faz-se na coisa dada, que conserva algo do doador, seu espírito e sua alma. Por fim, o prestígio evidencia-se no nome, nas personalidades e na construção de uma história, da fama que acompanham as coisas dadas (MAUSS, 2013).

Todos esses valores demonstram que a reciprocidade implica em preocupação com o outro (SABOURIN, 2008). A partir da reciprocidade pode-se entender que as práticas sociais podem ser permeadas de sentimentos e valores (éticos ou espirituais).

As relações mobilizadas em tais estruturas de reciprocidade geram valores materiais ou instrumentais imateriais (conhecimentos, informações, saberes), mas produzem também valores afetivos (amizade, proximidade) e valores éticos como a confiança, a equidade, a justiça ou a responsabilidade (SABOURIN, 2011c, p.34).

As relações sociais não são estáticas, são construídas de forma híbrida, no sentido de mistura entre práticas de trocas, de comércio, de festa, de eventos religiosos e de feiras-livres, assim como de valores comunitários, que na verdade são norteados pela obrigação sem distinção de importância em dar, da parte de uns, e em receber da parte de outros. Segundo Mauss (2013, p.80), “[...] Se as coisas são dadas e retribuídas, é porque se dão e retribuem respeitos - podemos dizer igualmente cortesias”.

Sabourin (2011a), ao analisar sociedades camponesas a luz da teoria da reciprocidade, demonstra como as associações e comunidades rurais utilizam-se

de valores não mercantis enquanto estratégia de organização de sua vida econômica e social. Neste caso, a avaliação de diferentes 'estruturas de reciprocidade' demonstraram como valores de prestígio, reputação, honra, confiança e justiça orientavam práticas sociais com um sentimento de pertencimento e preocupação.

A conjuntura das comunidades rurais, em que a forma de trabalho envolvia as diferentes famílias - desde o plantio até a colheita - compartilhando as ferramentas e a força de trabalho necessitava de planejamento de forma conjunta. Essas práticas sociais por sua vez preconizam a ajuda mútua e a formação de valores sociais e simbólicos junto à comunidade (SABOURIN, 2011c). Neste sentido, os agricultores familiares trazem valores que fortalecem os laços de reciprocidade, de compromisso mútuo, onde o lugar de convívio é referência de tempo e de espaço para estes agentes sociais.

AGRICULTURA FAMILIAR

A compreensão do conceito de Agricultura Familiar é de fundamental importância para o entendimento dos processos de interações sociais e de relações de ocupação produtiva do trabalho formadas por este grupo social, que vive no meio rural, mas tem relações complexas e dinâmicas entre o meio urbano e o meio rural.

Deve-se deixar claro o entendimento de que o meio rural é um ambiente muito mais complexo do que apenas um espaço geográfico territorialmente definido. Corroborando com estas discussões, Abramovay (2000) esclarece que 'rural' não é mera base de um setor econômico ou resíduo do espaço geográfico que legitima as cidades. Os espaços habitados, sejam rurais ou urbanos, são ambientes construídos e reconstruídos continuamente pelo modo de vida e relações entre as pessoas e o meio de interação.

Para fins deste trabalho, agricultura familiar pode ser entendida como “[...] aquela em que a família, ao mesmo tempo em que é proprietária dos meios de produção, assume o trabalho no estabelecimento produtivo” (WANDERLEY, 1996). O que ajuda a compreender a forma imbricada de organizam de vida e das atividades no seu espaço de atuação destes agricultores.

Mendras (1976 apud WANDERLEY, 2000) alertava nos anos 60/70 para as mudanças que ocorriam no mundo camponês com a modernização da agricultura e sua inserção no mercado, pois esses tenderiam a perder a autonomia tradicional, a se transformar em produtor e consumidor no/e pelo mercado, deixando de produzir para o consumo da família.

Os princípios camponeses fazem parte da dinâmica sociocultural dos agricultores familiares como elementos importantes na definição e articulação para solução de seus problemas. Segundo Chayanov (1974) a agricultura de base familiar traz - no sistema de circulação e de trocas de bens e serviços comunitários, nas participações das organizações coletivas, na prática e desenvolvimento da microeconomia local, entre outras - características do campesinato.

Mendras (1976 apud WANDERLEY, 2000) ao tratar das transformações da economia camponesa frente à lógica moderna, destaca que se as características das sociedades camponesas eram: a autonomia face à sociedade global; a importância dos grupos domésticos; a autarquia relativa do grupo doméstico, o interconhecimento e os mediadores entre a sociedade local e a sociedade global, o agricultor moderno tenderia a transforma-se em agente integrado e especialização produtiva; ao fornecimento de matéria prima; a produção em escala; a inserção nas cadeias longas de comercialização como foco no mercado global; ao cumprimento das normas e exigências externas (impostas pelo império agroalimentar), entre outras.

O que se observa é uma hibridez entre tais aspectos na composição do que se define como agricultura familiar. Princípios camponeses fazem parte da dinâmica sociocultural dos agricultores familiares (interconhecimento, mediadores, produção para consumo próprio, diversificação produtiva, etc.) como elementos importantes na definição e articulação para solução de seus problemas, ao mesmo tempo em que aderem em parte a aspectos da modernização como, inserção em diferentes modelos de mercado, produção para cadeias longas, adequação as exigências externas, entre outras. De acordo com Abramovay (2007), a racionalidade de organização familiar se ampara na capacidade de adequação das estratégias de sobrevivência a conjuntura social, econômica e ambiental em que se desenvolve.

A agricultura de base familiar articula diferentes estratégias de sobrevivência. Desta forma, a capacidade de adaptação das relações produtiva dos

agricultores familiares é importante como uma estratégia na busca de soluções que ofereçam níveis satisfatórios de qualidade de vida (PLOEG, 2008).

Neste sentido, a capacidade de diversificação e adaptação dos agricultores familiares remete a vantagens sob a ótica do desenvolvimento voltado ao local e sob o prisma da sustentabilidade (estabilidade, resiliência e equidade). Uma vez que possui um perfil de distribuição de renda, maleabilidade nos processos decisórios e valorização de um modo de vida que associa conceitos de cultura, tradição e identidade (VEIGA, 1996).

Os atributos da agricultura familiar são oriundos de um histórico de adaptação à realidade de cada local e apresentam qualidades que são sistêmicas e complexas em suas relações. Segundo Ploeg (2014), existem dez qualidades que podem ser interligadas entre si e entre o estabelecimento familiar, entre as quais se sobressaem: o controle dos seus principais recursos; o provimento da maior parte de sua força de trabalho; a família é proprietária do estabelecimento produtivo; a propriedade prove renda, alimentos e nutrição; o estabelecimento é o lar da família, um lugar de pertencimento e não só um lugar de produção; é parte de um fluxo que une passado, presente e futuro; é lugar de aprendizado, sendo o local onde as experiências são acumuladas; é um lugar no qual se vivencia e se preserva a cultura; a família e o estabelecimento são também partes integrantes da economia rural; e há conexão com a paisagem rural, seu meio ambiente.

No Brasil, a agricultura familiar e os principais elementos que definem o seu modo de organização social e produtiva, são legitimados pela legislação brasileira. A lei nº 11.326, do ano de 2006, regulamenta a condição de Agricultor Familiar no Brasil e estabelece as diretrizes para a formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais. Neste sentido, considera-se agricultor familiar e empreendedor familiar rural aquele que pratica atividades no meio rural, atendendo, simultaneamente, aos seguintes requisitos conforme (BRASIL, 2014):

I - Não detenha, a qualquer título, área maior do que quatro módulos fiscais⁷ (definidos por cada município);

⁷Salienta-se que a dimensão de um módulo fiscal varia conforme as características dos municípios. De acordo com a Secretaria de Desenvolvimento Rural e Meio Ambiente (SEDEMA) um módulo fiscal no município de Chapecó/SC, por exemplo, corresponde a 20 hectares (200.000 m²), assim para enquadrar-se como agricultor familiar, a propriedade deve ter área de no máximo 80 hectares (800.000 m²).

- II - Utilize predominantemente mão-de-obra da própria família nas atividades econômicas do seu estabelecimento ou empreendimento;
- III - Tenha renda familiar predominantemente originada de atividades econômicas vinculadas ao próprio estabelecimento ou empreendimento;
- IV - Dirija seu estabelecimento ou empreendimento com sua família.

Segundo o Ministério do Desenvolvimento Agrário – MDA, a agricultura familiar é responsável pelo fornecimento de grande parte dos alimentos consumidos no país. Em suma, a produção destes agricultores está presente em vários pratos típicos da população e, sendo assim, a atividade cumpre seu papel na segurança alimentar, proteção do meio ambiente, no combate a fome e a pobreza, preservação da cultura, de forma peculiar, pois os resultados são locais. Sendo esse um público importante e contemplado por diferentes programas e políticas públicas (BRASIL, 2014).

O Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar–PRONAF, lançado no ano de 1996, tornou-se o marco no quadro social e político para os agricultores brasileiros (SCHNEIDER, 2003). O PRONAF, através de linhas de crédito específicas aos produtores familiares, tem como objetivo o fortalecimento das atividades desenvolvidas, de formação com foco na cadeia do agronegócio, no aumento de renda e na agregação de valor aos produtos agrícolas (BRASIL, 2014).

Entre os desafios do atual cenário agrícola para os agricultores familiares temos: o envelhecimento da população rural; o êxodo da população rural; crise na sucessão das propriedades; concentração da produção, na qual menos produtores produzem cada vez mais; políticas públicas que não atendem as exigências destes agricultores; tendências de políticas voltadas ao setor primário exportador; reformas agrárias, como uma das poucas ferramentas para o surgimento de novos estabelecimentos familiares, que não apresentam êxito no que se referem à capacidade de geração de qualidade de vida; perda de espaço da abordagem territorial em detrimento dos programas setoriais e compensatórios.

Nesta perspectiva, a agricultura familiar, frente às adversidades da economia globalizada, apresenta vantagens sob o prisma do desenvolvimento local. O local, neste caso, traz oportunidades para agricultores que não trabalham como meros fornecedores de matéria prima para comerciantes, ou agroindústrias. Perante tantos desafios postos, oportuniza-se para as famílias de agricultores familiares uma alternativa para o controle da produção, do beneficiamento e da comercialização de

sua produção agrícola quando se trabalha sob a ótica da inserção destes em mercados locais e mercados de proximidade.

MERCADOS: FORMAS DE INSERÇÃO PARA OS AGRICULTORES FAMILIARES

O mercado pode ser definido como um conjunto de regras e de obrigações, que são impostas a todos e regulam sua dinâmica. Neste sentido, as normas a serem seguidas e, que constituem o modelo de 'mercado hegemônico', induzem a criação de espaços comuns, homogêneos, com o objetivo de anular diferenças e criação de um ambiente globalizado. Desta forma o conjunto de normas impostas define quais são os agentes sociais, que têm ou não a capacidade de aprendizagem e formatação (ou subordinação), para inserção no modelo de mercado definido de 'autorregulador' (CALLON, 2004).

O sistema moderno com suas regras, leis, e contratos baseados em normas técnicas constituem sistemas peritos (GIDDENS, 1991) que sobrepõem relações de honradez e de confiança tradicionais criando um ambiente de tensões sociais e econômicas, em que a pressão pela inserção no mercado dificulta e impacta diretamente a dinâmica de agricultores familiares. Uma vez que, nem todos os agentes sociais tem condições sociais para aderirem ao mercado em sua forma convencional, ou não estão dispostos a se adequar às exigências impostas, o que é tido como um desarranjo ou "falhas de mercado" (PLOEG, 2011), outras possibilidades de análise emergem. Estas falhas estão associadas às regras impostas pelos impérios agroalimentares. Ploeg (2011) mostra que as desigualdades sociais e espaciais, as ameaças de marginalização de agentes rurais, a destruição da biodiversidade e a perda da qualidade de vida no campo. Ao priorizarem o mercado de commodities e sua logística de especialização produtiva excluem os agricultores de base familiar, que possuem um sistema produtivo diversificado e pluriativo.

Conforme Callon (2004) o mercado pode ser entendido como resultado permanente da construção e reconstrução de forma coletiva e supõe negociações, interações e aprendizados sem exclusões, ou divisões impostas pela lógica da modernidade. Ou seja, é uma construção social resultante da aprendizagem coletiva

envolvendo uma rede de atores em que o universo de trocas e negociações é repleto de ideias, vontades e saberes.

Mesmo sob a hegemonia de mercado com regras ditadas pela lógica da modernização, da globalização e dos impérios agroalimentares destaca-se que não existe apenas uma forma de mercado. Portanto, é possível afirmar que existe uma diversidade de 'mercados' em constante transformação, imersos em peculiaridades culturais de cada lugar e nas capacidades de ação de seus agentes, ou seja, existe uma dinâmica de 'mercados' construídos socialmente (CALLON, 2004; PLOEG, 2011; SABOURIN, 2011a).

A construção conjunta de métodos de comercialização e inserção mercantil locais, envolvendo uma rede de agentes, pode ser entendida através do conceito de 'poder de agência', o qual compreende a capacidade, ao poder de ação de cada elemento e de cada agente (GIDDENS, 1991).

Partindo do entendimento de que não existe apenas 'um modelo de mercado' focado no crescimento econômico e atendimento de necessidades privadas, percebe-se que existem alternativas de mercados, que extrapolam a simples trocas de bens e de interesses individuais, e podem incluir relações sociais e valores comunitários éticos ou espirituais (SABOURIN, 2011c).

A inserção em cadeias curtas de comercialização, em mercados de proximidade entre agricultores e consumidores, com a diversidade de valores e saberes trocados social, cultural e economicamente, traz uma nova perspectiva para agricultores familiares. Conforme Ploeg (2008), os circuitos curtos entre produção e consumo tem grande importância no fomento e construção social de economias locais e podem contribuir para os segmentos sociais que historicamente são marginalizados e excluídos pela lógica da modernização.

Nestes mercados há exigências de valorização de outras dimensões do território que não somente a econômica. O grande diferencial nas cadeias curtas de comercialização é a possibilidade de alianças, de construção de mercados através de grupos organizados com o mesmo objetivo, corroborando com o 'poder de agência', evidenciado por Giddens (1991), que pode conformar as estruturas locais.

Os mercados locais, pelo conjunto de peculiaridades e da oportunidade de construção participativa, acabam funcionando como espaços de persistência de estilos de vida em que atributos do que é tradicional e do que é moderno estão imbricados. Segundo Corona (2006) os modos de vida dos agricultores levam em

conta estratégias que asseguram a reprodução da família e de seus estabelecimentos de forma que, mesmo sob exigências externas, há uma hibridez na dinâmica entre o que é moderno e o que é tradicional.

Como exemplos de cadeias alimentares curtas entre produtores e consumidores, isto é, entre as formas de inserção mercantil, no contexto atual, podemos citar a venda direta na propriedade, venda em sacolões, em feiras-livres e os programas institucionais. Uma grande mudança, nas últimas décadas, foi o acesso aos chamados mercados institucionais. Através de políticas públicas do governo federal, muitas foram às oportunidades criadas para a comercialização da produção de alimentos oriundos da agricultura familiar, como o Programa de Aquisição de Alimentos – PAA – e o Programa Nacional de Alimentação Escolar – PNAE (PLOEG, 2011). Vale ressaltar que cerca de 85% da produção mundial de alimentos não passam pela grande indústria processadora, sendo distribuídos através de circuitos curtos e descentralizados (PLOEG, 2008).

De fato, os circuitos curtos e descentralizados de comercialização oportunizam: a orientação da produção agrícola para o mercado, mas também para a reprodução social da família de agricultores no sistema de manejo inserido (PLOEG, 2008); assim como, a diferenciação de mercados com relações que extrapolam a troca, uma vez que, em relações face a face, os valores de honra e de prestígio são inseparáveis dos produtos, ou serviços dos agricultores, mesmo sem que haja contratos jurídicos (SABOURIN, 2011c).

A persistência destes mercados é explicada pelas ‘redes sociais’ em que a expansão do mercado se dá pela notoriedade e pela ampliação das redes, que ganha força popular na propaganda boca a boca. Essa conjuntura de ampliação das redes com o agenciamento de pessoas, entidades e objetos vai ao encontro da matriz teórica das pesquisas de Callon (2004), entorno do entendimento do ‘ator rede’.

Os mercados de proximidade têm nesta teoria das ‘redes sociais’ a fundamentação para a construção de proposições sem regras impostas pelo mercado autorregulador. Pelo contrário, as redes e a participação dos atores envolvidos giram entorno de proposições construídas pelo grupo.

A oportunidade de inclusão social com a inserção de mercado oportuniza a autonomia perante as regras e contratos impostos pelos sistemas agroalimentares, logo favorece novas formas de desenvolvimento e configuração da

sociedade. Nesta direção, Ploeg (2011, p.124) define o conceito de ‘mercado aninhado’⁸ como um mercado integrado aos demais, mas com a especificidade de ser socialmente construído, consistindo num “[...] conjunto específico de transações, envolvendo produtos e serviços específicos, entre fornecedores e compradores específicos, que obedecem normas específicas e produzem benefícios específicos”.

Vale destacar que essas características apontam para uma estratégia alternativa de enfrentamento à crise, por parte dos agricultores familiares, baseadas em maior autonomia em relação à dinâmica de especulação do capital (PLOEG, 2008; SABOURIN, 2011a) e em valores de sustentabilidade baseada em saberes, ou práticas locais (SABOURIN, 2011a; LEFF, 2009). Portanto, são atributos relacionados a atores sociais conectados entre si e ao local, neste caso, o tempo não pode ser separado do contexto de vivência.

O sentimento de pertencimento e organização em rede num mesmo local de trocas econômicas e sociais é evidenciado por Godoy (2005), ao estudar as feiras-livres como um espaço compartilhado por agricultores com o mesmo objetivo, envolvendo aspectos culturais e simbólicos em suas relações sócio afetivas e na trocando saberes entre os envolvidos.

FEIRA-LIVRE

A Feira-livre tem sua origem e difusão junto à evolução das trocas de mercadorias desde a época dos Feudos. Não há como avaliar a história da atividade mercantil sem avaliar a prática de fazer feira. Muito antes das relações econômicas e monetárias nas sociedades modernas, a sobra da produção primária, transformou as atividades de produção para o abastecimento familiar, proporcionando práticas como, por exemplo, de trocas de alimentos entre vizinhos. As ‘feiras’ evidenciadas nos estudos de Mauss (2013) mostraram a importância de produzir pensando nas trocas entre distintas comunidades.

⁸Segundo Ploeg (2011, p. 123) o mercado aninhado tem como especificidade sua construção social. Ele “[...] consiste de um conjunto específico de transações, envolvendo produtos e serviços específicos, entre fornecedores e compradores específicos, que obedecem normas específicas e produzem benefícios específicos.”

Conforme Pirenne (1973) foi o aumento do volume de produção agrícola que possibilitou a reunião de agricultores, com o mesmo objetivo, com poder de troca de mercadorias e principalmente de alimentos, num mesmo local que denominou-se de 'feiras'. Uma forma de organização que possibilitava e facilitava contatos e a formação de redes sociais. Esta prática esteve vinculada ao surgimento das cidades na idade média.

O surgimento das feiras-livres é “[...] atrelado ao aparecimento dos primeiros burgos e a intensificação das trocas comerciais” (ANJOS; GODOY e CALDAS, 2005, p.16). Sua origem permeia a história de trocas, compra e venda no intuito de tornar produtos e serviços, dotados de valor atribuído, disponíveis ao consumo nas sociedades mercantis.

O conjunto de valores remetidos à feira-livre e seus agentes é repleto de saberes pertinentes à cultura local. Mistura-se, neste caso, economia e cultura, é uma economia repleta de conhecimentos, de trocas, de costumes vivenciados na negociação face a face, em que a comunidade pode negociar e valorizar o próprio ambiente de produção de alimentos que esta inserida. Esse conjunto de valores é denominamos de 'cesta de bens' (PECQUEUR, 2006).

Em outras palavras, as feiras-livres são uma entre as diferentes formas de organização econômica e social com a perspectiva de desenvolvimento voltada ao local. Logo, vislumbra-se que para superar as dificuldades postas pelo modelo de mercado hegemônico, quando há possibilidade de contato entre consumidor e agricultores, os mercados locais favorecem a manutenção de modos de vida peculiares aos agricultores familiares.

Feiras-livres de agricultores familiares

As feiras-livres de agricultores familiares são organizações que transcendem as relações de comércio de alimentos e apresentam algumas características peculiares, como a possibilidade de contribuir em diferentes dimensões a partir das potencialidades locais, no que se refere ao desenvolvimento local.

Inseridas nas cadeias curtas de comercialização, principalmente de bens de consumos essenciais, as feiras-livres são um mecanismo de comércio atrelado às áreas urbanas e, segundo Kageyama (2008, p.16), “[...] a característica mais acentuada destas áreas é a de possibilitar maior acesso e interação social, ou número de contatos, para fins de trabalho, trocas, negociações, compras e vendas, maior acesso à educação e cultura, etc.”.

Corroborando com estas discussões, Godoy (2005, p.6) afirma que é na “[...] conexão entre o rural e o urbano, que as feiras-livres, um sistema local de comercialização detentoras de atributos peculiares, persistem na sociedade contemporânea”. Estes espaços de relações sociais prevalecem no tempo e no espaço e possuem características próprias a cada local, que alicerçam o conceito de ‘sagrado da feira’. Entre as quais se destacam as relações de reciprocidade, confiança e notoriedade, assim como a busca por maior autonomia perante o atual modelo hegemônico.

Entre as muitas denominações – também são chamadas de Feira-livres, Feira de Produtores, Feiras de Produtos Coloniais, Feiras de Agricultores, Feiras Agroecológicas, são tratadas como mercados de proximidade, mercados face a face, ou ainda inseridas nas cadeias curtas de comercialização. Sendo assim, a venda direta de produtos, principalmente alimentícios, da agricultura se confunde com a estrutura social e histórica das feiras-livres.

Quando construída socialmente com agricultores de determinada região, a feira-livre tem como diferenças básicas o sentimento de pertencimento e a ligação entre urbano e rural. Os agricultores familiares, grupo social responsável pela constituição histórica da maioria das cidades nas quais existem feiras-livres, possuem nestas uma estratégia de reprodução social, econômica e ambiental. Uma vez que, a atividade de fazer a feira-livre deve ser entendida como a ampliação das atividades de manejo e gestão familiares associadas à propriedade rural e ao agrossistema, que pode ser estendido aos mercados de proximidade.

Difícilmente uma área urbana não possui no entorno de sua cidade a atividade de produção de alimentos que acompanharam o desenvolvimento histórico da população local. De modo geral, é no espaço rural que podem ser produzidos principalmente alimentos. Os agricultores locais dinamizam os mercados de proximidade substituindo importações de alimentos, tornando-se uma estratégia relevante para o desenvolvimento local.

A capacidade de adaptação às dinâmicas sociais locais é uma das principais características dos feirantes agricultores familiares. Em outras palavras, a agricultura familiar pode se fortalecer “[...] com a participação em novas atividades econômicas, ou com a produção de novos produtos e a prestação de novos serviços que são em geral distribuídos e oferecidos através de novos mercados, socialmente construídos” (PLOEG, 2014, p.13).

Frente às mudanças nas relações de consumo influenciadas pelas grandes cadeias de produção e comercialização, ressalta-se que os produtos da pequena escala da agricultura familiar possuem qualidades associadas à tradição, à natureza, ao artesanal e ao local. Segundo Wilkinson (2008), esses valores são únicos e acabam sendo premiados por alguns mercados de proximidade, como as feiras-livres.

Neste sentido, as feiras-livres de agricultores familiares apresentam atributos para o desenvolvimento pensados localmente em busca de maior autonomia. Essa modalidade de configuração social dos agricultores familiares respeita a pluralidade de mercados e deve ser colocada na pauta de discussão e formulação dos planos de desenvolvimento local no âmbito sócio-político e institucional. Ao manterem-se, no tempo e no espaço, como um segmento de mercado seus conceitos e atributos servem de referencia para outros mercados.

Histórico da Feira-livre de Produtos Coloniais e Agroecológicos de Chapecó/SC

A região oeste do Estado de Santa Catarina, onde se localiza o município de Chapecó, tem no núcleo familiar a maior parte da mão de obra proveniente para o trabalho junto às unidades de produção agrícola (TESTA et al., 2003). Foi esta configuração que possibilitou a evolução do sistema de integração entre agroindústria e agricultores desde a década de 40.

As primeiras indústrias de alimentos se estabeleceram no município a partir da década de 50 (BAVARESCO, 2005). O contexto histórico vivenciado pelos agricultores familiares, em Chapecó de forma mais intensa a modernização e influencia da agroindústria como fatores importantes de exclusão de inúmeras famílias deste modelo de integração entre produtores e indústria.

Segundo dados da Secretaria de Desenvolvimento Rural e Meio Ambiente - SEDEMA, as feiras-livres têm, na década de 1990, o marco inicial de sua atividade no município de Chapecó. Em 1991, havia oito famílias de agricultores que ampliaram suas atividades passando não apenas a produzir, mas a se inserirem no mercado de venda direta ao consumidor.

O município de Chapecó que possuía, segundo (IBGE, 2010), uma população estimada em 183.530 mil habitantes e está localizado na região oeste do Estado de Santa Catarina, com área de 626,057 km². Ver Figura 1.

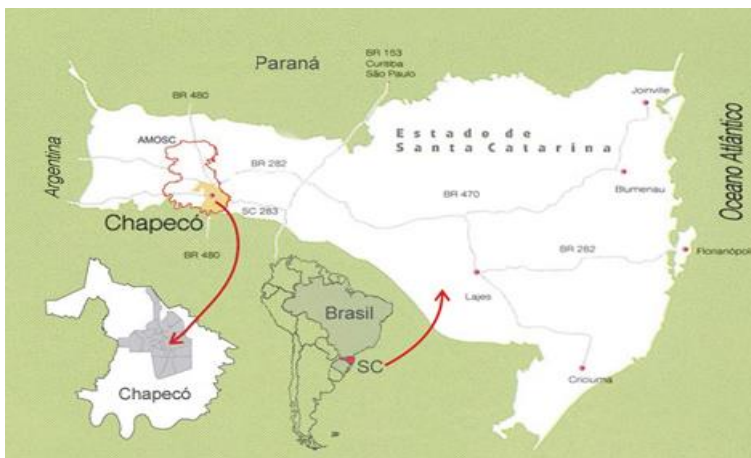


Figura 1 : Localização do Município de Chapecó-SC

Fonte: Reche & Sugai (2008)

A primeira feira-livre do município contava com bancas móveis e localizava-se na calçada da Rua Índio Conda, ao lado do estádio de futebol da equipe Chapecoense. Ver Figura 2.



Figura 2 : Feira-livre ao lado do estádio municipal no ano de 1991

Fonte: Acervo da SEDEMA

O primeiro estatuto relacionado à feira-livre é de 1991, ano da criação da Associação de Feirantes de Chapecó – APROFEC – (FERRARI, 2011). A partir dessa associação, as feiras-livres foram pensadas como uma atividade de extensão das propriedades dos agricultores familiares. O programa de feiras-livres ganhou o nome de Feira de Produtos Coloniais e Agroecológicos no ano de 1999.

Segundo Cancelier (2007), uma parceria do poder público local com os agricultores feirantes, ocorrida em 1998, proporcionou a transferência da feira-livre sediada junto ao estádio municipal para o centro da cidade. Foi alugado um terreno pelo poder público, na esquina da Rua Nereu Ramos com a Rua Uruguai, próximo ao terminal urbano, sendo o novo espaço inaugurado em 21 de fevereiro de 1998.

Conforme dados da SEDEMA as feiras-livres de Chapecó passaram por inúmeras mudanças de locais e já no ano de 1999 possuíam 9 estruturas para atendimento ao consumidor nos principais bairros do município, sendo que as maiores feiras-livres em número de feirantes estavam área central.

3. METODOLOGIA

Esta seção apresentará os aspectos metodológicos desta pesquisa, incluindo (i) o enquadramento metodológico do trabalho e os procedimentos, as definições da amostragem utilizada e os instrumentos para coleta e análise dos dados.

ENQUADRAMENTO METODOLÓGICO

A pesquisa desenvolvida tem caráter qualitativo, com fase exploratória e análise descritiva. Exploratória uma vez que objetivou descrever características do problema, ou do fenômeno a ser explicitado (GIL, 2002), para posterior escolha que permitisse o desenvolvimento da pesquisa.

A análise é de caráter descritivo, pois buscou atentamente descrever as práticas sociais rotineiras, como uma prática interpretativa do fluxo social, contida na observação, no registro e na análise de fatos que aparentemente pequenos podem estar densamente entrelaçados em especificações complexas (GEERTZ, 2008).

Para a descrição das práticas sociais e aprofundamento de um tema complexo como o proposto, utilizou-se de anotações, diário de campo, as entrevistas, as conversas, as fotografias, as gravações e os lembretes (RICHARDSON, 2008).

A revisão da literatura, com suas múltiplas abordagens, permitiu a aproximação de conceitos fundamentais da problemática de estudo. “[...] Conceitos são as unidades de significação que definem a forma e o conteúdo de uma teoria” (MINAYO et al., 2000, p.92).

A partir da revisão literária, tornou-se possível a construção da teoria geral de investigação, um passo fundamental como processo metodológico da pesquisa (PINTO, 1979, MINAYO, 1996). É neste sentido que os referenciais teóricos abordados deram suporte à definição dos pontos de análise.

A temática deste estudo parte da feira-livre, uma das diferentes formas de inserção mercantil, no contexto da agricultura familiar. Para a compreensão desta prática social fez-se necessário percebê-la a partir da sua realidade. Esse trabalho caracteriza-se, portanto, pela sua natureza prática como um estudo de caso.

O caráter desta pesquisa é qualitativo, pois busca a descrição e compreensão de fenômenos das experiências humanas. O conjunto de práticas usadas na pesquisa qualitativa para a descrição das práticas sociais e aprofundamento de um problema complexo incluem as anotações, diários de campo, as entrevistas, as conversas, as fotografias, as gravações e os lembretes (RICHARDSON, 2008).

PROCEDIMENTOS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGAÇÃO

Neste tópico são apresentadas as fases da pesquisa em relação à escolha das ferramentas de investigação para o estudo. Ressalta-se que a escolha do tema de pesquisa deste trabalho deu-se pela vivência do autor como extensionista rural junto à SEDEMA, a qual coordena o programa de feiras-livres no município de Chapecó, assim como pelo protagonismo da agricultura familiar no histórico de desenvolvimento territorial da região.

Os contatos iniciais com os feirantes se iniciaram com o trabalho de extensão rural, em 2012, já o projeto de pesquisa com foco no estudo das feiras-livres tornou-se factível com escolha da problemática que trata da inserção de mercados pelos agricultores familiares do município de Chapecó.

A oportunidade de juntar a vivência da extensão rural com a perspectiva de pesquisa científica surgiu através da aprovação no mestrando com o projeto de pesquisa apresentado junto à Universidade Tecnológica Federal do Paraná – Campus Pato Branco – no ano de 2013. Desta forma, o projeto também foi apresentado à SEDEMA e aos feirantes de Chapecó, no final do mesmo ano, com o intuito de enfatizar a importância da participação das famílias para o sucesso da pesquisa.

A primeira etapa iniciou-se com a coleta de dados o qual teve como objetivo a descrição e categorização das famílias de feirantes que se enquadram

nos conceitos, princípios e legislação que garantem os direitos a categoria de agricultores familiares. Nesta etapa, optou-se por trabalhar com a aplicação de um formulário, com um roteiro semiestruturado de perguntas, abordando conceitos e aspectos considerados essenciais para cumprir parte dos objetivos específicos em relação à caracterização das famílias de agricultores familiares feirantes.

A aplicação do formulário, neste caso, usa do método de entrevista com a presença do entrevistado e do entrevistador face a face. Por sua vez, a sequência de questões a serem respondidas e anotadas pelo entrevistador caracteriza o formulário (MARCONI & LAKATOS, 1996).

Foram realizadas entrevistas junto aos feirantes de Chapecó, entre abril e maio de 2015, quando se buscou caracterizar o perfil socioeconômico destes. Para tanto, utilizou-se formulários semiestruturados (APÊNDICE A) com o foco na caracterização das famílias e suas atividades. Foram abordadas questões como a identificação dos feirantes, os tipos de produtos ofertados, os canais de comercialização acessados pelos feirantes, a representatividade econômica de cada canal de comercialização, entre outras.

Para caracterizar e compreender a dinâmica do público estudado, a amostragem inicial abrangeu a totalidade do universo de feirantes. A partir do cadastro da SEDEMA pôde-se constatar que, no ano de 2015, 63 famílias eram responsáveis pelas 98 bancas ativas nas feiras coloniais e agroecológicas de Chapecó, ou seja, algumas famílias possuíam mais de um ponto de feira-livre no município.

Uma vez levantado o universo da pesquisa, para operacionalização das entrevistas qualitativas, foi adotado como parâmetro de seleção para próxima etapa a escolha das famílias, que são de Chapecó e atendem as exigências legais para obterem a declaração de aptidão ao PRONAF, chegando-se ao seguinte resultado: 39 famílias de feirantes atendem se enquadram como agricultores familiares e são do município de Chapecó.

Para atender os objetos deste estudo, levando-se em consideração o tempo e os recursos disponíveis para a pesquisa, houve a necessidade de escolha de quais feiras-livres - local escolhido para realização das entrevistas - possuíam a maior representatividade de agricultores familiares feirantes de Chapecó. Nesse sentido, das 39 famílias, que atuam nas dez feiras-livres, 28 trabalham nas duas feiras-livres centrais. Ou seja, são as feiras-livres com o maior público do estudo. A

escolha do local de entrevista possibilitou que os múltiplos aspectos das práticas de mercado pudessem também ser observados em sua rotina.

A segunda etapa de entrevistas foi realizada entre os meses de julho e agosto de 2015, nos sábados, dia que todas as feiras-livres estavam em funcionamento. Aplicou-se um formulário utilizando-se um roteiro de perguntas abertas ao responsável da banca de comercialização, durante a feira-livre. Minayo et al. (2000) enfatiza o trabalho de campo como uma etapa importante para a pesquisa qualitativa.

Nesta fase, o foco das perguntas foi o de compreensão sobre os conceitos de confiança, de reciprocidade e de relações de tempo e espaço nas práticas de mercados dos entrevistados. Vale ressaltar que a entrevista é entendida como uma importante ferramenta da pesquisa social (RICHARDSON, 2008).

Para atender os demais objetivos de pesquisa, as entrevistas foram gravadas para posterior análise do conteúdo presente nas falas dos agricultores(as). Foram usadas questões semiestruturadas, previamente elaboradas e validadas com a aplicação de um formulário junto às famílias de feirantes, conforme apêndice B.

A última etapa foi a de análise de conteúdo que partiu de um grupo de técnicas e procedimentos sistemáticos e objetivos, com análise inicial do material, exploração do material, definição das categorias, das inferências para, por fim, realizar o tratamento dos resultados, utilizando a descrição do conteúdo presente nas respostas obtidas (BARDIN, 2009), a partir das falas dos feirantes entrevistados.

Apresenta-se, por fim, uma análise descritiva da dinâmica das práticas presentes nas feiras-livres no que se refere às relações de confiança, à reciprocidade e às relações de tempo e espaço.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Neste capítulo são apresentados e discutidos os resultados da pesquisa, sendo: (i) caracterização dos feirantes de Chapecó; (ii) relações de confiança nas práticas de mercado dos feirantes; (iii) relações de reciprocidade nas práticas de mercado dos feirantes; (iv) relações de tempo-espaço nas práticas de mercados dos feirantes; (v) feiras-livres: espaço de inserção, de motivações e manutenção de agricultores familiares.

Vale destacar que os resultados apresentados, neste estudo, partem das respostas obtidas nas entrevistas com os feirantes agricultores familiares de Chapecó. Neste caso, a análise dos dados coletados através da pesquisa parte das percepções e dos atributos ressaltados como importantes pelos próprios feirantes.

CARACTERIZAÇÃO DOS FEIRANTES DE CHAPECÓ E SUAS ATIVIDADES

Neste item são apresentadas as características sociais, econômicas e culturais das famílias de agricultores familiares que participaram da pesquisa. Entre as quais foram abordadas: a origem étnica, a faixa etária, as instituições presentes na vida comunitária local, os tipos de atividades desenvolvidas pelos feirantes, a diversidade de produtos ofertados nas feiras, os tipos de mercados acessados pelas famílias além das feiras-livres, o tempo de atuação dos feirantes na atividade de feira-livre, a renda bruta proveniente das feiras-livres e o envolvimento histórico das famílias com as feiras-livres.

Conforme o levantamento da fase inicial de caracterização dos feirantes verificou-se que, no ano de 2015, participavam do programa de feiras coloniais e Agroecológicas de Chapecó 63 famílias de feirantes, destes 39 se enquadram como agricultores familiares de Chapecó conforme a Lei nº 11.326, do ano de 2006, que regulamenta a condição de Agricultor Familiar no Brasil. Destas, 28 são responsáveis por atenderem 31 bancas nas duas feiras-livres da região central escolhidas como local de entrevistas.

Origem étnica, faixa etária e sucessores dos feirantes

O município de Chapecó, assim como grande parte dos municípios do entorno, teve em seu processo de formação histórica, a influência dos processos de colonização com predomínio de descendentes de imigrantes oriundos da Itália e da Alemanha (PEREIRA & FREDDO, 2007).

Neste sentido verifica-se que as respostas dos feirantes corroboram em parte em relação a sua origem étnica dos feirantes do município, sendo que a mais citada é a Italiana, seguida pela Brasileira, Alemã, Portuguesa e Espanhola, como mostra o Gráfico 1.

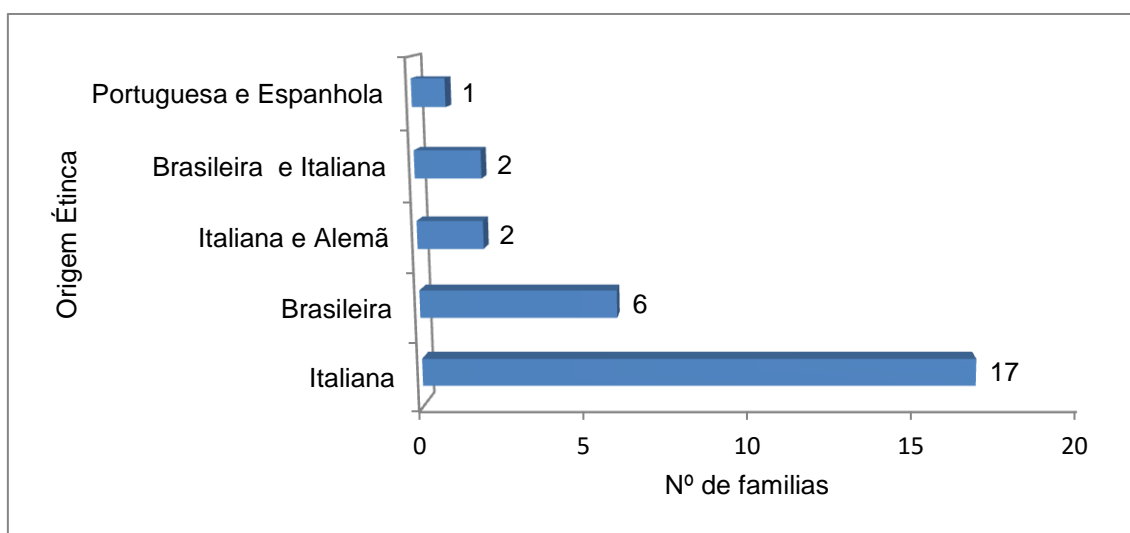


Gráfico 1 : Etnia dos feirantes responsáveis pelas bancas

Fonte: Elaborado a partir dos dados de pesquisa do autor. Chapecó, SC. Mar-2014/Dez-2015.

Uma das preocupações em relação à categoria de agricultores familiares refere-se à sucessão das unidades produtivas e o envelhecimento desta população, tornando-se um dos desafios para a permanência da agricultura familiar. No caso dos feirantes de Chapecó, a grande maioria dos responsáveis pelas bancas de feiras-livres possui mais de 50 anos. Conforme mostra o Gráfico 2, nove feirantes possuem menos de 50 anos e dezenove estão na faixa etária superior aos 50 anos de idade.

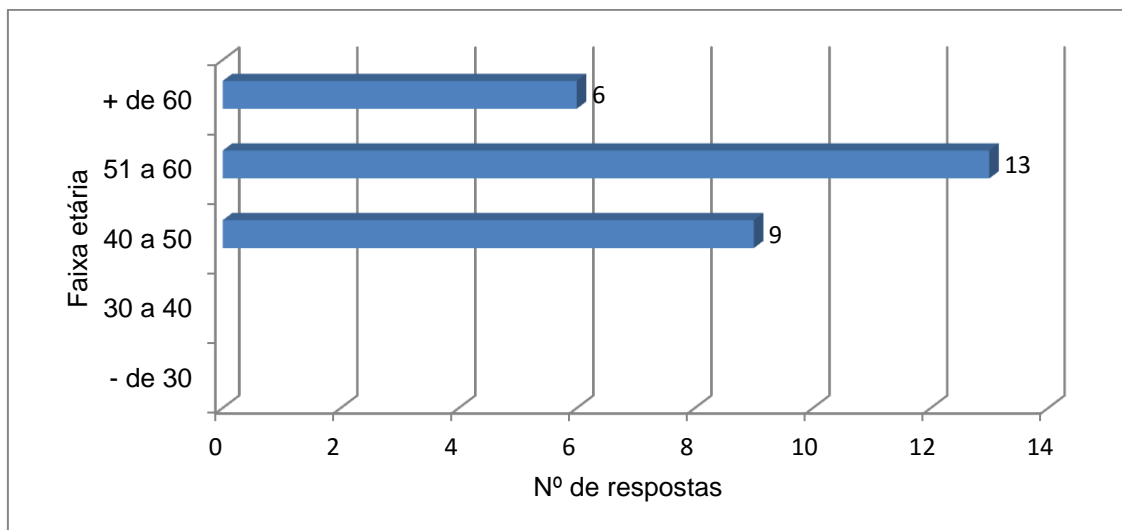


Gráfico 2 : Faixa etária dos feirantes responsáveis pelas bancas

Fonte: Elaborado a partir dos dados de pesquisa do autor. Chapecó, SC. Mar-2014/Dez-2015.

Nas feiras-livres centrais, as mais antigas da cidade, são poucas as famílias que ingressaram recentemente, fato que pode estar relacionado à faixa etária dos responsáveis pelas bancas das feiras-livres.

No entanto, esse fato implica em mudanças no planejamento das propriedades e, no caso dos agricultores feirantes, na continuidade ou não das atividades junto às feiras-livre. Conforme o Gráfico 3, percebe-se que mais da metade das famílias não possuem sucessores trabalhando nas atividades desenvolvidas pelas famílias.

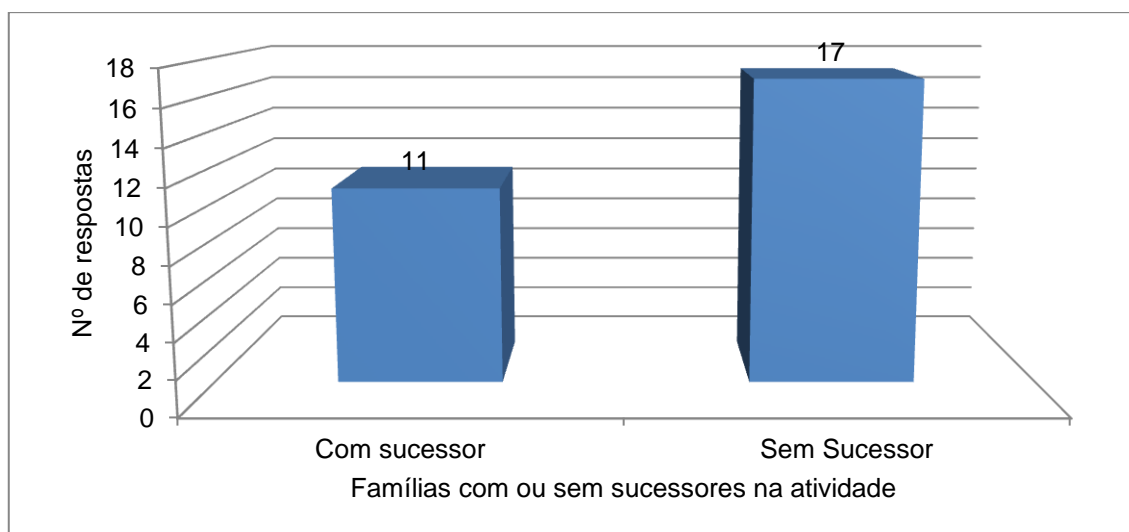


Gráfico 3 : Famílias com ou sem sucessores de suas atividades

Fonte: Elaborado a partir dos dados de pesquisa do autor. Chapecó, SC. Mar-2014/Dez-2015.

Verifica-se no Gráfico 3, que onze famílias de feirantes possuem sucessores já trabalhando na atividade produtiva e de comercialização e dezessete famílias não possuem sucessores na atividade. Mesmo sendo significativo o número das famílias com sucessores na atividade, a maioria que não os possui, o que remete a pensar tanto no risco da continuidade das unidades produtivas familiares como da feira-livre. Assim, haverá mudanças que afetam o planejamento, o qual deve conter previsões de futura substituição das famílias que forem parando suas atividades, uma vez que grande parte dos responsáveis, já evidenciado no Gráfico 2, possui idade superior a 51 anos.

Entre as práticas sociais comuns, destaca-se a participação junto às instituições e entidades que envolvem a vida profissional e comunitária. Todas as famílias de agricultores, das duas feiras centrais, relataram que participam das atividades de igreja, quatorze famílias responderam que participam da Associação de Produtores Feirantes de Chapecó – APROFEC; nove do conselho comunitário de onde residem, dezoito do sindicato de trabalhadores rurais, dois do partido dos trabalhadores, vinte de cooperativas da região, entre as citadas estão a Cooperativa Alternativa da Agricultura Familiar - Cooper Familiar - o Sistema de Cooperativas de Crédito Rural com Interação Solidária – CRESOL – e a Cooperativa Agroindustrial Alfa – Cooper Alfa, ver Quadro 1.

Quadro 1 – Instituições comunitárias que os agricultores familiares participam

Tipo de instituição	Denominação	Nº de respostas
Igrejas	Católica	26
	Evangélica	1
	Espirita	1
Associações	APROFEC	14
Conselhos	Conselho Comunitário	9
Sindicatos	Sindicato dos Trabalhadores Rurais	18
Partidos políticos	Partido dos Trabalhadores	2
Cooperativas	Cooper Familiar	9
	Cooper Familiar/Cresol	1
	Cooper Familiar/Alfa	2
	Cooper Familiar/Alfa/Cresol	2
	Cooper Alfa	4
	Cresol	2

Fonte: Elaborado a partir dos dados de pesquisa do autor. Chapecó, SC. Mar-2014/Dez-2015.

Conforme relato das famílias de agricultores, dados no Quadro 1, todas as famílias de agricultores, das duas feiras centrais, relataram que participam das atividades de igreja. Assim como, 14 famílias responderam que participam da Associação de Produtores Feirantes de Chapecó – APROFEC; nove do conselho comunitário de onde residem, 18 do sindicato de trabalhadores rurais, dois do partido dos trabalhadores, 20 de algumas das cooperativas da região entre citadas a Cooperativa Alternativa da Agricultura Familiar - Cooper Familiar - o Sistema de Cooperativas de Crédito Rural com Interação Solidária – CRESOL – e a Cooperativa Agroindustrial Alfa – Cooper Alfa. A participação no que diz respeito à interação social remete a preocupação com o próximo, com as pessoas e instituições que dentro de suas responsabilidades organizam a vida e o cotidiano da comunidade.

Tipos de atividades desenvolvidas pelos feirantes e diversidade de produtos

Entre as atividades desenvolvidas pelas famílias de agricultores observa-se quatro grandes áreas de atuação com a finalidade comercial. Dentre as quais se catalogou produtos alimentícios de origem animal (POA), produtos alimentícios de origem vegetal (POV), produtos ornamentais de origem vegetal (ORN) e produtos alimentícios panificados (PAN), conforme descrito no Gráfico 4.

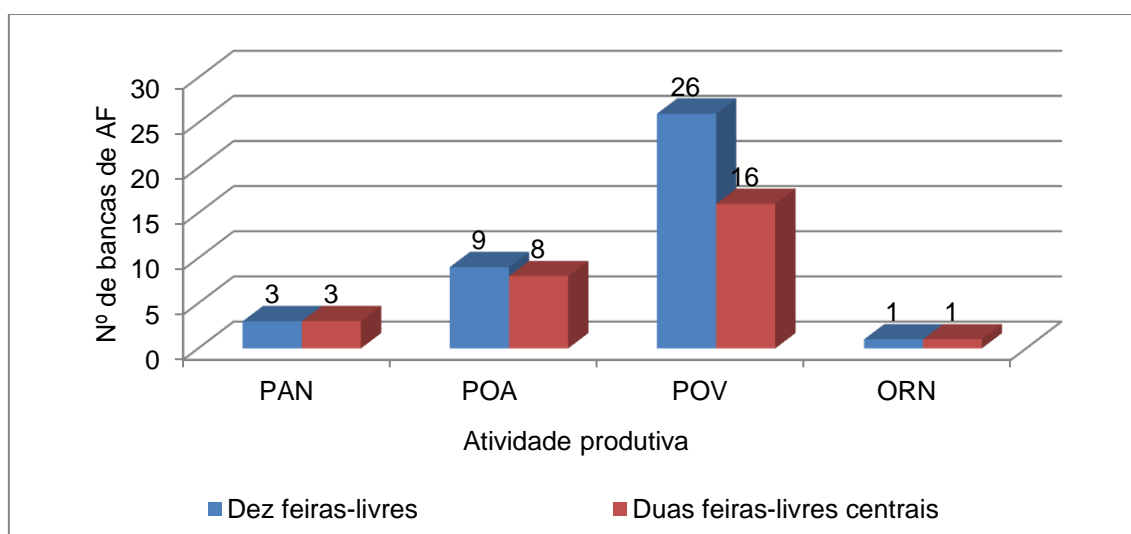


Gráfico 4 : Tipos de atividades desenvolvidas, nº de agricultores familiares em cada atividade, e nº de bancas de agricultores familiares de Chapecó nas duas feiras-livres centrais

Fonte: Elaborado a partir dos dados de pesquisa do autor. Chapecó, SC. Mar-2014/Dez-2015.

Verificou-se nas dez feiras-livres, que entre os produtos trabalhados pelos agricultores familiares de Chapecó, três bancas comercializam produtos panificados (PAN), nove derivados de origem animal (POA), 26 comercializam - na forma 'in natura', ou processada - produtos de origem vegetal (POV), assim como uma vende plantas ornamentais (ORN). Nas duas feiras-livres centrais - local de entrevistas escolhido – são três as famílias de AF trabalhando com PAN, 16 com POV, oito com POA e uma com ORN,

A diversidade produtos ofertados pelos feirantes de Chapecó abrange principalmente alimentos de origem vegetal, animal e panificados, ver Tabela 1.

Tabela 1 – Número de bancas por atividade nas duas feiras-livres centrais e sua representatividade

Origem	Atividades	Nº de bancas	% de bancas
PAN	Panificados	2	7%
PAN e POA	Panificados e Aves	1	4%
POA	Carne de suíno	2	7%
POA	Ovos de galinha	1	4%
POA	Ovos de galinha e Lácteos/Queijos	1	4%
POA	Lácteos/Queijo	3	11%
POA e POV	Lácteos/Queijo/Doces	1	4%
POV	Verduras/Legumes/Tubérculos	5	18%
POV	Frutas/Verduras/Tubérculos/Doces	3	11%
POV	Frutas/Doces	2	7%
POV	Frutas	1	4%
POV	Frutas/Verduras/Tubérculos	1	4%
POV	Verduras/Legumes	2	7%
POV	Verduras/Tubérculos/Grãos	2	7%
POV	Fitoterápicos	1	4%
ORN	Plantas ornamentais	1	4%
Total			100%

Fonte: Elaborado a partir dos dados de pesquisa do autor. Chapecó, SC. Mar-2014/Dez-2015.

Segundo a tabela 1, nas duas feiras-livres da região central de Chapecó, têm-se três famílias de agricultores trabalhando com produtos da área de panificados, sendo que estas comercializam principalmente bolachas, pães e bolos. Uma destas famílias, além dos panificados, tem criação de aves para abate e

comercialização na feira-livres central. Mostrando ser uma atividade com carência de famílias oriundas da área rural.

As famílias de agricultores familiares, que trabalham com produtos de origem animal, totalizam oito bancas nas duas feiras-livres centrais. Entre estas, uma possui criação de frango para abate - além de produzirem panificados para comercialização; duas famílias trabalham com derivados de suíno; existe uma família que trabalha apenas com ovos de galinha para comercialização na feira; outras quatro famílias trabalham com queijos e derivados lácteos – destas, além dos derivados de leite, uma produz ovos de galinha e outra produz doces.

Os agricultores, nas duas feiras centrais, têm de maneira geral maior representatividade de trabalho na área de produtos de origem vegetal são 16 bancas que correspondem a 57% do total de bancas de AF.

Uma atividade que se destaca, sendo uma atividade complementar à produção de hortaliças é a produção do tubérculo denominado de mandioca. Este produto é vendido minimamente processado, descascado e embalado. A mandioca, alimento que faz parte do hábito alimentar na região, é desenvolvida por 11 famílias de agricultores e é a principal atividade produtiva para duas destas.

Ainda de forma complementar a produção de verduras, destaca-se a comercialização de frutas em sete bancas. Destas, uma família se especializou em produção de suco de laranja investindo em maquinário adequado para o processamento no próprio espaço de feira-livre. A produção de bananas é de responsabilidade de cinco famílias da costa do Rio Uruguai - região com micro clima propício ao plantio de plantas tropicais - e disponibilizadas nas duas feiras-livres centrais. Em três bancas encontram-se frutas de forma sazonal, devido ao fato de trabalharem com espécies que produzem apenas em determinadas épocas do ano.

A fruticultura é uma atividade potencial na região, uma vez que grande parte do produto comercializado nas feiras-livres vem de outros municípios, sendo escassas as áreas de plantio com intuito comercial em Chapecó.

A industrialização de doces exige maior investimento das famílias na estruturação de agroindústrias, porém potencializa a agregação de valor aos produtos excedentes, principalmente as frutas que sobram das feiras-livres. Em Chapecó existem quatro bancas que processam frutas em doces e geleias.

Produtos como grãos e seus derivados são trabalhados por duas famílias de agricultores que também disponibilizam aos consumidores mandioca e verduras em geral.

A área de fitoterápicos, ou de ervas medicinais, apesar de ser um segmento característico em feiras-livres, é trabalhada apenas uma família de agricultores na feira do calçadão.

Na feira do calçadão, uma família trabalha com plantas ornamentais - esta uma atividade que tem como característica a demanda de mão de obra especializada para produção em maior quantidade. Por outro lado, agrega valor aos produtos e necessita de pouca área de terra para o cultivo. Esta atividade ainda contempla poucas famílias no município, mas possui grande potencial de desenvolvimento se focada principalmente junto ao setor de paisagismo e serviços correlatos.

Grande parte dos feirantes agricultores familiares relataram que, além da feira-livre, eles trabalham com diferentes segmentos e modalidades de mercados. Entender esse conjunto de estratégias de inserção é importante, pois se entende que existam diferentes potencialidades atreladas à participação social e a construção de mercados de forma conjunta.

Mercados acessados pelos Feirantes

A inserção no mercado por parte dos agricultores familiares é diretamente influenciada pela conjuntura política e econômica contemporânea. Desta maneira, a escolha do método de inserção mercantil deve ser considerada dinâmica. Por outro lado, acredita-se existir outras características não associadas à remuneração que permeiam a escolha dos agricultores como método de trabalho e inserção mercantil. Colocando em evidencia a hipótese de que existem atributos, além da contribuição econômica, atrelada a escolha, a persistência, a construção e permanência neste canal curto de comercialização.

Entre as diferentes alternativas de canais de comercialização existentes verificou-se, junto aos feirantes de Chapecó, que além da comercialização nas feiras-livres estes conseguem acessar supermercados e restaurantes - os quais

são intermediários das relações entre os produtos e o consumidor final - portanto, classificados como cadeias longas de comercialização. Por outro lado, no que se refere às cadeias curtas de comercialização, além da feira-livre, foram ressaltadas como segmentos importantes pelos agricultores os mercados institucionais, a venda direta ao consumidor na propriedade e a entrega domiciliar, ver Gráfico 5.

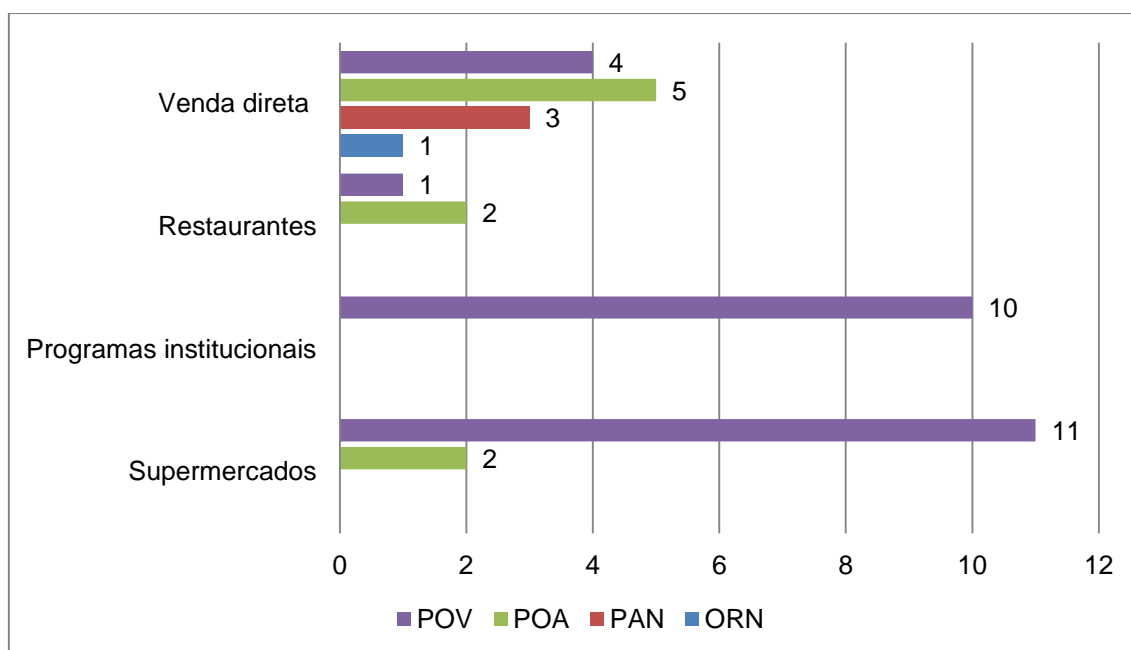


Gráfico 5 : Outros tipos de mercados acessados com o respectivo número de famílias de feirantes em cada segmento produtivo

Fonte: Elaborado a partir dos dados de pesquisa do autor. Chapecó, SC. Mar-2014/Dez-2015.

Conforme dados expostos no Gráfico 5, verifica-se que entre os outros tipos de mercados acessados pelos feirantes. A entrega domiciliar, uma modalidade de venda direta ao consumidor, é mais uma oportunidade de ampliação das atividades da família junto à unidade de produção agrícola. Neste sentido, o contato direto entre produtor e consumidor, oportunizado nas feiras-livres, é mantido nesta forma de comercialização não pela busca de ganhos com escala de produção, pelo contrário, o saber fazer é o grande diferencial para o atendimento e prestação de serviços com o atendimento domiciliar.

Os consumidores têm no contato direto com a unidade de produção e com as pessoas envolvidas das famílias diferentes formas de valorizar o que estão consumindo. Neste caso, se oportunizam o estabelecimento de vínculos envolvendo: laços de confiança baseados no saber fazer da família; experiências de trocas de

saberes; trocas de mutualidades; relações de compromisso e reciprocidades entre os agentes presentes no tempo e no espaço.

A venda na propriedade e entrega domiciliar foram modalidades de mercado trabalhadas por famílias de agricultores envolvidas nos quatro diferentes segmentos produtivos PAN, POA, POV e ORN.

As três famílias que trabalham com PAN - bolachas, massas e panificados em geral - atuam da mesma maneira, tendo na entrega domiciliar uma oportunidade de extensão de suas atividades. Por serem perecíveis, os produtos não comercializados durante a feira-livre, conforme relato das famílias, são entregues aos clientes conquistados nas feiras-livres, ou em roteiros de entrega em bairros da cidade.

Os agricultores que trabalham com produtos de origem animal, como embutidos, salame, torresmo, queijo, ovos de galinha, entre outros, geralmente tem um grande investimento em maquinário para industrialização e processamento da produção. Desta forma, além da feira-livre essas famílias geralmente se inserem em cadeias de comercialização longa acessando, no caso de Chapecó, restaurantes e supermercados da região.

O setor de frutas, legumes e verduras ou hortaliças, principalmente em regiões populosas, são atraentes para os agricultores pela demanda destes na alimentação diária dos consumidores. Em Chapecó, quatro famílias relataram que comercializam na propriedade, uma em restaurantes, 10 nos programas institucionais e 11 comercializam para os supermercados sendo, portanto o maior a área produtiva que mais comercialização em cadeias longas.

Tempo de atuação dos feirantes na atividade de feira-livre

Um fato relevante é a pouca entrada de novas famílias de agricultores nas feiras-livre. Essa preocupação com a sucessão de famílias é recorrente em estudos com AF. Porém, vislumbra-se que a adequação da legislação sanitária para bebidas como sucos, destilados e fermentados, assim como de produtos de origem animal voltada a pequenas unidades de processamento poderia ser uma oportunidade para a ampliação desses segmentos produtivos. Desta forma,

oportunizar-se-ia a valorização do saber fazer, da culinária típica e de diferentes atributos relacionados ao clima, ao solo e as especificidades locais de produção dos agricultores familiares.

A maior parte dos feirantes agricultores familiares de Chapecó relatou que atuam nas duas feiras-livres centrais a mais de 10 anos, corroborando com a ideia de que este tipo de mercado de proximidade é construído com o tempo e envolvimento dos agentes, ver Gráfico 6.

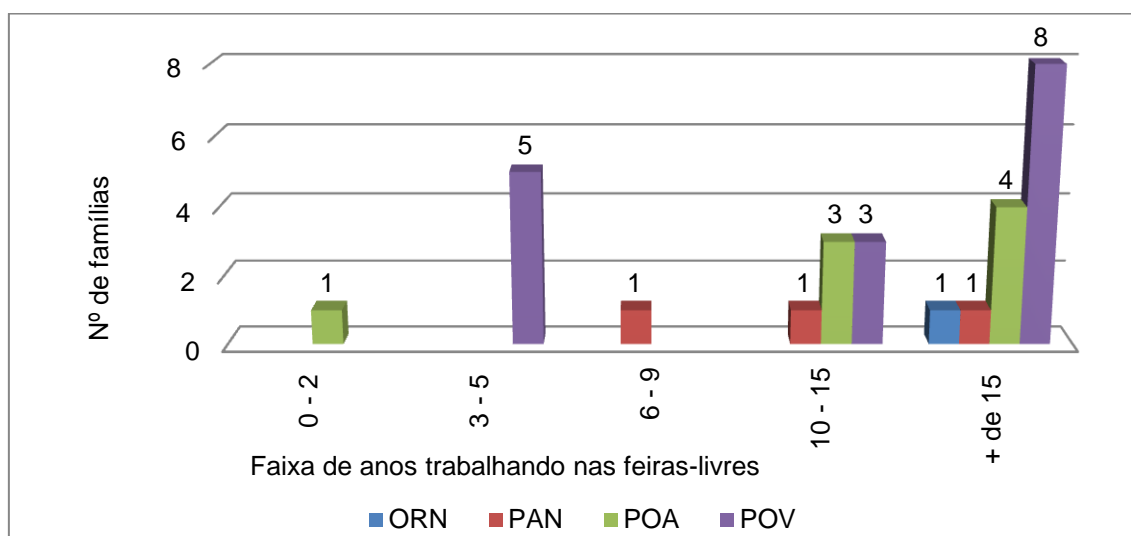


Gráfico 6 : Tempo de atividade nas feiras-livres e número de famílias de feirantes agricultores familiares em cada segmento produtivo

Fonte: Elaborado a partir dos dados de pesquisa do autor. Chapecó, SC. Mar-2014/Dez-2015.

Verifica-se no Gráfico 6, que 14 famílias atuam a mais de quinze anos nas duas feiras-livres centrais, destas oito tem atividade com POV, quatro com POA e uma com PAN; entre as famílias de feirantes, que atuam entre 10 e 15 anos, três trabalham com POV, outros três com POA e uma com PAN; já entre as famílias que iniciaram a atividade de feirantes há menos tempo temos uma que trabalha entre seis e nove anos com PAN; outras cinco entre três e cinco anos com POV e por fim uma a menos de três anos com POA.

Renda bruta proveniente das feiras-livres

A renda bruta das atividades dos agricultores aferidas, nos últimos doze meses a contar da data de entrevista, como proveniente das feiras-livres, conforme relato dos feirantes, mostrou que a comercialização nas feiras-livres contribui significativamente para o sustento familiar (Tabela 2).

Tabela 2 – Renda bruta dos agricultores aferidas como proveniente das feiras-livres

% Renda Bruta oriunda da feira-livre	Nº de famílias	%
Até 50% da renda bruta da família	9	32%
Mais de 50% da renda bruta da família	19	68%
Total de entrevistados	28	100%

Fonte: Elaborado a partir dos dados de pesquisa do autor. Chapecó, SC. Mar-2014/Dez-2015.

Conforme dados expostos na Tabela 2, verifica-se que para 68% das famílias este mercado de proximidade afere mais de 50% em relação a sua principal fonte de renda. A renda é apenas das necessidades para apropriação da autonomia socioeconômica destas famílias que, neste caso, foi oportunizada através da inserção nesta cadeia curta de comercialização.

Feira-livre: um espaço de tradição para as famílias de feirantes

À luz do contexto e categorias utilizadas neste trabalho, percebe-se nas falas dos feirantes agricultores familiares que sua inserção nos mecanismos de comercialização - com contato face a face - é importante, mas pode superar a racionalidade do mercado hegemônico de acumulo de capital e de relações sem troca sociais envolvendo vinculo pessoal.

Além da questão econômica, o que chama atenção - nas declarações do feirante AT - é um forte sentimento de que a atividade de feira-livre faz parte da tradição, da história da família deste agricultor. A atividade de feira-livre, que poderia ser apenas uma alternativa econômica, trouxe uma nova perspectiva para a família a

ponto de sentirem-se comprometidos, fazerem parte da história de construção deste mercado denominado feira de agricultores coloniais e agroecológicos de Chapecó.

Na feira comprando direto do produtor eles sentem mais confiança em comprar nossos produtos, é isso que eu sinto. Os clientes buscam qualidade. O contato também que eles têm com quem produz. Em outros mercados eu não ganho o valor que meu produto tem. A feira é uma tradição de família, temos uma obrigação com a feira-livre. (Entrevista com o feirante AT).

O contato face a face entre agricultores e consumidores traz uma perspectiva diferente no que diz respeito à formação de vínculos e ao modo como se estabelecem relações de confiança mútua. Essa é a próxima categoria a ser analisada nas falas dos feirantes.

RELAÇÕES DE CONFIANÇA NAS PRÁTICAS DE MERCADO DOS FEIRANTES

Nessa seção são abordadas as relações de confiança envolvidas nas feiras-livres.

As interações entre os atores, no espaço das feiras-livres, ocorrem num ambiente de mutualidades entre os agentes dispostos a relacionar-se. Por sua vez, a confiança surge como fruto da mistura entre coisas e almas, pois os objetos e os serviços trocados carregam nomes, personalidades e histórias. (MAUSS, 2013). A prática da feira-livre em Chapecó, desde 1991, coloca seus agentes em evidência no que se refere à dinâmica de trocas e respeitos. São essas trocas, os compartilhamentos, as corresponsabilidades que construíram o conjunto de valores que acompanham os produtos e serviços neste ambiente.

Pode-se perceber que os costumes, as conversas, o atendimento diferenciado, a amizade estabelecida na rotina de fazer a feira-livre é tão importante para os clientes quanto os produtos adquiridos, conforme a declaração do próprio feirante AT:

Se eu tivesse mais tempo teríamos muito para melhorar, aqui na feira [...] Nos sábados eu quase fico louca, eu tenho duas atendentes que me ajudam, mas parece que se os clientes não falam comigo eles não são tão contente [...] Temos muitos clientes que já encomendam e vão na propriedade buscar. Sábado eu emprestei cinquenta reais a uma cliente,

pois ela precisava fazer um pagamento no centro, eu não preciso anotar, ela voltou pagar isso hoje. (Entrevista com o feirante AT).

Pode-se destacar que mesmo com a forte influência de rotinas de mercados que remetam a relações entre ausentes, na feira-livre, ainda existem características peculiares à tradicional forma de comércio onde a negociação, a venda e o mercado são baseados em relações de confiança.

Uma prática muito corriqueira de comercialização, ainda presente nas feiras-livres, é a venda a crédito baseada em relações não simultâneas, ou seja, em que os compromissos da venda são firmados apenas com a convicção de que os clientes retornarão para efetivar o pagamento dos produtos ou serviços.

Para Giddens (1991), o envolvimento entre as partes revela que os processos de confiança são construídos mutuamente. Entre as respostas dos feirantes apenas uma entre as 28 famílias de agricultores familiares relatou não ter costume de deixar os clientes levarem os produtos para receber depois. Segundo os feirantes é comum o uso de caderno de anotação. Segundo a narrativa fica evidente essa práxis:

Temos um caderninho de anotações das compras e nunca deu problema de não voltar um cliente para pagar. Quando tem muita gente para atender nem marcamos e mesmo assim os clientes voltam para nos pagar. (Entrevista como feirante OL).

A comercialização sem cadernos de anotações demonstra que a confiança entre os envolvidos é importante como um processo de autorevelação e mostra-se parte da rotina das feiras-livres. Neste caso, a relação entre agricultores e consumidores oportuniza que a rotina de negociações entre as partes seja fundamentada no contato face a face. O convívio social, neste caso, é importante para que diferentes modalidades de negociações sejam estabelecidas no processo de construção das feiras-livres, ver Gráfico 7.

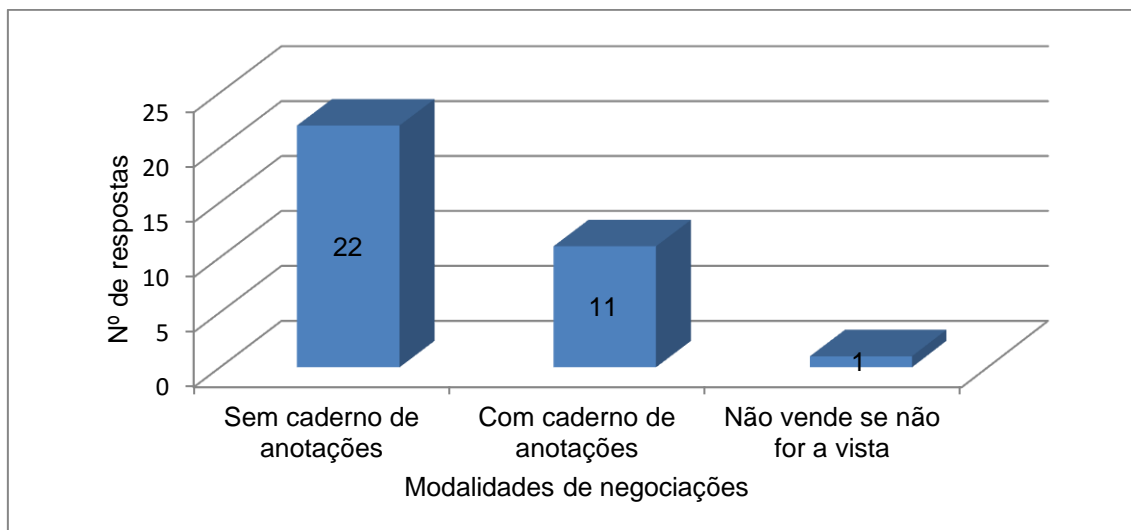


Gráfico 7 : Controle dos pagamentos na rotina das feiras-livres

Fonte: Elaborado a partir dos dados de pesquisa do autor. Chapecó, SC. Mar-2014/Dez-2015.

De acordo com o Gráfico 7, apenas uma das famílias não vende seus produtos sem o pagamento a vista. Desta forma, mesmo sem dinheiro efetivo a comercialização não deixa de ser concretizada entre as pessoas que frequentam e tornam-se parte da rotina da feira-livre. Entre as 28 famílias, 11 relataram que anotam num caderno o valor que seus clientes ficam devendo pagar. A maioria das famílias de feirantes, mais precisamente 22 entre as 28, responderam que comercializam com seus clientes sem precisarem anotar o valor em caderno de anotações, portanto possuem relações de trocas baseadas na confiança estabelecida entre as partes.

Entre os diferentes relatos sobre as práticas sócias que remetem a confiança entre agricultores e consumidores, ficou evidente que existem relações baseadas na palavra, no interconhecimento destes agentes. Conforme alguns feirantes muitos consumidores vão à feira-livre sem dinheiro e solicitam pagar através de cheque. Contudo, não no valor da compra, mas sim com um valor superior. Desta forma a família de agricultores, além de negociar sua produção, ainda devolve uma quantia em dinheiro - o troco - para que estes consumidores possam realizar suas compras em outras bancas da feira-livre. Segundo o agricultor LW:

Deixo levar os produtos, mas não anoto, vai na confiança. Às vezes os clientes fazem um cheque de valor alto e devolvemos o troco para que ele possa comprar de mais feirantes. (Entrevista como feirante LW).

Outra prática de confiança relatada por mais de uma família de agricultores durante as entrevistas, que mostra existir a integração e interação entre consumidor e produtor, foi à preocupação em atender as demandas de seus clientes. Conforme fala de NV:

Se o cliente vem comprar uma alface e eu vender um produto bom uma, duas, três vezes o que acontece? Eu ganho o cliente! Ele vai divulgar. Ele adquire confiança. Sempre temos que levar as coisas de boa qualidade senão eu perco o cliente. (Entrevista com o feirante NV).

Durante o processo de entrevistas, pode-se observar, que na rotina da feira-livre em momentos de muito fluxo de pessoas, é comum os feirantes vizinhos atenderem os clientes para os seus colegas de banca recebendo o dinheiro e fazendo o troco junto ao caixa, da mesma forma quando um feirante precisa se ausentar da banca por algum momento.

Salienta-se que a manutenção das práticas baseadas na confiança pode ser percebida na preocupação dos agricultores com sua honra, com sua reputação, com sua história como produtor nos mais diversos detalhes e informações que passam para os clientes. Na fala do feirante AQ, a qualidade das mercadorias é atestada na explicação fornecida sobre os seus produtos.

Eu noto desde as mandiocas. Eu trago só quando ela cozinha bem. Aqui vale o que dizemos. Dai se eu disser que a mandioca aqui está cozinhando bem é por que cozinhava. Eu só vendo se ela cozinha eu testo antes em casa. (Entrevista com o feirante AQ).

Corroborando com a ideia de que a confiança nas práticas de mercado é um atributo presente na rotina das feiras-livres. Pode-se verificar a opinião dos feirantes em relação à importância deste atributo e a opinião dos clientes, na 'visão dos feirantes', em relação à importância da confiança na palavra dos feirantes, ver Gráfico 8.

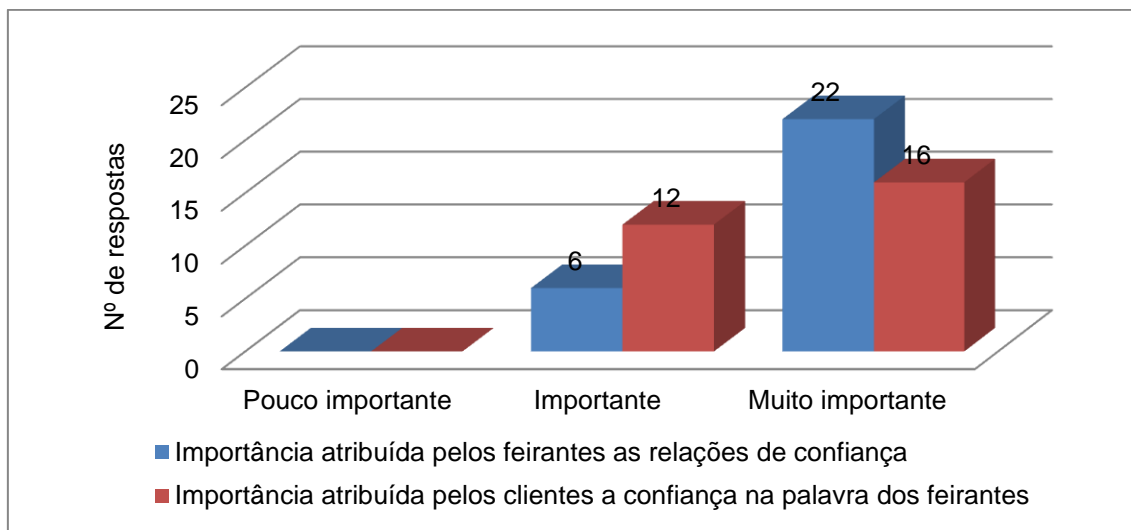


Gráfico 8 : Grau de importância das relações de confiança na feira-livre

Fonte: Elaborado a partir dos dados de pesquisa do autor. Chapecó, SC. Mar-2014/Dez-2015.

Conforme o Gráfico 8, a 'confiança' foi considerado um atribuído muito importante para 22 famílias de agricultores e importante para as demais seis famílias. Na opinião dos feirantes entrevistados, a importância atribuída pelos clientes à confiança na palavra dos feirantes como um todo foi considerada para 16 famílias como muito importante e importante para outras 12. O grau de importância atribuído às práticas sociais no espaço de feira-livre demonstra que as relações de confiança estão presentes e fazem parte da rotina de construção e manutenção desta prática de mercado.

Feira-livre: um espaço de trocas e elos de confiança

As relações de proximidade permitem a troca de diversos tipos de informações, mas sobretudo a respeito da avaliação que os consumidores fazem dos produtos e serviços ofertados neste local. Conforme destacado por Ferrari (2011), é na venda direta ao consumidor, que as qualidades percebidas pelos clientes podem ressaltar atributos de valor e confiança relacionados ao 'saber fazer', as cuidados com a natureza e aos elementos da tradição e cultura local.

O feirante AZ, que atua há 5 anos na feira-livre do calçadão, na área de hortaliças, relata em suas palavras a intensidade da circulação de informações que

trocam ao relacionarem-se com seus clientes e que fundamentam laços de confiança entre os conhecidos.

Eu sou assim, pro meu cliente eu falo: olha o tomate é difícil de produzir e passamos veneno, mas respeitamos a carência [...] Aqui ele está levando um produto que eu explico como foi produzido [...] Temos vários clientes que vêm caminhar e quando veem esqueceram a carteira, e pedem para acertar na outra semana, são pessoas que eu já conheço. Aqui estou indo pro quinto ano e temos clientes fieis. (Entrevista como feirante AZ)

Segundo Giddens (1991, p.109), “[...] Relacionamentos são laços baseados em confiança, onde a confiança não é pré-dada, mas trabalhada, e onde o trabalho envolvido significa um processo mútuo de autorevelação”. A feira-livre entendida como um local de trocas entre consumidores e agricultores oportuniza a reflexão sobre o modo de atuação destes, no sentido de envolvimento social na construção de relações com atributos de confiança e reciprocidade.

RELAÇÕES DE RECIPROCIDADE NAS PRÁTICAS DE MERCADO DOS FEIRANTES

É válido ressaltar que as famílias de agricultores envolvidas nas feiras-livres de maneira geral estão inseridas no sistema econômico contemporâneo, mas perpetuam nesse espaço um caráter familiar da economia articulando características que remetem as rotinas sociais da ruralidade. Conforme Seyferth (2011), os agricultores possuem muito mais interações com o mundo urbano do que a mera inserção de mercado.

No decorrer das entrevistas, junto ao espaço de feira-livre, pode-se perceber práticas comuns às famílias de agricultores que remetem preocupação com o outro e com a comunidade, uma prática comum o cotidiano da vida rural, e não apenas as trocas econômicas. Algumas famílias de feirantes mantêm o consumo da troca de alimentos no final da feira-livre; de troca de serviços no momento em que um feirante se precisa se ausentar da banca, ou mesmo no momento de carregar e descarregar as mercadorias dos veículos; assim como nos almoços de forma compartilhada logo após a feira-livre, um momento de reflexão e manutenção de vínculos sociais em comunidade.

Uma demonstração recorrente no decorrer das feiras-livres foi à troca de amabilidades entre as/os atendentes e seus/suas clientes ao se cumprimentarem com abraços, ao se chamarem pelo nome e ao dedicarem tempo de suas vidas para trocar brincadeiras e histórias de vida. Esta é uma demonstração de que há envolvimento pessoas e são firmados vínculos entre as partes. Segundo Mauss (2013), os resultados de cada ação são importantes para a configuração do ambiente de trabalho. Neste caso, os resultados são percebidos na formação de laços de sociabilidade identificados nas próprias palavras do entrevistado OM:

A feira é bem gratificante. Meu pai sempre fala do prazer de conviver com as pessoas. Aqui acabamos cuidando um dos outros [...] Pelo bem estar é muito diferente de outros mercados. Temos mais liberdade e o ambiente é mais rico (há diversidade cultural) [...] Há uma troca de confiança, os clientes confiam na gente e nós confiamos neles [...] Tem gente que entra aqui na banca para conversar e ficam mais de hora [...] A pessoa vai onde as pessoas te entendem, onde conversamos [...] Há gratificação. Aqui as pessoas dão valor ao que você faz, (nossa produção) é além do valor financeiro. (Entrevista com o feirante OM).

Pode-se observar que a reciprocidade não corresponde a simples permuta de objetos, pois exige à reflexão dos atos que envolvem as práticas sociais de uma extensa rede de agentes inter-relacionados, esta é a mutualidade ressaltada por Sabourin (2011b). Nas falas obtidas durante as entrevistas fica evidente a dedicação, a preocupação, a troca de receitas e informações entre os feirantes e os consumidores.

Muitos clientes vêm conversar comigo, sobre as viagens, eles querem contar sobre a vida deles [...] Aquela bolacha de nata foi um cliente que me passou a receita. Eu fiz, hoje, é uma das bolachas que eu vendo muito. Às vezes, um vem e diz olha, precisa um pouquinho menos de sal [...] A fidelidade dos clientes, o fato de eles voltarem toda semana. (Entrevista com AT).

Nesse sentido Pecqueur (2006, p.89) destaca que: “O sistema de reciprocidade deve poder contar com a manutenção, no tempo, da sua identidade relativamente a um conjunto mais complexo: os ofícios, a família, a comunidade, o grupo social e mesmo o território”. A compreensão da abordagem em foco se dá a partir da ideia de que o trabalho em conjunto também é importante como troca e fortalecimento das sociabilidades.

A partir de relações de interconhecimento, definidas por Mendras (1976; apud WANDERLEY, 2000) como relações resultantes da dinâmica de coletividade, é que se podem fortalecer os elos de reciprocidade. Neste caso, a coletividade entre produtores que compartilham o espaço de feira, bem como entre produtores e consumidores, encontra-se intimamente ligada à formação de valores peculiares, os quais são trocados de forma basicamente espontânea e gratuita. Essa dinâmica de coletividade pode ser verificada nas palavras do feirante WC:

Há alguns feirantes que trocam informações sobre o que plantar para que não tenhamos uma superprodução [...] Os clientes se preocupam com a família, pedem sempre como estão os mais velhos, ou se aconteceu algum estrago pelas chuvas [...] Os clientes pegam nossos produtos e voltam para falar que é bom. Temos clientes que vão a nossa propriedade e passam o dia, eles gostam de conhecer como plantamos [...] Cada feira surge um novo cliente, vamos indicando onde ele irá encontrar o que ele procura. Aqui nos podemos sair da propriedade e interagimos, conversamos sobre diversos assuntos política, contamos piada, temos convívio social. (Entrevista com o feirante WC).

A partir desta fala percebe-se que há preocupação por parte dos agricultores em ouvir os anseios de seus clientes sobre os produtos. São as singularidades que, segundo Zaoual (2006), caracterizam as identidades. Esta conexão com a vida diária entre produtor e consumidor exalta o comprometimento dos feirantes com seus produtos e serviços, com a manutenção de uma tradição familiar passada através da maneira de produzir e de se relacionar com a sociedade.

A complexidade das trocas que fundamentam a reciprocidade entre os agentes envolvidos são permeadas de simbologias e valores. Percebe-se nas falas dos feirantes a importância atribuída a uma série de atributos como, as amizades, a troca de conversas e receitas, a simples valorização pela atividade de feirante no município pelos órgãos públicos, a construção de confiança oportunizada pelo convívio na feira-livre. Segundo Godoy (2005) a feira-livre é um espaço de comercialização e relações socioeconômicas em que os aspectos culturais e simbólicos ganham maior protagonismo.

A amizade que temos com as pessoas, até quando caminhamos na cidade eles vem e nos chamam para conversar [...] Quando fizeram a filmagem aqui na feira e nos entrevistaram nós ganhamos muitos clientes, poxa nós nos sentimos tão valorizados. A prefeitura fez até um quadro de agradecimento pelo trabalho na feira [...] O cliente tem confiança na gente e pede se pode pagar na outra feira, ele confia na gente e agente também confia nele. (Entrevista com o feirante TP)

Grande parte das respostas das entrevistas mostra que a honra, a história da família e o prestígio são propriedades presentes nos produtos oferecidos na prática de feira-livre. Gráfico 9.

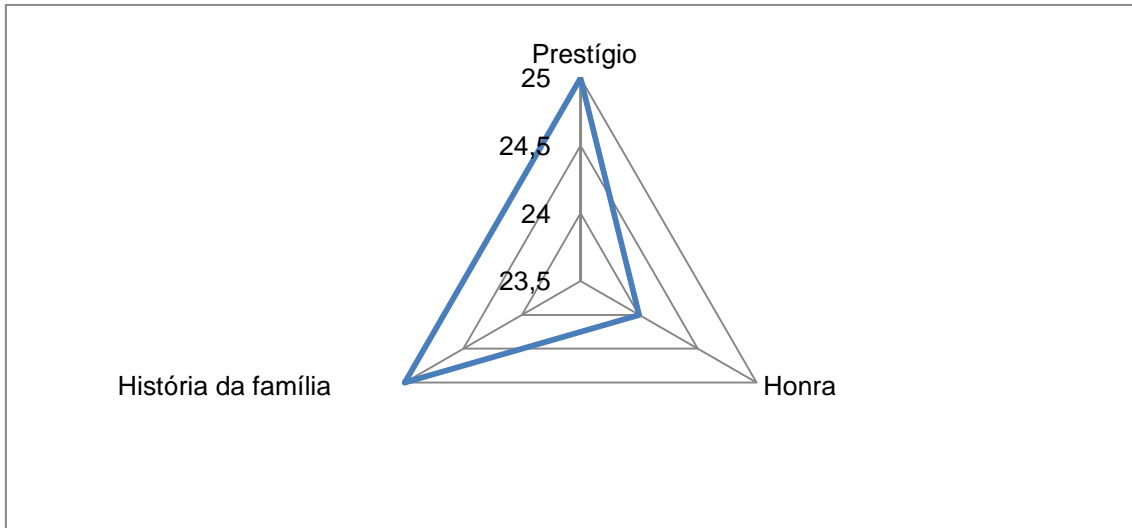


Gráfico 9 : Atributos dos produtos na percepção dos feirantes

Fonte: Elaborado a partir dos dados de pesquisa do autor. Chapecó, SC. Mar-2014/Dez-2015.

Um mecanismo chave nesse mercado de proximidade no qual se oportunizam relações de reciprocidade é o desenvolvimento do processo de reconhecimento dos valores que extrapolam os materiais. Segundo Sabourin (2008; 2011c) os conhecimentos, as trocas de informações, de saberes, as amizades, a confiança, a maior equidade nas relações face a face permitem que valores éticos, espirituais e afetivos se misturem.

Vale destacar que a reciprocidade - enfatizada por Sabourin (2011c) como um atributo importante para os valores afetivos de amizade, de reconhecimento, de fidelidade e de respeito - pode ser evidenciada quando às relações entre os agentes extrapolam as transações mercantis, ficando expressa no depoimento do feirante AQ:

Traz gratificação também para a família, pelo prazer de ouvir as pessoas falarem bem dos nossos produtos. O convívio social é bem importante. Na feira temos uma rotina diferente do trabalho no campo. O prazer é um o incentivo para a família continuar produzindo. (Entrevista com o feirante AQ).

Estes são os atributos peculiares a cada feira-livre e a cada produto ou serviço fornecidos de forma direta ao consumidor pelos agricultores pesquisados. O reconhecimento destes valores por parte dos consumidores remete ao saber fazer de cada produtor. Os laços de sociabilidade entre consumidores e agricultores oportunizado no espaço de ligação entre o meio urbano e rural (feira-livre) remete a formação de um conjunto de valores denominado por Pecqueur (2006) de 'cesta de bens'. Conforme mostrado na Figura 3.

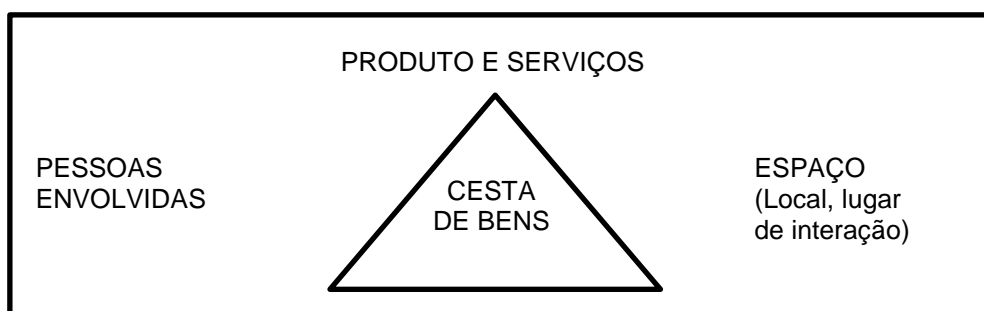


Figura 3. Relações envolvidas nas feiras-livres.
Fonte: Adaptado pelo autor, a partir de Ilberyet al. (2005).

A feira-livre mostra-se um local fértil de interações sociais. Nesse espaço se misturam diferentes racionalidades as quais têm poder de mudanças e envolvimento social. Além disto, Godoy (2005) destaca que, os processos de interação de envolvimento social aprofundam o conhecimento recíproco dos agricultores uma vez que há intensa troca de saberes. Assim, pode-se dizer que as trocas de reciprocidade e confiança entre os agentes das feiras-livres necessitam de relações concebidas com conexão entre o tempo e espaço.

RELAÇÕES DE TEMPO-ESPAÇO NAS PRÁTICAS DE MERCADOS DOS FEIRANTES

Segundo Bhabha (2002), o espaço entendido como local de ação, reconhecimento e caracterização de identidades é que permite o processo de interações simbólicas surgindo desta forma novas identidades.

O sentimento de pertencimento entre os agentes envolvidos nas feiras-livres – entendidas como uma prática social de mercado construída no tempo e no

espaço – é justamente a característica peculiar da identidade passada de geração em geração e construída no contato face a face entre produtores e consumidores.

Esse contato da gente com o cliente renova tanto a gente como o cliente. É uma forma do agente se encontrar. Eu percebo assim que a feira é um ponto de encontro entre as pessoas, que estão cada vez mais sem tempo para nada. (Entrevista com o feirante AZ).

Verifica-se que a feira-livre é um ambiente que propicia a troca de experiências onde diferentes formas de produção e trabalho, com características de vivências sociais tradicionais, se misturam, se hibridizam as mudanças decorrentes da modernidade e do mercado hegemônico. Essa continuidade de práticas socialmente constituídas, conforme destacado por Giddens (1991), possibilita a construção, no espaço e no tempo, de condutas compartilhadas, conhecidas e aceitas entre os agentes envolvidos e pode ser verificada, a seguir, na fala do feirante OM:

Temos trocas de experiências passadas, têm muitas pessoas que vieram do interior, os clientes pedem variedades de figo que eles conheciam no interior, temos a raiz aqui na feira [...] As experiências de vidas, aqui encontramos pessoas com os mesmos valores. (Entrevista com o feirante OM).

Uma característica chave nas cadeias de comercialização de curtas é a de localizar o consumidor sobre a origem dos produtos e serviços, geralmente, oferecidos diretamente pelos produtores aos consumidores. Percebe-se a importância atribuída ao lugar de origem, de produção, de vivência e de cuidado dos agricultores a qual é relatada da seguinte forma pelo feirante DC:

As experiências de vida; se aprende a ter mais respeito, mais valores sociais. Vem muita gente do interior e se troca as experiências do interior com os da cidade temos nossas raízes e formas de produzir [...] Agora é sempre mais corrido, pois os clientes tem que ir trabalhar. (Entrevista com o feirante DC).

As feiras-livres remetem a um ambiente de maior convivência, de dedicação de tempo ao próximo, de trocas de saberes, de conversas e histórias vivenciadas, que outros locais de comercialização, por sua configuração de atendimento rápido e em série, não oportunizam, ou deixam de ter estes atributos como importantes para seu público. Esses atributos, segundo Giddens (1991),

possuem uma continuidade entre o tradicional e o moderno. O que é evidenciado na fala do feirante LH:

A feira traz um pouco das relações do interior para a cidade [...] Se constroem muitas amizades aqui na feira [...] As pessoas ficam bem felizes de poderem conhecer a propriedade. Eles se impressionam como modo de fazer. Pela beleza do lugar, é bem organizado, o interior é bonito. (Entrevista com o feirante LH).

O contato remete ao tempo do produtor que é dedicado ao consumidor e vice e versa. Por este ângulo, conforme destacado por Giddens (1991), a interação face a face dinamiza as continuidades de práticas sociais, descrita nas palavras dos feirantes “A conversa é muito importante, o cotidiano, o convívio na feira é importante não só no negócio, mas para nossa vida pessoal”. (Entrevista com o feirante DC).

Tempo e espaço, neste caso, estão imbricados nas mutualidades de trocas entre os agentes envolvidos. Do ponto de vista de Pecqueur (2006), não existe construção social que não esteja ancorada em práticas e, portanto, que não esteja situada no espaço. A mutualidade é evidenciada nas conversas e no convívio da feira-livre. Esses são atributos importantes no contexto social segundo relato do feirante OC, “Tem clientes que elogiam nosso trabalho, que nos ajudam até com uma conversa animadora”.

A identidade com a atividade de feirante faz parte da formação histórica destes agricultores familiares que participaram do estudo em Chapecó. Percebe-se entre os diferentes agentes, que tem as feiras-livres como uma prática social rotineira, que existem relações de sentimentos formados e fortalecidos junto a este ambiente onde as experiências compartilhadas dão a esse mercado um caráter familiar. As demonstrações de preocupação com o outro corroboram com a interpretação de Sabourin (2011c) de que os valores afetivos e éticos são formados com relações de trocas e copresença. Conforme a declaração fornecida por AQ, verifica-se o envolvimento entre consumidores e agricultores:

Os clientes que não vem, se eles faltam uma semana agente se preocupa, se ele está doente, já imaginamos oque será que aconteceu. Temos clientes que vem toda semana há doze anos. (Entrevista com o feirante AQ).

Para 'fazer a feira' exige-se dedicação de tempo, de vivência, de trocas não apenas monetárias. Este entendimento é reforçado na fala do senhor PD:

Eu fico imaginando os clientes que levantam cedo, às seis da manhã, para vim aqui. A diferença da feira do centro para a feira do bairro, não é por que esta aqui é maior, tem mais diversidade. Aqui temos alguns diferenciais que favorecem o nosso ponto. O transporte público aqui facilita. Eu sei de clientes que moram no bairro e vem comprar aqui, pois o transporte facilita que os aposentados venham, o ponto de feira é fundamental. O tempo, a persistência do trabalho na feira fez com que a feira se sobressaísse. (Entrevista com o feirante PD).

As práticas sociais no momento de fazer a feira-livre aferem de maneira recorrente que as experiências trocadas oportunizavam o vínculo. Assim, o tempo dedicado ao próximo, nas explicações sobre os produtos, nas negociações e nas conversas entre as partes envolvidas é uma oportunidade para que sejam construídas amizades. Sendo esta mais um atributo no conjunto de valores imbricados neste ambiente, a feirante TP relatou-nos da seguinte forma esta questão:

Eu sempre tiro um tempo aqui para atender, para conversar um pouco com os clientes. Às vezes agente pede licença para um cliente, agente vê que tem os apressadinhos, daí pedimos licença para o cliente que é mais calmo e atendemos os outros, pois é importante conversar [...] Os clientes compram da gente, ainda ficam conversando com a gente e ele também sempre encontra um conhecido dele aqui, que às vezes faz tanto tempo que eles não se encontram e aqui acaba acontecendo isso. (Entrevista com o feirante TP).

Entre os diferentes atributos ressaltados pelos feirantes no momento das entrevistas, pode-se destacar o compartilhamento do conhecimento da rotina, da conduta, das práticas entre a produção e consumo, que se tornam costumes peculiares a cada feira-livre. Destaca-se que o interconhecimento, presente junto a este mercado de proximidade, remete a um caráter familiar, o que ajuda a fortalecer os atributos já abordados de reciprocidade, confiança face a face e de trocas, que segundo Ploeg (2014) são socialmente construídos. Em suma, a uma valorização da autenticidade por parte dos consumidores, que pode ser percebida na fala de EP:

Eu acredito que o cliente aqui na feira valoriza o produto, pois é direto do produtor, ele escolhe, até 'negoceia' com o feirante e no mercado não tem isso. O ambiente de feira se pode conversar um com o outro. A venda aqui é direta ao consumidor não precisamos ter sempre a mesma qualidade que no mercado. Lá eles exigem muito e se não temos essa qualidade eles não

pegam nossos produtos [...] Aqui às vezes nós acabamos até doando produtos no fim da feira, os clientes vão mexendo nas verduras e acabam ficando mais feias, caem às folhas e acabamos dando esse produto. Aqui o pessoal vai nos conhecendo, eles deixam para pegar todos os produtos aqui na feira(Entrevista com o feirante EP).

O tempo, atributo ressaltado por Giddens (1991), orienta a base da vida cotidiana. Desta forma pode-se verificar nas falas a seguir do feirante DB, que o planejamento do dia a dia da família, que a rotina de produção, e a própria dinâmica de vida gira entorno da atividade de fazer a feira-livre: "Nossa vida gira entorno da feira, nos passamos à semana pensando em vir, pensando no que vai produzir." (Entrevista com o feirante DB).

A vivência em cada feira-livre mostra que o tempo dedicado na construção deste mercado de proximidade é fundamental para reconhecimento das particularidades, das individualidades dos agentes como atributo vinculado a este espaço comum de comercialização. A senhora KS, em seu depoimento, enfatiza as experiências junto à feira-livre:

Agora quando eu apareço na feira de bairro, como faz tempo que eu não vou, as clientes falam nossa quanto tempo, é bonito a cara deles, eles ficam felizes por me ver. As clientes mais antigas falam – nossa eu me lembro de você pequeninha acompanhado teu pai aqui na feira [...] Na feira de bairro estamos a mais tempo trabalhando então temos muitos conhecidos. (Entrevista com o feirante KS).

As particularidades das feiras-livres referenciadas nas respostas dos feirantes demonstram o grau de importância social, econômica e cultural destas. Entre os muitos atributos oportunizados no contato dos produtores e consumidores locais, é relevante desvendar quais destes foram motivações, ou serviram de incentivo para os agricultores investir na atividade de feirante.

FEIRAS-LIVRES: ESPAÇO DE INSERÇÃO, DE MOTIVAÇÃO E DE MANUTENÇÃO DE AGRICULTORES FAMILIARES

As feiras-livres de Chapecó tiveram um histórico de construção com relações sociais que se evidenciaram nas respostas obtidas com as entrevistas. Quando comparamos as motivações para os agricultores ingressarem, com as

motivações para permanecerem na atividade de feirante e com os atributos destacados como importantes no contato entre agricultores e consumidores podemos visualizar algumas mudanças no decorrer do contexto histórico.

Diferentes razões foram exaltadas pelas famílias de feirantes, como de grande importância na sua inserção nas feiras-livres, dentre as quais pode-se citar: o sustento, uma alternativa econômica, a única alternativa econômica, o fato de gostar do contato pessoal na comercialização, à melhoria da renda, o incentivo da prefeitura e de outros agricultores, e por fim a autonomia, conforme se verifica no Gráfico 10.

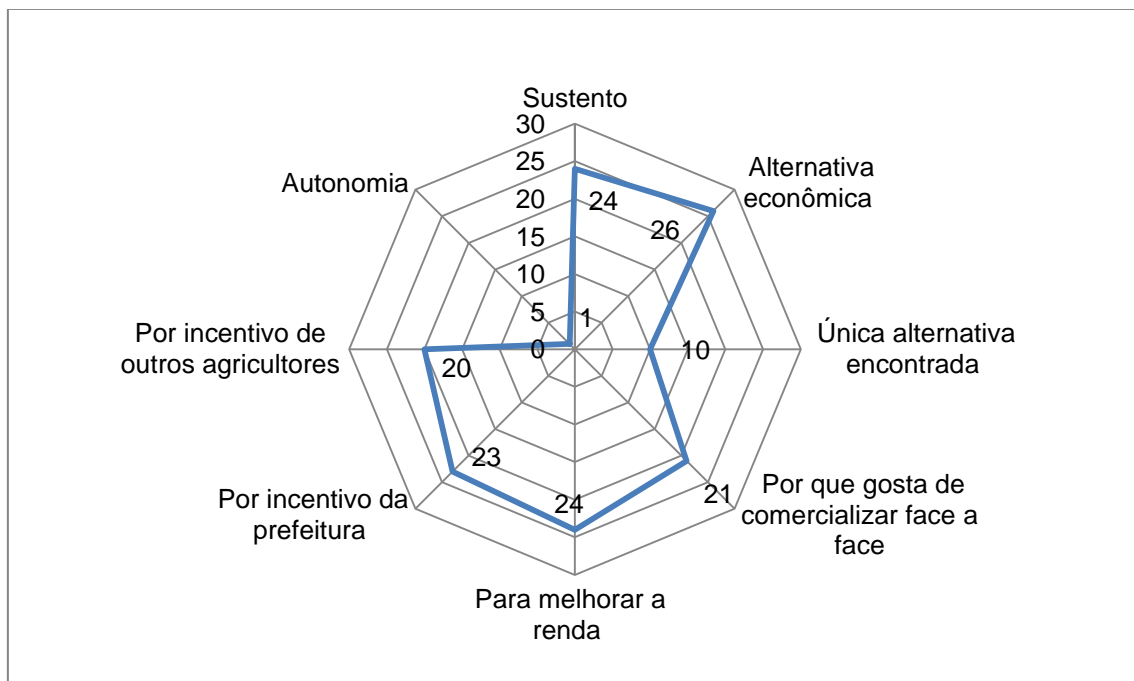


Gráfico 10 : Motivos importantes para o ingresso nas feiras-livres

Fonte: Elaborado a partir dos dados de pesquisa do autor. Chapecó, SC. Mar-2014/Dez-2015.

A busca pela melhora da renda familiar era a principal preocupação dos agricultores no momento da escolha da atividade de feira-livre. Conforme mostra o Gráfico 10, pode-se perceber que, 10 das 28 famílias responsáveis pelas bancas responderam que a feira-livre, no momento de ingresso, era a única opção de atividade econômica encontrada. Por outro lado, apenas uma família relatou que essa modalidade de comercialização poderia ser uma importante ferramenta de autonomia. Entre as possíveis razões aponta-se o fato de que era uma atividade nova e desconhecida, como ressaltado na fala da feirante TL:

No início meu filho não acreditava na feira-livre, como uma opção de trabalho e renda, quem começou foi eu e meu esposo; começamos a fazer queijos e plantar verduras; daí meu filho viu que todo fim de semana nos voltava com dinheirinho da feira, é um dinheirinho limpo. (Entrevista com o feirante TL).

Entre as motivações relatadas pelas famílias de agricultores como importante no momento de ingresso nas feiras-livres de Chapecó, ficou nítida nas respostas fornecidas pelos feirantes que a questão econômica e a busca pela melhoria de renda foi de suma importância para escolha da comercialização de seus produtos e serviços diretamente aos consumidores finais.

Perante as diferentes formas de inserção mercantil do contexto atual dos agricultores, a comercialização direta ao consumidor exerce uma função essencial na definição das estratégias de produção e consumo. Segundo Ploeg (2009), a comercialização sem intermediários é uma estratégia para os agricultores, que remete a oportunidade de produção e agregação de valor. Conforme se verifica no depoimento do feirante OM, que participa desde o início da instalação das feiras-livres de Chapecó: "É muito importante poder comercializar direto para o consumidor [...] A feira-livre traz um pouco das relações do interior para a cidade." (Entrevista com o feirante OM).

No contexto atual, entender as estratégias de reprodução dos agricultores familiares frente à globalização dos sistemas de comercialização é especialmente importante para esta categoria de agricultores. Neste sentido, percebe-se a preocupação com a hegemonia e as regras impostas junto às cadeias longas de comercialização nas palavras do feirante LR:

Nos supermercados os concorrentes grandes dominam, nós não conseguimos competir. Aqui na feira a família ganha mais e não é explorada. No supermercado esperamos 30 dias para receber. A feira é uma saída para a pequena propriedade. (Entrevista com o feirante LR).

Os circuitos curtos entre produção e consumo mostram-se importantes como ferramentas de fomento socioeconômico para agricultores locais, que segundo Ploeg (2008) historicamente acabam excluídos pelas exigências que acompanham a lógica da modernização. Esta diferença entre inclusão e exclusão fica expressa nas palavras da feirante AG: "Nossa produção não se enquadra em supermercados, temos um custo de produção alto e nos mercados eles colocam uma margem de

40% em cima, daí aqui na feira eu posso vender mais barato.” (Entrevista com o feirante AG).

Conforme Ferrari (2011), nos mercados de proximidade, a diferença no modo de fazer dos produtos ajuda a vinculá-los a um determinado lugar, conferindo-lhes características próprias diferenciando-os dos demais produtos pelas características culturais, espaciais e sociais. Conforme relato do feirante LW: “Na feira podemos explicar o porquê do produto estar feio ou bonito. Os produtos somos nós que produzimos e produzimos para trazer o melhor produto para a feira.” (Entrevista com o feirante LW).

A rotina - entendida como um processo de relações sociais de proximidades - torna-se importante para o entendimento dos mecanismos de construção e manutenção dos vínculos entre agricultores e consumidores. Essa dinâmica de interconhecimento fica evidente na preocupação relatada na fala do feirante MS: “Na feira nós nos sentimos bem, temos contato com muita gente, se cria muitas amizades, temos compromisso, temos uma história de nossa família aqui na feira-livre”. (Entrevista com o feirante MS).

Entre os diferentes atributos ressaltados como importantes pelos feirantes que remetem ao contato, ao vínculo, a reciprocidade de trocas e cuidados envolvendo os atores locais (agricultores e consumidor) podem citar: as amizades, a autoestima a confiança, as trocas, a gratidão, a credibilidade, a fidelidade e a conversa, conforme se apresenta no Gráfico 11.

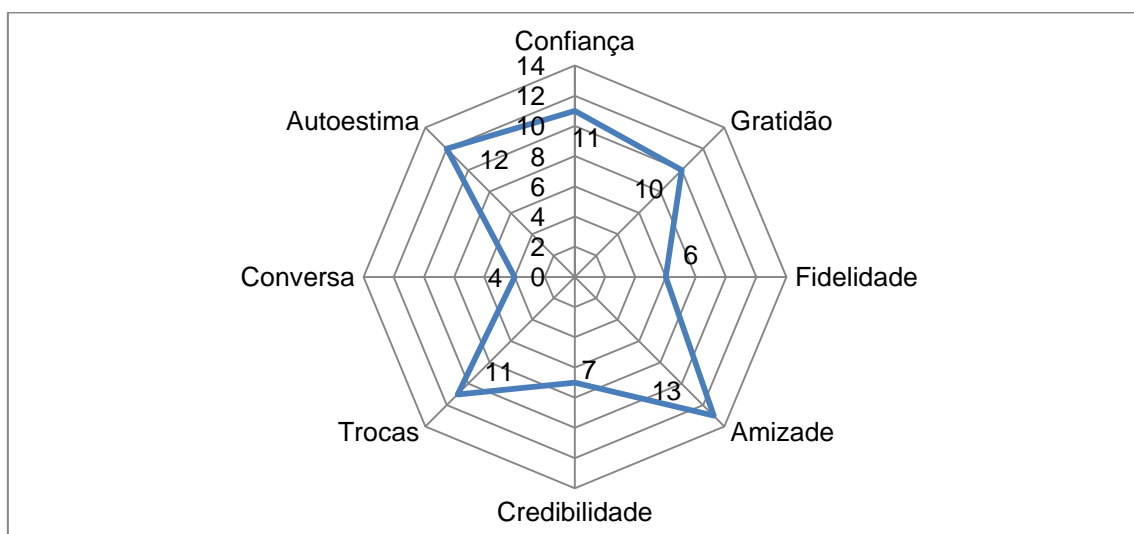


Gráfico 11 : Retribuições dos clientes junto aos feirantes

Fonte: Elaborado a partir dos dados de pesquisa do autor. Chapecó, SC. Mar-2014/Dez-2015.

Conforme dados do Gráfico 11, inúmeras famílias de feirantes destacaram que as vivências junto às feiras-livres oportunizaram a construção de uma história repleta de amizades, de superações pessoais e familiares e de autoestima. A amizade foi citada por 13 famílias de feirantes, a autoestima por 12, as trocas e a confiança por 11, a gratidão por 10, a credibilidade por 7 e a oportunidade de conversa entre consumidores e agricultores por 4 famílias destas.

Neste sentido, as diferentes trocas entre agricultores e consumidores envolvem a mistura de confiança, de credibilidade, de fidelidade e de gratidão. Ainda vale destacar que o prazer de ‘fazer a feira’ pode ser percebido na dinâmica de reciprocidades que envolvem as conversas, as trocas de afetuoso cumprimento, as brincadeiras e no desfrute deste espaço de vida e comércio. É essa mistura de simbologias e tradições que envolvem a rotina de trocas entre o urbano e rural. “Conforme o relato do feirante OM:” [...] Se constroem muitas amizades na feira. [...] De certa forma aumenta a autoestima da família.” (Entrevista com o feirante OM).

No que se refere à permanência na atividade de feira-livre verifica-se, nas respostas dos feirantes, inúmeras razões aferidas como importante dentre elas tem-se: o sustento, o vínculo entre produtores, entre produtores e consumidor, autonomia e planejamento do trabalho, preço justo, gratidão, contato face a face (que oportuniza o carinho), o contato familiar, o compromisso e as amizades, conforme mostra no Gráfico 12.

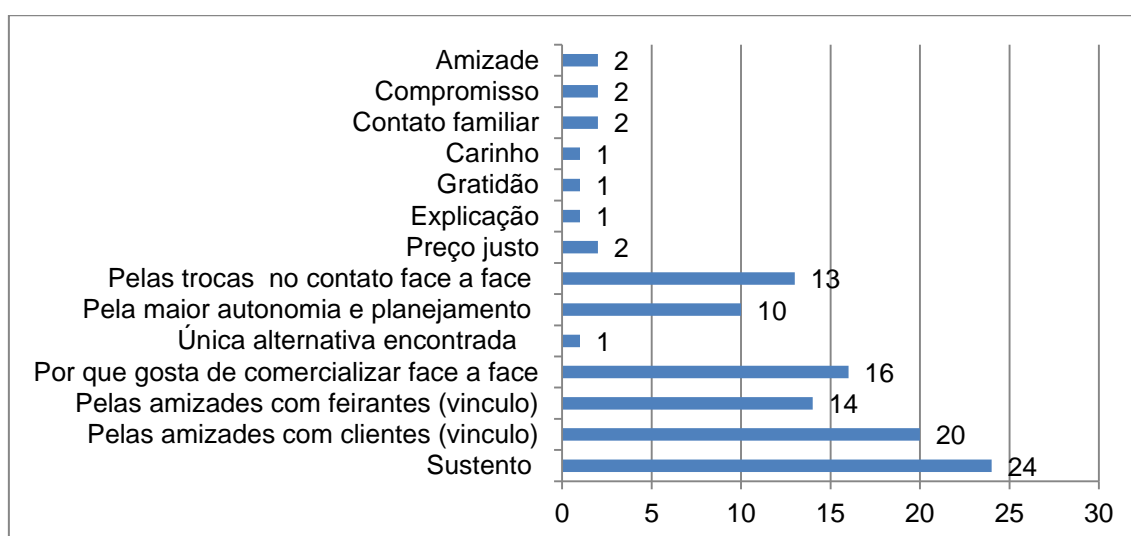


Gráfico 12 : Motivações para permanecer na atividade de feira-livre

Fonte: Elaborado a partir dos dados de pesquisa do autor. Chapecó, SC. Mar-2014/Dez-2015.

Conforme dados apresentados no Gráfico 12, entre as 28 famílias de feirantes 10 citaram que a autonomia é um dos fatores de escolha para manutenção e investimento junto à feira-livre. Segundo Ploeg (2008), a manutenção da autonomia oportunizada pelos mercados de proximidade é uma questão chave frente ao domínio de mercado dos impérios agroalimentares. Atender as necessidades da família é importante e fica evidente na fala do feirante OL:

Uma questão importante é fazer os dois processos, de produção e comercialização, estar em contato com o consumidor é importante, desta forma temos o retorno financeiro vendendo mais barato e mesmo assim ganhando mais. Indo na feira voltamos com o dinheiro na mão, temos giro financeiro, escoamos a nossa produção. (Entrevista com o feirante OL).

Ao compararmos as diferentes motivações de ingresso com de permanência dos agricultores na atividade de feirante e com os atributos destacados como importantes no contato face a face visualiza-se mudanças na opinião dos feirantes. Ver Gráfico 13.

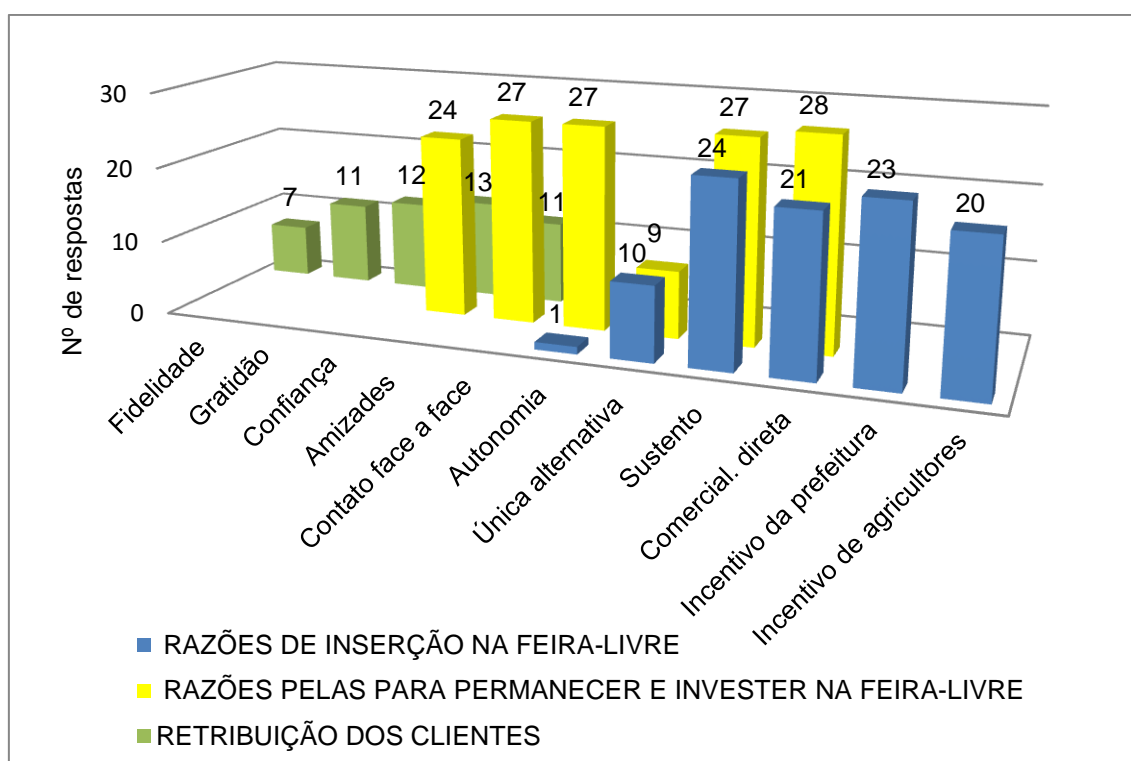


Gráfico 13 : Razões para inserção/permanência e retribuição dos clientes na atividade de feira-livre

Fonte: Elaborado a partir dos dados de pesquisa do autor. Chapecó, SC. Mar-2014/Dez-2015.

Conforme as respostas no Gráfico 13, entre os atributos referenciados nas respostas como motivações de inserção na feira-livre destaca-se: o sustento (24 citações), o incentivo de técnicos da Prefeitura Municipal (23 citações), a comercialização direta (21 citações), o incentivo de famílias que já estavam inseridas nestas (20 citações), por ser a única alternativa (10 citações) e de modo muito restrito a autonomia (1 citação), o que denota a forte influência externa nas decisões do grupo.

Por outro lado, corroboram com a compreensão de Callon (2004) em que esse tipo de mercado é uma prática social construída de forma coletiva, envolvendo instituições e os próprios agricultores. Este método de comercialização construída de forma conjunta foi fortalecido pela lógica de vida dos agricultores que remetem a características como o interconhecimento (MENDRAS, 1976 apud WANDERLEY, 2000) e pelo poder de agenciamento (GIDDENS, 1991).

As razões que o conduzem a permanecer e investir na feira-livre traz mudanças significativas, pois situam-se no mesmo nível de importância a comercialização direta (28 citações), o sustento (27 citações), a autonomia (27 citações), o contato face a face (27 citações), as amizades (24 citações) e por último como única alternativa (9 citações).

Vale destacar que no momento de ingresso nas feiras-livres a autonomia não era relevante à maioria das famílias de feirantes, mas passou a ser importante para 27 destas para permanecer na atividade. A história das famílias de agricultores na atividade de feirante oportunizou que a autonomia, característica própria do modo de organização de grande parte das famílias que viviam no meio rural antes da influência da modernidade e da modernização, se tornasse um atributo de enfrentamento e independência da lógica de integração produtiva que prevalece no município. Esta é a autonomia referenciada por Ploeg (2008) mesmo sob influência dos impérios globalizados.

Vale ressaltar que outras características podem estar atreladas ao contato face a face como: a confiança nas relações de copresença que em sua lógica remete a informação plena de atividades (GIDDENS, 1991); a busca pela satisfação das demandas dos clientes, o respeito, a honra e o prestígio que remete a frequência das relações de trocas, uma vez que os produtos carregam a história familiar (MAUSS, 2013); a reciprocidade com relações sociais, econômicas e

culturais onde misturam-se sentimentos, responsabilidades e valores materiais, imateriais, simbólicos (SABOURIN, 2011a, 2011b).

Corroboram com as afirmações acima, os atributos citados como retribuição dos clientes, como as amizades (13 citações), a confiança (12 citações), a gratidão (11 citações), o contato face a face (11 citações) e a fidelidade (7 citações). Esse conjunto de valores sociais que acompanham os produtos e serviços dos agricultores convertem-se em valores imateriais, valores que estruturam um estilo de vida em que o cotidiano de 'fazer a feira' tem neste local a referência de lugar e no contato face a face à conexão de tempo e espaço referenciada por Giddens (1991).

Com base nos resultados apresentados neste trabalho, pode-se observar que a prática da feira-livre pelos agricultores familiares de Chapecó, mesmo sob influências externa, tem ajudado na conservação de características próprias ao modo de vida destes agricultores, ressaltando atributos como o sistema de valores, de simbologias, de confiança e reciprocidade que acompanham suas formas de sociabilidade.

5. CONCLUSÕES

O conjunto de informações apresentados neste estudo dão a dimensão da importância da feira-livre para além dos aspectos económicos, com destaque privilegiado de atributos que coincidem com o modo de vida da agricultura familiar, como a busca pela autonomia, as relações de interconhecimento, a sociabilidade estendida aos consumidores, desaparecendo as influências externas às propriedades agrícolas.

O contexto histórico vivenciado pelos agricultores familiares, em Chapecó de forma mais intensa na década de 1990, teve a modernização e influência da agroindústria como fatores importantes de exclusão de inúmeras famílias deste modelo de integração entre produtores e indústria. Em contrapartida, como alternativa a este modelo hegemônico, as feiras-livres evidenciam-se como uma proposta de desenvolvimento capaz de estimular a 'autonomia' - uma das principais características atreladas ao planejamento e estilo de vida dos agricultores familiares.

A dinâmica social de atuação sobre mercados locais como as Feiras Produtos Coloniais e Agroecológicos de Chapecó mostram-se como uma estratégia que tem se destacado como espaço de continuidade e manutenção de aspectos da tradição destas famílias. Neste caso, há um conjunto de valores ligados ao tempo e ao espaço destes agentes sociais relacionados ao 'saber fazer' de cada feirante em particular. Esses 'saberes', que vinculam a história e as identidades ao espaço de ação e interação face a face, potencializam características de capacidade de adaptação dos agricultores onde elementos da tradição se combinam com os da modernidade.

Pode-se afirmar que as práticas sociais presentes nas comunidades rurais como de interconhecimento, do relacionamento face a face, das formas de trocas e de seus mecanismos de estabelecimento de confiança são estendidas para além da comunidade rural, incorporando os consumidores. Ou seja, a socialização expandida que permite manter a feira-livre para além dos aspectos económicos, mas sendo que os mesmos são relevantes quando observadas as práticas modernas de relações mercantis.

Pelos atributos evidenciados nas respostas dos feirantes, as feiras-livres afirmaram-se como espaços de interação social, cultural e cognitivo e não apenas como espaço de trocas materiais, corroborando com a hipótese de que as relações de tempo e espaço copresentes, a confiança face a face e a reciprocidade são atributos presente nas práticas dos agricultores familiares junto às feiras-livres.

Os estudos acerca das práticas de mercado adotadas pelos agricultores familiares são considerados de extrema importância para o entendimento das contribuições destas junto à dimensão social e econômica dos agricultores. As alternativas para o desenvolvimento de forma inclusiva estão na perspectiva de trabalho e orientação de práticas que conectem, como no caso das feiras-livres, os diferentes agentes locais, referenciando suas peculiaridades, sua construção histórica, sua autonomia e estilo de vida.

Entende-se que o simples fato de existirem modelos alternativos ao modelo hegemônico - das cadeias agroalimentares longas e da universalização do consumo em massa entre agentes ausentes - demonstra que não existe a necessidade de dependência aos sistemas peritos e sua institucionalização, via integração agricultor-indústria, como a única forma e garantia associada ao desenvolvimento.

Como limitações da pesquisa cita-se que: (I) este estudo remete ao recorte da realidade estudada das famílias de feirantes agricultores familiares das duas feiras-livres centrais de Chapecó, desta forma outros estudos podem abranger os demais feirantes; (II) a realidade das feiras-livres de bairro pode trazer resultados diferentes dos apresentados, ou seja, são feiras-livres que ainda podem ser pesquisadas (III) as perspectivas em relação à confiança, a reciprocidade e ao tempo e espaço em outros contextos sociais de agricultores familiares, nas mais diferentes regiões brasileiras, podem revelar outras práticas de mercados relevantes a manutenção do estilo de vida destes agricultores.

REFERÊNCIAS

ABRAMOVAY, Ricardo. O capital social dos territórios: repensando o desenvolvimento rural. **Revista de Economia Aplicada**, São Paulo: FIPE, v. 4, n. 2, p. 379-397, 2000. Disponível em: <<http://empreende.org.br/pdf/Democracia%20e%20Participa%C3%A7%C3%A3o/O%20capital%20social%20dos%20territ%C3%B3rios%20-%20repensando%20o%20desenvolvime.pdf>>. Acesso em: 10 jun. 2015.

_____. Ricardo. **Paradigmas do Capitalismo Agrário em Questão**. São Paulo: HUCITEC, 2007.

ANJOS, Flavio S. dos; GODOY, Wilson I.; CALDAS, Nádya V. **As Feiras-livres de Pelotas sob o império da globalização**: perspectivas e tendências. Pelotas: Ed. e Gráfica Universitária, 2005.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa, Portugal; Edições 70, LDA, 2009.

BAVARESCO, Paulo R. **Ciclos econômicos regionais**: modernização e empobrecimento no extremo Oeste Catarinense. Chapecó: Argos, 2005.

BECK, Ulrich. **Sociedade de risco**: rumo a uma outra modernidade. São Paulo: Editora 34, 1ªEd. 2010.

BHABHA, Homi, K. **El lugar de la Cultura**. César Aira (trad.), Buenos Aires, Manantial, 2002. [Bhabha, Homi K. The Location of Culture. London, Routledge, 1994].

BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE. **Cidades**, 2010. Disponível em: <<http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?codmun=420420>>. Acesso em: 10 jun. 2015.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento Agrário - MDA. **SAF – Secretaria da Agricultura Familiar**, 2014. Disponível em: <<http://portal.mda.gov.br/portal/saf/programas/SIPAF>>. Acesso em: 10 jun. 2015.

BRASIL. Banco do Brasil - BB. **Agricultura Familiar**, 2014. Disponível em: <http://www.bb.com.br/portallbb/page100,19424,19427,20,0,1,1.bb?codigoNoticia=33922&codigoMenu=16878&codigoRet=16949&bread=2_2_2>. Acesso em: 10 jun. 2015.

CALLON, Michael. Por uma nova abordagem da ciência, inovação e do mercado. IN: PARENTE, A. (Org.) **A trama da rede**. Porto Alegre: Sulina, p.64-79, 2004.

CANCELIER, Janete W. **A agricultura familiar como agente produtora do espaço rural no município de Chapecó – SC**. 2007. 146 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) - Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina. 2007.

CANCLINI, Nestor. As culturas híbridas em tempos de globalização. In: **Culturas híbridas**. 4º ed. São Paulo: Edusp, 2008.

CARMINATTI, Léia. **Os significados da equidade e justiça social para os feirantes da feira de produtos agroecológicos e coloniais da UNOCHAPECÓ**. 2005. 64 f. TCC (Bacharelado em Serviço Social)– Departamento de Serviços Sociais, Universidade comunitária regional de Chapecó, Chapecó, 2005.

CHAYANOV, Alexander V. **La organización de la unidad económica campesina**. Buenos Aires, Ediciones Nueva Visión. 1974

CHIARELLO, Marilucia; ORLOWSKI, Rosemari F.; WACKULICZ, Gilmar J. Feiras livres: uma alternativa de geração de renda aos agricultores familiares de Chapecó (SC). In: 2º ENCONTRO DE ECONOMIA CATARINENSE. **Anais**. Chapecó, SC, p.468-488, 2008.

CORONA, Hieda M.P. **A Reprodução social da agricultura familiar na Região Metropolitana de Curitiba em suas múltiplas inter-relações**. 2006. 316 f. Tese (Doutorado em Meio Ambiente e Desenvolvimento Rural) – Universidade Federal do Paraná. Curitiba, 2006.

ESCOBAR, Artur. O lugar da natureza e a natureza do lugar: globalização ou pós-desenvolvimento? In: LANDER, Edgardo (org). **A colonialidade do saber: eurocentrismo e ciências sociais. Perspectivas latino-americanas**. Buenos Aires, Argentina: CLACSO, 2005.

FERRARI, Dilvan L. Cadeias agroalimentares curtas: **A construção social de mercados de qualidade pelos agricultores familiares em Santa Catarina**. 2011. 347 f. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Rural) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2011.

FOSTER, John B. **A ecologia de Marx: materialismo e natureza**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2005.

GALLINA, Luciana S.; BORSOI, Aline T.; STANGA, Priscila. Práticas alimentares de consumidores de feiras de hortifrutigranjeiros na perspectiva da segurança alimentar e nutricional. In: I Congresso Virtual Brasileiro - Gestão, Educação e Promoção da Saúde, 2012, VIRTUAL. 1º Congresso Virtual Brasileiro - Gestão, Educação e Promoção da Saúde. **Anais**. Brasília: Convibra, 2012.

GEERTZ, Clifford. Uma descrição densa: por uma teoria interpretativa da cultura. In: **Interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

GIDDENS, Antony. **As Consequências da Modernidade**. São Paulo: UNESP, 1991.

_____. **Modernidade e Identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

GIL, Antonio C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4ª Edição. São Paulo: Atlas, 2002.

GODOY, Wilson I. **As feiras-livres de Pelotas, RS: Estudo sobre a dimensão sócio-econômica de um sistema local de comercialização**. 2005. 284 f. Tese (Doutorado em Ciências) – Faculdade de Agronomia “Eliseu Maciel”, Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2005.

ILBERY, Brian. et al. Product, process and place: an examination of foodmarketing and labelling schemes in Europe and North America. **European Urban and Regional Studies**. London, v. 12, n. 2, p. 116–132, 2005.

KAGEYAMA, Ângela. **Desenvolvimento Rural: conceitos e aplicação ao caso brasileiro**. Porto Alegre: Editora da UFRGS: Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Rural, 2008.

LEFF, Enrique. **Saber ambiental: sustentabilidade, racionalidade, complexidade, poder**. 7ª ed. Petrópolis: Vozes, 2009.

_____. **Discursos Sustentáveis**. São Paulo: Cortez, 2010.

LOCATELLI, Débora, R. S. **Avaliação da qualidade da feira de produtos coloniais e agroecológicos de Chapecó - centro 1 por parte dos consumidores**. 2009. 97 f. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade de Caxias do Sul. 2009.

MARCONI, Maria D. A.; LAKATOS, Eva M. **Técnicas de pesquisa**: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados. 3ªed. São Paulo: Atlas, 1996.

MAUSS, Marcel. **Ensaio sobre a dádiva**: formas e razão da troca nas sociedades arcaicas. São Paulo: CosacNaify, 2013.

MEISTER, Janaina M. Estudo sobre os Impasses Encontrados pelos Agricultores Familiares Feirantes de Chapecó para ampliar a produção orgânica. 2001. 58 f. Monografia (Conclusão do Curso de Agronomia) Universidade do Oeste de Santa Catarina, Chapecó. In: BIANCHI, Joicilane. Orłowski, Rosemari Fátima. **A pluriatividade como estratégia de sobrevivência na agricultura familiar**: um estudo de caso aplicado no município de Chapecó. 2011. Disponível em: <http://www.apec.unesc.net/VI_EEC/sesoes_tematicas/Tema9-Economia%20Rural%20e%20Agricultura%20Familiar/Artigo-7-Autoria.pdf>. Acesso em: 10 jun. 2015.

MENDRAS, Henri. La fin des paysans. Paris, Colin. 1976. In: WANDERLEY, M.N.B. A emergência de uma nova ruralidade nas sociedades avançadas – o rural como espaço singular e ator coletivo. **Estudos Sociedade e Agricultura**. 2000, pp. 87-145. Disponível em: < <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/brasil/cpda/estudos/quinze/nazare15.htm>>. Acesso em: 10 jun. 2015.

MINAYO, Maria C. S. (org.). **Pesquisa Social**: teoria, método e criatividade. Editora Vozes, 1996.

MINAYO, Maria C. S.; et al. (Org.) **O Desafio do Conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. 7ª ed. SP: Hucitec, 2000.

NUNES, Sidemar P. **Agroecologia**: Uma abordagem crítica. 1º ed. Ijuí: Unijuí, 2014.

PECQUEUR, Bernard. A guinada territorial da economia global. **Rev. Eisforia**. Florianópolis, v. 4 n. Especial – Desenvolvimento Territorial Sustentável, conceitos, experiências e desafios teórico-metodológicos, p. 79-105, 2006. Disponível em: < <https://periodicos.ufsc.br/index.php/politica/article/download/2175-7984.2009v8n14p79/10955>>. Acesso em: 10 jan. 2016.

PEREIRA, Carlos J.; FREDDO, Antônio C. Oeste Catarinense História dos seus Empreendedores. **Revista eGesta**, v. 3, n. 3, jul.-set./2007, p. 32-76. Disponível

em:< <http://www.unisantos.br/mestrado/gestao/egesta/artigos/114.pdf>> Acesso em: 10 jun. 2015.

PINTO, Aldo V. **Ciência e Existência**: problemas filosóficos da pesquisa científica. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979.

PLOEG, Jan D. V. **Camponeses e impérios agroalimentares**: lutas por autonomia e sustentabilidade na era da globalização. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2008.

_____. Sete teses sobre a agricultura camponesa. In: PETERSEN, Paulo (org.). **Agricultura familiar camponesa na construção do futuro**. Rio de Janeiro: AS-PTA, 2009.

_____. **Trajetórias do desenvolvimento rural**: pesquisa comparativa internacional. *Sociologias*, Porto Alegre, ano 13, n.27, mai./ago. p. 114-140, 2011.

_____. Dez qualidades da agricultura familiar. **Revista Agriculturas**: experiências em agroecologia. Rio de Janeiro: AS-PTA, 2014.

RECHE, Daniella; SUGAI, Maria I. A influência do capital agroindustrial na distribuição sócio-espacial urbana do município de Chapecó no sul do Brasil. In: COLOQUIO INTERNACIONAL DE GEOCRÍTICA, Barcelona, 10. **Anais**. Universidad de Barcelona, 26-30 de mayo de 2008. Disponível em:<<http://www.ub.edu/geocrit/xcol/257.htm>>: Acesso em: 10 jun. 2015.

RICHARDSON, Roberto J. **Pesquisa Social**: Métodos e Técnicas. 3ª Edição. São Paulo: Atlas, 2008.

SABOURIN, Eric. **Marcel Mauss**: Da dádiva à questão da reciprocidade. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, São Paulo, v. 23, p. 131-138, fev. 2008.

_____. **Sociedades e organizações camponesas**: uma leitura através da reciprocidade. – Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2011a.

_____. Políticas públicas de desenvolvimento sustentável e reciprocidade. **Raízes**, v.31, n.2, jul-dez / 2011b.

_____. Teoria da Reciprocidade e sócio-anthropologia do desenvolvimento. **Sociologias** (UFRGS. Impresso), v. 27, p. 24-51, 2011c.

SACHS, Ignacy. **Desenvolvimento**: incluyente, sustentável, sustentado. Rio de Janeiro: Garamond, 2004.

SCHNEIDER, Sérgio. Teoria social, agricultura familiar e pluriatividade. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, v. 18, fev. 2003, n.51, p. 99-121. Disponível em: < <http://www.scielo.br/pdf/rbcsoc/v18n51/15988.pdf> >. Acesso em: 10 jun. 2015.

SCHULTZ, Theodore W. **A transformação da agricultura tradicional**. RJ, Zahar, 1965.

SEYFERTH, Giralda. Campesinato e o estado no Brasil. **MANA**. Rio de Janeiro , v. 17, n. 2, p. 395-417, 2011.

TESTA, V.M. et al. **A escolha da trajetória da produção de leite como estratégia de desenvolvimento do Oeste Catarinense**. Florianópolis: SAR, 2003. 130p.

TOURAINÉ, Alain. **Crítica da modernidade**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.

VEIGA, José E. Agricultura familiar e sustentabilidade. **Cadernos de Ciência e Tecnologia**. EMBRAPA, v. 13, n. 3, p. 383-404, set./dez, 1996. Disponível em: <<http://seer.sct.embrapa.br/index.php/cct/article/view/9009/5115>>. Acesso em: 10 jun. 2015.

WANDERLEY, Maria de N. B. Raízes históricas do campesinato brasileiro. **XX ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS**.1996. Caxambu. Anais. Disponível em:<<http://comunidades.mda.gov.br/o/899445>>. Acesso em: 10 jun. 2015.


_____. A valorização da Agricultura familiar e a reivindicação da ruralidade no Brasil. **Desenvolvimento e Meio Ambiente**. Curitiba: Editora da UFPR, 2000. Disponível em: <<http://ojs.c3sl.ufpr.br/ojs2/index.php/made/article/viewFile/22105/14471>>. Acesso em: 10 jun. 2015.

WILKINSON, John. **Mercados, Redes e Valores: o novo mundo da agricultura familiar**. Porto Alegre: Editora UFRGS, 2008.

ZAOUAL, H. **Nova economia das iniciativas locais: uma introdução ao pensamento pós-global**. Rio de Janeiro: DP&A/Consulado Geral da França/ COPPE-UFRJ, 2006.

APÊNDICE

APÊNDICE A – FORMULÁRIO PARA ROTEIRO DE ENTREVISTAS APLICADOS JUNTO AOS FEIRANTES DA FEIRA DE PRODUTOS COLONIAIS E AGROECOLÓGICOS DE CHAPECÓ-SC

Agricultor Entrevistado: Escolaridade: Feiras que participa: Possui Declaração de Aptidão ao PRONAF? () Sim () Não	Idade: Tempo na atividade:																																										
																																											
Localidade da propriedade:																																											
1 - Composição da Família																																											
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th>Parentesco</th> <th>Nome</th> <th>Sexo</th> <th>Idade</th> <th>Escolaridade</th> <th>Qual sua origem (etnia)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> </tbody> </table>		Parentesco	Nome	Sexo	Idade	Escolaridade	Qual sua origem (etnia)																																				
Parentesco	Nome	Sexo	Idade	Escolaridade	Qual sua origem (etnia)																																						
2- Contrata Mão de Obra Terceirizada? () Não () Sim																																											
Quantas pessoas?																																											
3 - Qual a porcentagem da renda bruta da família provem da atividade mercantil na feira? () 0-10 % () 11-20 % () 21-30 % () 31-40 % () 41-50 % () 51-60 % () 61-70 % () 71-80 % () 81-90 % () 91-100 %																																											
4- Tem necessidade de outras fontes de renda? () Não () Sim Qual (ais)?																																											
5- Quais os tipo de produtos você produz e comercializa?																																											
6- Qual a maior dificuldade para realização e manutenção da atividade na feira?																																											
7 - Quais os canais utilizados para a comercialização dos produtos da propriedade além da feira? Qual o mais significativo?																																											
Canal	<input type="checkbox"/> Feiras-livres <input type="checkbox"/> Restaurante <input type="checkbox"/> Deliveres <input type="checkbox"/> Na propriedade <input type="checkbox"/> PAA <input type="checkbox"/> PNAE																																										
<input type="checkbox"/> Supermercados																																											
<input type="checkbox"/> Distribuidores																																											
<input type="checkbox"/> Cooperativas																																											
Outros:	_____																																										
8 -Sua atividade produtiva exige registro em órgão de fiscalização (inspeção municipal, estadual, federal e/ou vigilância sanitária)? () Sim? Qual o número do registro _____ () Não																																											
9- Em suas palavras, qual a importância da atividade de feirantes para sua família?																																											

APÊNDICE B - FORMULÁRIO SEMIESTRUTURADO E ROTEIRO DE ENTREVISTAS APLICADOS JUNTO AOS FEIRANTES DA FEIRA DE PRODUTOS COLONIAIS E AGROECOLÓGICOS DE CHAPECÓ-SC

Formulário de pesquisa com agricultores feirantes de Chapecó

1- IDENTIFICAÇÃO

1.1) Local da entrevista _____

1.2) Data entrevista _____

1.3) Nome entrevistador _____

2 - CARACTERIZAÇÃO GERAL

2.1) Nome do entrevistado: _____ posição na família: _____

2.2) Quanto tempo a família reside nessa propriedade _____ onde residia antes _____

2.3) Condição da moradia:

2.3.1) Abastecimento de água:

Poço individual (); Poço coletivo (); Vertente individual (); Vertente coletiva (); Rede pública ().

2.3.2) Esgoto:

fossa séptica (); rede (); céu aberto ();

2.3.3) Destino dos dejetos humanos:

Banheiro interno (); Privada externa (); Céu aberto ()

2.3.4) Tipo de casa: alvenaria (); madeira (); mista ()

Condições: muito boa (); boa (); razoável (); precária ()

2.3.5) Rede Elétrica: sim (); não(); Tipo de fornecimento: Público (); Privado ()

2.4) Condição do produtor

Área (ha.)	A. Proprietário	B. Arrendatário	C. Parceiro/meeiro	D. Assentado	Total
Estabelecimento					

3 - UTILIZAÇÃO DA ÁREA (HA)

Tipo de uso	1. Área
1. Lavoura Temporária	
2. Lavoura Permanente	
3. Horta	
4. Pomar	
5. Mata Plantada	
6. Mata Natural	
7. Pastagem plantada	
8. Pastagem natural	
9. Construções(paiol, estrebaria, casa, açudes, etc.).	
10. Pousio	
11. Outros usos	
12. Sem uso	

4. PRODUÇÃO

4.1) Produção agrícola nos últimos 12 meses (2014/2015)

Culturas(1)	1) Área plantada	2) Quantidade colhida (kg,maço,ton)			3) Para quem vende(2)*	4) Adubo químico	5) Adubo Orgânico	6) Controle biológico (3)	7) Agrotóxicos			8) Sementes			9 Origens dos produtos da feira(4)
		Venda	Consumo	Troca					Ins	Fun	Her	Certificada	Própria	Crioula	
1															
2															
3															
4															
5															
6															
7															
8															
9															
10															

(1):*Sequência de culturas por importância na geração de renda, horta e pomar.

(2): (1) Cooperativa; (2) Supermercado; (3) Empresas agropecuárias; (4) Direto ao consumidor; (5) Feiras; (6) CEASA; (7) Intermediários; (8) Outros (quem?).

(3) (1) Uso de caldas preparadas; (2) Uso de produtos comerciais (Quais);

(4): (1) próprios; (2) de parentes; (3) outros agricultores da comunidade; (4) de agricultores fora da comunidade; (5) do Ceasa; (6) de mercados locais; (7) da cooperativa; (8) de outros intermediários.

4.2) Produção pecuária nos últimos 12 meses

Espécie(1)	1) Área produtiva	2) Quantidade produzida (kg,arroba, cabeças, unidade)			3) Para quem vende(2)*	4) Usa insumos Ração	5) Usa insumo orgânico(Quais)	6) Controle biológico /homeopático(3)	7) Origem dos produtos para a feira(4)
		Venda	Consumo	Troca					
1									
2									
3									

(1): Sequência de espécies animais por importância na geração de renda.

(2): (1) Cooperativa; (2) Supermercado; (3) Empresas agropecuárias; (4) Direto ao consumidor; (5) Feiras; (6) CEASA; (7) Intermediários; (8) Outros (quem?).

(3) (1) Uso de caldas preparadas; (2) Uso de produtos comerciais (Quais);

(7): (1) próprios; (2) de parentes; (3) outros agricultores da comunidade; (4) de agricultores fora da comunidade; (5) do Ceasa; (6) de mercados locais; (7) da cooperativa; (8) de outros intermediários.

5) RENDIMENTOS BRUTOS NOS ÚLTIMOS 12 MESES - EM R\$

1 Produção Agrícola	
2 Produção pecuária	
3 Derivados da produção vegetal e animal	
4 Aposentadorias e pensões	
5 Renda não agrícola	
6. Arrendamento de terras	
7 Aluguel de máquinas	
8 Renda trabalho agrícola fora estabelecimento	
9. Programas sociais	
10. Feiras	
11. Outros	

6) UTILIZAÇÃO DE MÃO DE OBRA – NÚMERO DE DIAS NO MÊS

M.O	Geral	Feira
Familiar		
Empregados Permanentes(1)		
Empregados Temporários		
Troca de dias: com quem*		

(1): (1) Parentes; (2) Vizinhos; (3) Outros da comunidade; (4) De outras comunidades

7) INFRAESTRUTURA VOLTADAS A ATIVIDADE DE FEIRA

7.1) Equipamentos próprios para produção voltados à feira

Tipo	Quantidade	Tempo uso

8) CONSTRUÇÕES VOLTADAS A ATIVIDADE DE FEIRA

Tipo	Quantidade	Área (m ²)

9) PARTICIPAÇÃO NA VIDA DA COMUNIDADE E DO MUNICÍPIO / QUAL

Igreja _____ () sim () não
 Associação _____ () sim () não
 Clube _____ () sim () não
 Sindicato _____ () sim () não
 Partido _____ () sim () não
 Conselhos _____ () sim () não
 Cooperativas _____ () sim () não
 ONG's _____ () sim () não
 Outras: qual? _____

10) NA SUA PERCEPÇÃO, O QUE FAZ OS CLIENTES PROCURAREM AS FEIRAS DE CHAPECÓ?

11) O QUE FAZ VOCÊ FEIRANTE PERMANECER NA FEIRA-LIVRE DE CHAPECÓ?

12) QUAL SUA OPINIÃO SOBRE O GRUPO DE FEIRANTES DE CHAPECÓ?

Como é o envolvimento e participação deles na Feira e na Associação APROFEC?

13) NO PROCESSO DE COMERCIALIZAÇÃO NA FEIRA, O QUE FAZ SEUS CLIENTES BUSCAREM OS SEUS PRODUTOS E OU SERVIÇOS?

Atributo	Pouco importante	Importante	Muito importante
13.1- Rotulagem			
13.2- Embalagem			
13.3- Selo de qualidade			
13.4- Aspecto visual			
13.5- Produto padronizado			
13.6- Higiene aparente			
13.7- Tecnologia empregada			
13.8- Preço atrativo			
13.9- Explicação sobre os produtos			
13.10- Prestígio da família agricultora			
13.11- Conhecer o feirante pela rotina (hábito de vir à feira)			
13.12- Confiança na palavra do feirante			
13.13- Confiança no modo de produzir do feirante			
13.14- Conhecimento técnico especializado do feirante			
13-15- Pelos produtos serem mais frescos			
13.16- Outro (Qual?)			

14) A PARTIR DO CONTATO COM O CONSUMIDOR FINAL DE SEUS PRODUTOS/SERVIÇOS, QUAL O GRAU DE IMPORTÂNCIA DOS SEGUINTE ATRIBUTOS?

Atributo	Pouco importante	Importante	Muito importante
14.1- Amizade			
14.2- Respeito			
14.3- Negócio			
14.4- Confiança			
14.5- Outro (Qual?)			

15) QUAIS AS FORMAS DE COMERCIALIZAÇÃO COM SEUS CONSUMIDORES?

15.1- A vista	
15.2- A crédito	
15.3- Outro (Qual?)	

16) VOCÊ FAZ CONTROLES OU ANOTAÇÕES SOBRE O SEU MOVIMENTO NAS FEIRAS?

Sim	Há quanto tempo?	Não	Já Fiz e abandonei	Não quer responder	Tipo de Anotação	Com que frequência

17) NA VENDA A CRÉDITO COMO É O CONTROLE (PROCESSO DE CONFIANÇA)? COMO SE OPERA OS PAGAMENTOS?

18) QUAIS OS TIPOS DE TROCA QUE OCORREM ENTRE VOCÊ E O CONSUMIDOR?

Obs. Receitas de alimentos; Receitas de remédios; Informações sobre plantio; Costumes(s) da região (Qual (ais)?).

19) COMO É O PROCESSO DE CONSTRUÇÃO DA FEIRA-LIVRE?

É um mercado construído entre produtores e consumidores?

20) EXISTE ALGUMA DATA COMEMORATIVA QUE SEJA PECULIAR À HISTÓRIA DA FEIRA?

Os clientes participam de alguma atividade organizada em conjunto?

21) COSTUMA SOBRAR PARTE DOS PRODUTOS QUE O SENHOR TRAZ À FEIRA?

Sim		Obs.
Não		Obs.

21.1) Se sim, o que faz com estes produtos?

Atributo	(X)	Obs.
a. Troca com outros feirantes		
b. Vende mais barato		
c. Leva para a propriedade/ reutiliza/ alimentação animal		
d. Faz doação		
e. Outro		

22) ALÉM DO VALOR ECONÔMICO, OS PRODUTOS/SERVIÇOS CARREGAM OUTROS VALORES/SENTIMENTOS?

Atributo	(X)	Obs.
a Prestígio		
b Honra		
c História da família		
d Outro _____		

23) QUAL A MAIOR RETRIBUIÇÃO DOS CLIENTES PARA COM OS FEIRANTES?

24) VOCÊ JÁ CONVIDOU CLIENTE (OU FOI CONVIDADO) PARA CONHECER A PROPRIEDADE?

Se sim, o convite foi aceito? Qual a impressão da visita?

25- QUAIS AS RAZÕES PELAS QUAS VOCÊ SE INSERIU NA FEIRA-LIVRE?

Atributo	Sim	Não	Obs.
25.1- Sustento			
25.2- Alternativa econômica			
25.3- Única alternativa encontrada			
25.4- Por que gosta de comercializar face a face			
25.5- Por melhorar a renda			
25.6- Por incentivo da prefeitura			
25.7- Por incentivo de outros agricultores			
25.8- Outro _____			

26- QUAIS AS RAZÕES PELAS QUAS VOCÊ PERMANECE E INVESTE NA FEIRA-LIVRE?

Atributo	Sim	Não	Obs.
26.1- Sustento			
26.2- Pelas amizades com clientes (vinculo)			
26.3- Pelas amizades com feirantes (vinculo)			
26.4- Por que gosta de comercializar face a face			
26.5- Única alternativa encontrada			
26.6- Pela maior autonomia e planejamento do trabalho			
26.7- Por ser menos trabalhoso que outras atividades			
26.8- Pelas trocas oportunizadas no contato face a face			
26.9- Outro _____			

27. QUAL A IMPORTÂNCIA DA FEIRA NA VIDA DE SUA FAMÍLIA?

28) Observações e sugestões do entrevistador/entrevistado:
