

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS
CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS SOCIAIS**

**“PEGANDO FEIRA”: TROCAS, RECIPROCIDADE E
MERCADO NO FEIRÃO COLONIAL EM
SANTA MARIA, RS**

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

Silvana Silva de Oliveira

Santa Maria, RS, Brasil

2015

**“PEGANDO FEIRA”: TROCAS, RECIPROCIDADE E
MERCADO NO FEIRÃO COLONIAL EM SANTA MARIA, RS**

Silvana Silva de Oliveira

Dissertação apresentada ao curso de Mestrado do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, área de Concentração em Antropologia, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS), como requisito parcial para a obtenção do grau de **Mestre em Ciências Sociais.**

Orientador: Prof^a. Dr^a. Maria Catarina Chitolina Zanini

Santa Maria, RS, Brasil

2015

Ficha catalográfica elaborada através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Central da UFSM, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

Oliveira, Silvana Silva de
"Pegando feira": trocas, reciprocidade e mercado no feirão colonial em Santa Maria, RS / Silvana Silva de Oliveira.-2015.
134 p.; 30cm

Orientadora: Maria Catarina Chitolina Zanini
Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa Maria, Centro de Ciências Sociais e Humanas, Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, RS, 2015

1. Campesinato 2. Feiras 3. Etnografia 4. Reciprocidade 5. Mercado. Troca I. Zanini, Maria Catarina Chitolina II. Título.

© 2015

Todos os direitos autorais reservados a Silvana Silva de Oliveira. A reprodução de partes ou do todo deste trabalho só poderá ser feita mediante a citação da fonte.

E-mail: silvanadeoliveira@gmail.com

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS
CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS SOCIAIS**

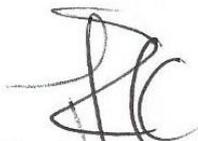
**A Comissão Examinadora, abaixo assinada,
aprova a Dissertação de Mestrado**

**“PEGANDO FEIRA”: TROCAS, RECIPROCIDADE E MERCADO NO
FEIRÃO COLONIAL EM SANTA MARIA, RS**

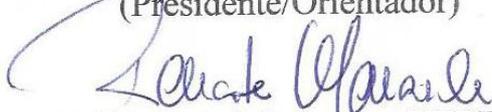
elaborada por
Silvana Silva de Oliveira

como requisito parcial para a obtenção do grau de
Mestre em Ciências Sociais

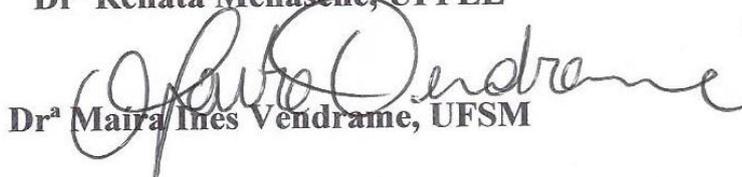
COMISSÃO EXAMINADORA



Dr^a Maria Catarina Chitolina Zanini, UFSM
(Presidente/Orientador)



Dr^a Renata Menasche, UFPEL



Dr^a Maira Ines Vendrame, UFSM

Santa Maria, 20 de maio de 2015.

“[...] Sim, a feira dá o feijão, mas também dá o sonho [...]”(QUEIROZ, 2002).

AGRADECIMENTOS

Devo meu muito obrigada aos agricultores familiares do Feirão Colonial que possibilitaram a realização desta pesquisa, em especial Seu Oldemar, Dona Dora e Seu Lucas que abriram “as portas” de suas casas.

À coordenadora do Feirão Colonial, Irmã Lourdes, que com o seu aval pude adentrar no mundo da feira.

Meu agradecimento aos organismos financiadores desta pesquisa, a CAPES/FAPERGS.

À professora Maria Catarina, uma grande inspiração de ser humano e profissional, cujas discussões possibilitadas por ela a respeito da Antropologia me motivaram a estar aqui hoje.

Também agradeço aos membros da banca avaliadora, Renata, Joel, Maíra e Maria Clara por seus comentários inteligentes e construtivos.

Gostaria também de expressar minha gratidão à Maria Rita, que me ajudou, logo no início, na inserção em campo, sendo um exemplo de pesquisadora.

Meu muito obrigada à equipe do NECON, sem a qual o caminho até aqui não teria sido o mesmo. Um especial agradecimento a Lucinéia, Patrícia, Jamile, Daniele e Fabiane.

Às colegas de mestrado e companheiras de orientação Trícia e Lorena.

Agradeço aos meus familiares por todo incentivo e compreensão, nas horas em que o desânimo tomou conta. Muito obrigada especial ao meu Pai, José Alberi, à minha mãe, Rute, e às manas Dé e Fabi.

Ao Diego também pela paciência, carinho e auxílio, ao longo da escrita desta dissertação! Obrigada por tudo!

RESUMO

Dissertação de Mestrado
Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais
Universidade Federal de Santa Maria

“PEGANDO FEIRA”: TROCAS, RECIPROCIDADE E MERCADO NO FEIRÃO COLONIAL EM SANTA MARIA, RS

AUTOR: Silvana Silva de Oliveira

ORIENTADOR: Dr^a Maria Catarina Chitolina Zanini

Data e Local da Defesa: Santa Maria, 20 de maio de 2015.

As reflexões que integram esta dissertação são provenientes de uma pesquisa etnográfica realizada, em 2013 e 2014, com camponeses que vendem produtos alimentares em uma feira urbana, situada na cidade de Santa Maria, Rio Grande do Sul (RS). O estudo partiu da seguinte pergunta: “De que forma os camponeses que comercializam sua produção no Feirão Colonial em Santa Maria, RS, dialogam com as práticas de mercado?”. Dessa maneira, a pesquisa teve como objetivo analisar o desenvolvimento, gradativo e repleto de componentes culturais, do saber do negócio na Feira, bem como as práticas e táticas empregadas pelos agricultores na venda de seus itens. Assim, os objetivos específicos foram: verificar as negociações que ocorrem entre feirantes e consumidores, assim como entre os feirantes; observar as relações de sociabilidade; e identificar os saberes que circulam na Feira. Observou-se, dessa forma, que a maneira de inserção no mercado pelos camponeses aceita a lógica deste, a qual é apreendida pela vivência na Feira, o que não significa, entretanto, a transformação do camponês em um capitalista, já que as atitudes são diferenciadas. Isto é, grande parte dos feirantes tem um modo de produção familiar e integra-se à Feira para suprir as necessidades de sua família, utilizando o ganho obtido para esse fim. Além disso, percebeu-se que a campesinidade ou o *ethos* de colono influencia na conduta econômica. Verificou-se, também, o quanto a Feira é um espaço importante para a sociabilidade e para a obtenção de conhecimento acerca do mundo urbano, do mercado e também de sua condição enquanto camponeses.

Palavras-chaves: Campesinato. Feiras. Etnografia. Reciprocidade. Mercado. Troca.

ABSTRACT

Master's thesis
Graduate Program in Social Sciences
Federal University of Santa Maria

“GOING TO THE FAIR”: EXCHANGES, RECIPROCITY AND MARKET IN COLONIAL FAIR IN SANTA MARIA, RS

AUTHOR: Silvana Silva de Oliveira
SUPERVISOR: Dr. Maria Catarina Chitolina Zanini
Date and Place of Defense: Santa Maria, may 20, 2015.

The reflections presented in this thesis come from an ethnographic research conducted in 2013 and 2014, with peasants selling food in an urban colonial fair, located in Santa Maria, Rio Grande do Sul (RS). The study was based on the following question: “How do peasants who market their production in Feirão Colonial (Colonial Fair) in Santa Maria, RS, dialogue with market practices?”. Thus, the research aimed to analyze the development, which is gradual and full of cultural components, of knowledge related to business at the Fair, as well as the practices and tactics employed by farmers in selling their items. Thus, the specific objectives were: to verify the negotiations that take place between merchants and consumers, as well as between the fairground; to observe the social relationships; and to identify the knowledge circulating in the Fair. We observed that the way peasants are entered into the market accepts its logic, which is learned from the experience at the Fair but does not mean, however, the transformation of the peasant into a capitalist, since attitudes are differentiated. That means many fairgrounds has a familiar mode of production and works in the Fair to meet the needs of their families, using the gain for this purpose. In addition, we observed that peasantry or the *ethos* of settler influence on economic behavior. We also noticed how the fair is an important space for sociability and for obtaining knowledge about the urban world, the market and also their condition as peasants.

Keywords: Peasantry. Fairs. Ethnography. Reciprocity. Market. Exchange.

LISTA DE FIGURAS

| | | |
|-------------|---|-----|
| Figura 1 – | Imagens de pessoas circulando pela Feira. | 23 |
| Figura 2 – | Localização geográfica do local de pesquisa. | 27 |
| Figura 3 – | A frente da Feira. | 28 |
| Figura 4 – | Ângulos diferentes da entrada da Feira. | 30 |
| Figura 5 – | Dia de Feira em que ocorria, ao mesmo tempo, a “Feira da Moda Gaúcha e do Artesanato”. | 30 |
| Figura 6 – | Imagens do pavilhão da agroindústria (a) e da área de alimentação (b). | 36 |
| Figura 7 – | Imagens dos pavilhões do artesanato (a) e do hortifrutigranjeiro (b). | 37 |
| Figura 8 – | Pouca movimentação na entrada da Feira, no dia 19 de outubro de 2013. | 38 |
| Figura 9 – | Movimentação intensa na entrada da Feira, no dia 22 de março de 2014. | 38 |
| Figura 10 – | Imagens de alguns tipos de produtos comercializados. | 39 |
| Figura 11 – | Imagens da forte presença das cores dos alimentos (a), de uma das caixas de som, quase na altura do telhado (b), e de bolachas oferecidas para degustação (c). | 40 |
| Figura 12 – | A frente de algumas bancas em dia de Feira. | 41 |
| Figura 13 – | Imagem de uma das bancas dos hortifrutigranjeiros (a) e da área de alimentação (b). | 42 |
| Figura 14 – | As imagens de um evento realizado no Feirão em homenagem ao aniversário de 22 anos da Feira. | 46 |
| Figura 15 – | Evento realizado em comemoração ao dia da criança. | 47 |
| Figura 16 – | Imagens de várias bancas da Feira. | 51 |
| Figura 17 – | Imagens da banca de Clara e dos produtos comercializados. | 61 |
| Figura 18 – | Partes da reportagem do Jornal do 10ª Feira Latino Americana de ECOSOL e 21ª FEICOOP-2014. | 67 |
| Figura 19 – | Imagens de cartazes na Feira. | 68 |
| Figura 20 – | Imagem da banca que, por meio de troca de produtos, vendia produtos com selo orgânico de camponeses de Santa Cruz do Sul. | 69 |
| Figura 21 – | Imagens de produtos terceirizados. | 70 |
| Figura 22 – | Imagem de dentro da banca de um feirante, no momento em que acontece a comercialização de produtos. | 71 |
| Figura 23 – | Imagens da confraternização e visita de Tarso Genro. | 75 |
| Figura 24 – | Imagem dos recursos utilizados por um feirante: celular, caderno de anotações e a "esposa". | 77 |
| Figura 25 – | Imagem da banca do casal | 80 |
| Figura 26 – | A foto (a) representa a frente da propriedade rural, e a foto (b), a horta ao lado direito da entrada. | 92 |
| Figura 27 – | Atividade rotineira: recolhendo ovos. | 93 |
| Figura 28 – | Atividade rotineira: guardando os ovos para a venda na Feira. | 94 |
| Figura 29 – | Atividade rotineira: tirando o leite e armazenando para depois vender. | 94 |
| Figura 30 – | Atividade rotineira: guardando o leite. | 95 |
| Figura 31 – | A pequena fábrica de bolachas e massas caseiras. | 96 |
| Figura 32 – | Tipos de feijões vendidos na banca do feirante Lúcio. | 105 |
| Figura 33 – | Locais de trabalho e as atividades relacionadas com a armazenagem do feijão. | 107 |
| Figura 34 – | Imagem da entrada da propriedade onde mora o Seu Lúcio. | 109 |
| Figura 35 – | Foto tirada na propriedade rural do pai de seu Lúcio, o senhor à esquerda. | 109 |

LISTA DE ANEXOS

| | |
|---|-----|
| Anexo A – Roteiro do Questionário..... | 125 |
| Anexo B – Carta de Apresentação | 133 |
| Anexo C – Termo de Autorização de Uso de Imagem | 134 |

SUMÁRIO

| | |
|--|-----|
| INTRODUÇÃO | 19 |
| CAPÍTULO I ENTRANDO NO FEIRÃO: QUESTÕES METODOLÓGICAS DA ETNOGRAFIA | 23 |
| 1.1 O percurso acadêmico | 23 |
| 1.2 Aproximação com o universo de pesquisa: considerações acerca do tema e do objeto | 25 |
| 1.3 “O Feirão Colonial”: apresentação do espaço e do tempo desta pesquisa | 27 |
| 1.3.1 Itinerário na Feira | 37 |
| 1.3.2 A Feira e os seus feirantes: a inserção em campo | 41 |
| 1.3.3 Fotografia na pesquisa | 48 |
| CAPÍTULO II “PEGAR FEIRA”: FEIRANTES E CAMPONESES COMERCIALIZANDO SUA PRODUÇÃO | 51 |
| 2.1 A contribuição do processo de colonização no sul do país para a região de Santa Maria- RS | 52 |
| 2.2 Trabalhadores do campo e (ou) do comércio? | 59 |
| 2.3 O feirante em dia de Feira | 70 |
| 2.3.1 Espaço da feira: lugar de revalorização do rural?..... | 72 |
| CAPÍTULO III ENTRE SABERES E SABORES: AS RACIONALIDADES QUE CIRCULAM | 79 |
| 3.1 “A Senhora das massas” e o seu esposo | 79 |
| 3.1.1 O “estágio”: o outro lado do espaço | 82 |
| 3.1.2 Uma visita à propriedade rural do casal de feirantes | 91 |
| 3.2 O “Guardião de sementes” | 101 |
| 3.2.1 Entre conversas e observações: a banca do grupo de Seu Lúcio | 103 |
| 3.2.2 Uma visita ao Sítio Somavilla | 108 |
| CONSIDERAÇÕES FINAIS | 113 |
| REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 115 |
| ANEXOS | 123 |

INTRODUÇÃO

As reflexões que integram esta dissertação são provenientes da pesquisa etnográfica realizada com agricultores¹ que vendem produtos alimentares², em uma feira urbana situada na cidade de Santa Maria, Rio Grande do Sul (RS). O estudo parte da seguinte pergunta: “De que forma os camponeses que comercializam sua produção, no Feirão Colonial em Santa Maria, RS, dialogam com as práticas de mercado?”. Nesse sentido, a pesquisa tem como objetivo analisar o desenvolvimento, gradativo e repleto de componentes culturais, do saber do negócio na Feira, assim como as práticas e táticas empregadas pelos camponeses na venda de seus itens. Assim, os objetivos específicos foram verificar as negociações que ocorrem entre feirantes e consumidores, bem como entre os feirantes; observar as relações de sociabilidade presentes na Feira e identificar os saberes que circulam nesse espaço. Utilizando o método etnográfico, buscou-se realizar um estudo antropológico de caráter qualitativo, sendo que o trabalho de campo desenvolveu-se nos anos de 2013 e 2014.

A presente pesquisa é relevante devido ao fato de contribuir com a reflexão sobre novas questões que vêm ocorrendo na contemporaneidade. Cada vez mais, vemos as distâncias entre espaço e tempo tornarem-se diluídas (GIDDENS, 1991), trazendo várias mudanças, entre as quais a redução de sistemas locais de comercialização e ampliação de relações desencaixadas (GIDDENS, 1991). Exemplo disso são as grandes redes de supermercado perto de nossas casas, onde encontramos desde comida chinesa à italiana.

Diante desse contexto, o antropólogo Sahlins (1997) desenvolveu uma discussão interessante para compreendermos essas questões contemporâneas. Segundo esse autor, não estaríamos sendo levados ao caminho da homogeneização da cultura, dos costumes, pois haveriam dois processos simultâneos: um deles seriam as forças da modernidade (a globalização, a industrialização) atuando no sentido de uma homogeneização; já o outro seria a construção, por um grupo, de seus próprios significados, em meio ao processo de

¹ Cabe esclarecer, neste momento, que uso o termo camponês, agricultor, agricultor familiar, colono, produtor rural, ao longo desta dissertação, para designar o grupo social pesquisado. Acredito, como K. Woortmann (1990b, p.14), que “ não encontramos, então, os camponeses puros, mas uma campesinidade em graus distintos de articulação ambígua com a modernidade”. No capítulo 2, será melhor abordada essa questão.

² Ressalta-se que há produtos não alimentares, tais como lenha, roupas, artesanatos e flores, mas o foco deste estudo consiste nos produtos alimentares.

modernização, ou seja, o primeiro movimento podemos chamar de “integração global” e, o segundo, de “uma diferenciação local” (SAHLINS, 1997, p. 57).

Podemos compreender como “uma diferenciação local” o surgimento de um processo de revalorização de redes alternativas ou circuitos curtos (WILKINSON, 2003). Assim, percebemos, atualmente, formas tradicionais de comércio como venda direta, as feiras sendo reconhecidas positivamente pelos consumidores e estando cada vez mais em evidência nos programas governamentais (CRUZ, 2012). Várias pesquisas sobre feira vêm demonstrando que estas são “um sistema local de comercialização muito particular” que traz junto a “viabilização do comércio local” (SABOURIN, 2009, p.5). Dito isto, podemos entender porque as feiras ainda desempenham “um papel muito importante na consolidação econômica e social dos sistemas locais da economia” (CRUZ, 2012, p. 69).

Além disso, a feira é espaço significativo para a reprodução da condição camponesa das famílias que ali comercializam. Desse modo, um estudo sobre como os camponeses vêm interagindo com essas novas questões é pertinente, visto que este grupo, ao longo da história, foi invisibilizado pelo mundo acadêmico, por políticas públicas (MOURA, 1988), ou seja, o lugar social do campesinato não foi reconhecido na sociedade brasileira, pois a história camponesa foi esquecida (WANDERLEY, 2003).

*

Diante desse contexto, esta dissertação está estruturada em três capítulos. No primeiro, são apontadas questões pertinentes ao estudo antropológico, ao fazer etnográfico, bem como as motivações iniciais deste trabalho, a minha aproximação com a temática do presente estudo. Em seguida, são apresentados o cenário/espaço e o tempo em que se realizou a pesquisa.

No segundo capítulo, são identificados os personagens deste trabalho, para tanto, tratou-se sobre o processo de colonização e imigração, para, assim, ser possível perceber e analisar questões sociais do grupo pesquisado, como características sociais e históricas.

No terceiro capítulo, há a reflexão sobre os diversos saberes que circulam na Feira, isto é, faço³ uma análise a partir da minha aproximação com três agricultores que comercializam no Feirão e da observação participante realizada no espaço. Dois deles são um casal, Dona Dinorá e Seu Oscar, e o outro é o Seu Lúcio⁴. Assim, buscarei compreender as várias racionalidades e saberes que circulam na Feira.

³ Salienta-se que, ao longo da dissertação, é empregada tanto a primeira pessoa do singular quanto a primeira pessoa do plural, pois muitas das reflexões expostas foram desenvolvidas em conjunto entre a autora e a professora orientadora.

⁴ Optamos por utilizar nomes fictícios para as pessoas que participaram da pesquisa. O uso ou não de pseudônimos foi uma decisão difícil, pois sabíamos que a utilização não garantiria o anonimato dos informantes visto que a pesquisa se reporta a detalhes das pessoas e dos locais estudados e apresenta até fotografias. Todavia, empregamos pseudônimos porque entendemos, como Fonseca (1999), que a utilização do anonimato é justamente para assumir uma responsabilidade com as pessoas que colaboraram com a pesquisa, as quais, muitas vezes, não têm noção prévia de quanto seus comportamentos e atitudes podem ser utilizados como dados do estudo antropológico.

CAPÍTULO I

ENTRANDO NO FEIRÃO: QUESTÕES METODOLÓGICAS DA ETNOGRAFIA



Figura 1 – Imagens de pessoas circulando pela Feira.

Fonte: Arquivo da pesquisa “*Na feira: produção, distribuição e consumo entre agricultoras feirantes na região central do Rio Grande do Sul*”; fotografia capturada pela pesquisadora Silvana, no dia 16 de abril de 2014.

1.1 O percurso acadêmico

Inicialmente, retomarei alguns aspectos do meu caminho acadêmico, com o objetivo de apontar questões pertinentes ao estudo antropológico que fazem parte desta dissertação, especificamente, no que diz respeito ao fazer etnográfico. De caráter qualitativo, o método etnográfico é aquele que visa compreender o “outro” em suas estruturas de significação, práticas e simbólicas (GEERTZ, 1989).

No ano de 2006, tive a primeira experiência com o fazer etnográfico ao realizar a pesquisa para a conclusão do curso de Ciências Sociais da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), intitulada “O CATES em questão: um estudo antropológico no centro de atendimento terapêutico e social do foro de Santa Maria/RS”, com orientação da professora Dr^a. Maria Catarina Zanini. Nesse trabalho, busquei, por meio da etnografia, compreender como ocorriam as relações rotineiras, no Centro de Atendimento Terapêutico e Social (CATES), entre os profissionais de diversas áreas e o público atendido.

Assim, a realização dessa pesquisa foi um *rito de passagem*, no sentido dado por DaMatta (1987, p. 153): a partir do trabalho de campo buscamos uma nova visão da sociedade em um “movimento que nos leva para fora do nosso próprio mundo, mas que acaba por nos trazer mais para dentro dele”. É partindo dessa prática que nos apropriamos do conhecimento antropológico, isto é, ao realizarmos um exercício de estranhamento, desempenhamos um processo de dúvida antropológica fundamento do trabalho de campo (DAMATTA, 1987, 162).

A elaboração dessa primeira pesquisa abriu caminho para novas perspectivas, as quais me permitiram compreender o quanto atividades, a princípio tão rotineiras e cotidianas, como consultas dentro de um órgão vinculado ao Poder Judiciário, continham várias questões que podiam causar estranheza, como, por exemplo, o fato de os profissionais do CATES que pertenciam à área de psicologia e vinham de camadas médias terem uma visão acerca de família diferenciada das populações de camadas populares, as quais, geralmente, eram o público atendido.

Cabe ressaltar, neste momento, que pesquisas realizadas na própria sociedade do investigador, como a efetuada por mim no Centro de Atendimento, nem sempre foram objeto da antropologia. Os primeiros estudos nessa área eram realizados em locais distantes geograficamente. O pesquisador saía de sua sociedade e ia ao encontro das longínquas tribos, tidas, na época, como “selvagens” ou “povos primitivos”. Lá ele convivía com diferentes costumes e hábitos exóticos aos seus. Malinowski (1984), por exemplo, foi antropólogo dessa geração. Dessa forma, sem me distanciar geograficamente para longínquas tribos, realizei a pesquisa na graduação. O processo se deu, assim, do familiar ao exótico diferente do movimento do exótico ao familiar (VELHO, 1978; DAMATTA, 1987). Vale destacar que o familiar não foi necessariamente entendido como o conhecido, íntimo, mas, sim, como aquilo que faz parte do nosso “universo social e ideológico dominante”, conforme esclarece DaMatta (1987, p. 158-160).

Esse autor também explica o movimento do familiar ao exótico por meio do que ocorre, por exemplo, com o Xamã, em que acontece uma “viagem”, mas não se sai do lugar físico em que se está. Esse processo foi vivenciado na pesquisa a partir das leituras de outros estudos sobre as diversas noções de família, que auxiliaram no distanciamento e possibilitaram a experiência de estranhar a percepção de família das camadas médias e, assim, compreendê-las como um arranjo dentre tantos outros possíveis.

No próximo subcapítulo, exponho a minha aproximação com uma nova temática de pesquisa, a continuidade na área de antropologia e a utilização do trabalho de campo como método.

1.2 Aproximação com o universo de pesquisa: considerações acerca do tema e do objeto

Meu interesse pela temática se desenvolveu devido a um conjunto de fatores, como a participação nos Ciclos “Cidade e seus trabalhadores: Ferroviários e Camponeses” e “Trabalho, Campesinato e Gênero”, oferecidos pelo Núcleo de Estudos Contemporâneos (NECON), do qual participo como bolsista de Iniciação Científica, desde agosto de 2011. A proximidade entre minha nova moradia e o local em que acontece o Feirão Colonial de Santa Maria, aos sábados, me tornou uma frequentadora desse espaço, o que aguçou questionamentos e reflexões em torno da temática. Como e por que aquela comercialização direta entre agricultores e consumidores ganhava espaço na cidade de Santa Maria? Que ambiente era aquele que parecia, por algumas horas, “um pedaço do rural” na cidade? Quem eram e por que aquelas pessoas estavam ali? Algumas das características peculiares da Feira acabaram sendo um convite para o presente estudo. Talvez, o fato de ser neta de agricultores também possa ter influenciado na escolha desse universo de pesquisa. Cresci rodeada de “memórias herdadas”⁵ sobre o viver no campo e como “morar na zona rural era tempo bom”, na fala da minha mãe, professora aposentada do Estado. Minha mãe trabalhou até seus 18 anos na lavoura com meu avô, em São Nicolau⁶, região das missões no noroeste do estado do Rio Grande do Sul (RS). Hoje, mora em Santa Maria, ou melhor, na “cidade grande”, onde tem a sua horta e uma criação de galinhas.

⁵ Aqui entendo, como Pollack (1992), que, além dos acontecimentos vividos pessoalmente, há elementos constitutivos da memória que seriam “vividos por tabela”. Trata-se de “acontecimentos [...] ‘vividos por tabela’, ou seja, acontecimentos vividos pelo grupo ou pela coletividade à [sic] qual a pessoa se sente pertencer. São acontecimentos dos quais a pessoa nem sempre participou, mas que, no imaginário, tomaram tamanho relevo que, no fim das contas, é quase impossível saber se ela viveu ou não. Se formos mais longe, a esses acontecimentos vividos por tabela vêm se juntar todos os eventos que não se situam dentro do espaço-tempo de uma pessoa ou de um grupo. É perfeitamente possível que, por meio da socialização política, ou da socialização histórica, ocorra um fenômeno de projeção ou de identificação com determinado passado, tão forte que podemos falar numa memória quase que herdada” (POLLAK, 1992, p. 2).

⁶ A população estimada em 2013 foi de 5.794 habitantes (Dados do Censo Demográfico do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE): <http://cod.ibge.gov.br/237FX> ou <http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=431690>). Acessado em: 06 de maio de 2014.

Peirano (1995) já havia enfatizado a influência das experiências do autor na pesquisa antropológica. Em suma, a escolha pelo tema e objeto de pesquisa está entrelaçada com a nossa história de vida. Ao começar a juntar pedaços para a escrita desta dissertação, deparei-me com escolhas e lembranças do passado ressignificadas no presente, o que me fez vivenciar aquilo que Halbwachs (1990) explanava sobre a memória coletiva a partir da experiência da escrita. Por memória, entendo toda a construção elaborada, no presente, acerca do passado.

A oportunidade de realização desta pesquisa aconteceu em 2012, quando houve o processo de seleção do mestrado em Ciências Sociais da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). No início de 2013, com o projeto de pesquisa aprovado pelo curso de Pós-graduação em Ciências Sociais, iniciei a pesquisa de campo. Comecei também a participar como voluntária em outra pesquisa sobre feiras na região central do RS, denominada “Na feira: produção, distribuição e consumo entre agricultoras feirantes na região central do Rio Grande do Sul”, coordenado pela professora Dr^a. Maria Catarina Zanini, a qual orientou este estudo de dissertação. Nessa pesquisa, fiquei responsável, inicialmente, pela aplicação de questionários e, posteriormente, pela realização do trabalho de campo no Feirão Colonial. Saliento que o questionário aplicado também é utilizado nesta pesquisa de mestrado, com a autorização da coordenadora do projeto, o qual será apresentado no capítulo dois, em que caracterizo o grupo de feirantes.

Participava de encontros semanais com o grupo da pesquisa, os quais me proporcionaram maior possibilidade de compreensão quanto às diferentes configurações de feira na cidade. Nesses momentos, além da troca de experiência, discutíamos as diversas abordagens teóricas sobre campesinato, tomávamos conhecimento das variadas pesquisas sobre as feiras, a Economia Solidária, as trocas mercantis, entre outros assuntos ligados ao tema. Assim, os encontros contribuíram na construção do problema da presente pesquisa.

Destaco que, antes da escolha desta Feira para a pesquisa, visitei estabelecimentos comerciais que vendiam “produtos coloniais”. Porém, a amplitude de produtos vendidos na Feira, a venda direta feita pelo camponês e a presença do viés da Economia Solidária acabaram sendo elementos fortes para a escolha do Feirão Colonial como espaço da pesquisa.

Além disso, as feiras são momentos importantes de “trocas não-materiais” e “promove[m] formas de intercambiar e de aprender” (TEDESCO, 2013, p. 130), assim como propiciam uma valorização do produto conhecido como colonial (TEDESCO, 2013; MENASCHE, 2004). Diante disso, no próximo subcapítulo, apresento o cenário escolhido para esta pesquisa.

1.3 “O Feirão Colonial”: apresentação do espaço e do tempo desta pesquisa

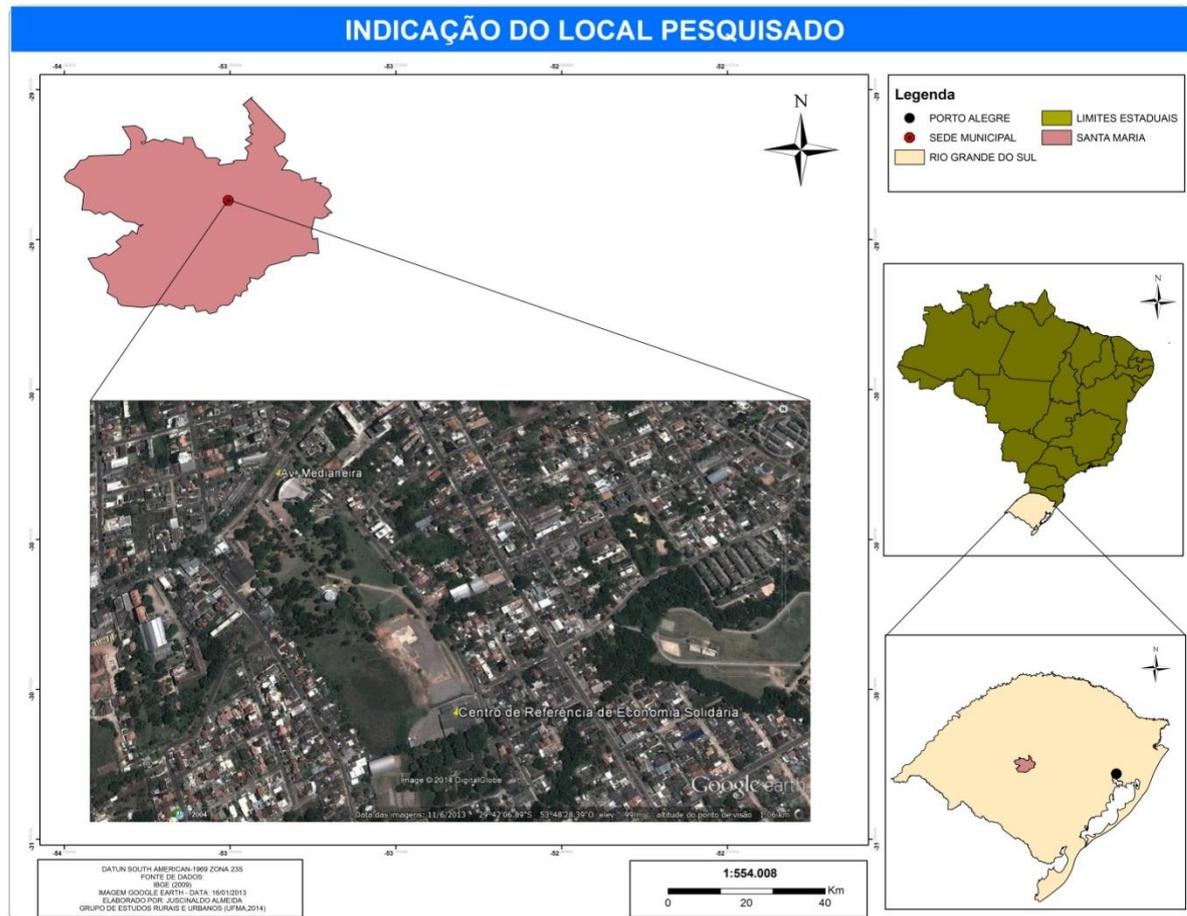


Figura 2 – Localização geográfica do local de pesquisa.

Fonte: Produzido por ALMEIDA, J. G., no dia 09 de julho de 2014.

Aos sábados pela manhã, a Rua Heitor Campos, no Bairro Nossa Senhora Medianeira⁷, em Santa Maria⁸, transforma-se em um espaço diferente do que é nos demais

⁷ Esse bairro se localiza na parte central de Santa Maria e conta com 9.030 habitantes, segundo dados da prefeitura. O nome foi escolhido em homenagem à basílica da Medianeira (Fonte: <http://santamariaemdados.com.br/1-aspectos-gerais/1-4-bairros-distritos-e-regioes-administrativas/>, acessado no dia 06 de maio de 2014).

⁸ O município de Santa Maria- RS, em que as atividades econômicas predominantes se relacionam ao setor de serviços, localiza-se na região central do RS e conta com 273.489 habitantes (IBGE, 2013). Cabe ressaltar que um importante papel na economia da cidade, conhecida como “cidade universitária”, onde grande parte da população é composta por jovens estudantes, é desempenhado pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Parte considerável desses estudantes universitários vem de outras localidades para dar continuidade aos seus estudos.

dias da semana. O movimento de pessoas e carros torna-se mais intenso: é dia de Feira no Centro de Referência de Economia Solidária Dom Ivo Lorscheiter. Estudos como os de Vedana (2004) e Garcia (1984) já demonstraram as mudanças no espaço, em dias de feira, e, no caso estudado, não é diferente, conforme mostra a figura 3.



Figura 3 – A frente da Feira.

Fonte: Arquivo da pesquisa “*Na feira: produção, distribuição e consumo entre agricultoras feirantes na região central do Rio Grande do Sul*”; fotografia capturada pela pesquisadora Silvana, no dia 26 de abril de 2014.

Ao chegar à Feira, na Heitor Campos, deparamos-nos com uma placa, em que está escrito: “Projeto Esperança Coesperança. Feirão Colonial. Todos os sábados das 7h às 11h30min”. O nome “grandioso” parece se aplicar a essa Feira que ocorre em um espaço físico de, atualmente, quatro pavilhões⁹ e conta com mais um espaço em construção. Ao nos aproximarmos mais, vemos, em um dos pavilhões, outro dizer: “Centro de Referência de Economia Solidária Dom Ivo Lorscheiter”. O espaço físico é grande em comparação com o das outras feiras existentes na cidade de Santa Maria. O pavilhão denominado de “horti-fruti” conta, atualmente, com 24 bancas¹⁰; já o pavilhão da “agroindústria” tem aproximadamente

⁹ Saliento que este termo é utilizado nos folhetos, *folders*, e pela coordenação da feira. O termo nativo é “Salão”.

¹⁰ Banca é um termo utilizado para denominar o lugar em que ficam os feirantes e seus produtos.

26 bancas¹¹. As outras feiras da cidade, geralmente, acontecem ao ar livre, com bancas montadas pelos próprios feirantes. A feira de Camobi¹², por exemplo, popularmente conhecida como “feirinha”, ocorre às quartas-feiras¹³, com cerca de sete bancas, e aos sábados pela manhã, com aproximadamente 15 bancas atualmente. As demais feiras livres que ocorrem na cidade, na maioria das vezes, não ultrapassam esse número de bancas.

A maioria das feiras em Santa Maria diferencia-se em alguns aspectos de outras feiras, como as estudadas por Vaz Silva (2011), em Belém (PA), Vedana (2004), em Porto Alegre (RS), e Garcia (1984), na Paraíba (PB). O Feirão Colonial, como as demais feiras da cidade de Santa Maria, caracteriza-se por uma abordagem mais comedida dos feirantes em relação aos fregueses, se comparada à feira da Epatur estudada por Vedana (2004), em que os feirantes interagem com anúncios e brincadeiras jocosas. Já na feira Ver-o-Peso, estudada por Vaz Silva (2011), a distinção está no fato de acontecer todos os dias da semana e ficar aberta 24 horas, e o Feirão ser semanal e aberto apenas pela parte da manhã, mesmo tendo um espaço fixo como o dessa feira.

No momento presente, o Feirão Colonial é conhecido também como Feira da Irmã Lourdes (referência ao nome da coordenadora atual) e Feira da Economia Solidária, devido ao vínculo que passou a ter com a Economia Solidária¹⁴ e ao fato de ser sediado, uma vez ao ano, no mesmo local, o Encontro Nacional desse movimento. Economia Solidária. Em função dessa ligação, recebe verbas federais, as quais ajudaram e ajudam a ampliar o local por meio da construção de mais espaços. Ressalta-se que no local (figura 4) também se realizam outros eventos, como a Feira Estadual do Cooperativismo (FEICOOP), a Feira da Primavera, a Feira de Economia Solidária do MERCOSUL, a Feira da Moda Gaúcha e do Artesanato (figura 5) e a Feira Nacional e Internacional de Artesanato e Decoração (FENIAR). Assim, destaca-se a grande diversidade de acontecimentos que permeiam aquele espaço da feira.

¹¹ Esse dado foi coletado na aplicação dos questionários, realizada no primeiro semestre de 2013. Desde então, o pavilhão da Agroindústria passou por uma reforma de ampliação do espaço interno, que possibilitou a entrada de mais feirantes.

¹² Essa feira ocorre no Bairro Camobi, próximo à Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), e é tema de pesquisa de algumas integrantes da pesquisa intitulada “Na feira”.

¹³ Informações colhidas junto às integrantes da pesquisa “Na feira”, Patrícia Rejane Froelich e Fabiane Dalla Nora, que realizam pesquisa etnográfica na “feirinha de Camobi”.

¹⁴ Mais adiante no texto, exponho detalhadamente sobre o vínculo entre a Economia Solidária e o Feirão Colonial.



Figura 4 – Ângulos diferentes da entrada da Feira.

Fonte: Arquivo da pesquisa “Na feira: produção, distribuição e consumo entre agricultoras feirantes na região central do Rio Grande do Sul”; fotografias capturadas pela autora, 2014.



Figura 5 – Dia de Feira em que ocorria, ao mesmo tempo, a “Feira da Moda Gaúcha e do Artesanato”.

Esta feira se realizou de 1º a 15 de junho de 2014, com entrada gratuita. Todo o espaço da feira foi adaptado em função desta outra feira. As bancas do artesanato e as que ficavam na “área de alimentação” foram transferidas de lugar, cedendo seu espaço aos feirantes da “Feira da Moda Gaúcha e do Artesanato”. Algumas bancas de artesanato e as da área de alimentação ficaram do lado de fora dos pavilhões em barracas brancas, como pode ser visto na primeira imagem. Algumas bancas do artesanato estavam ocupando o espaço do setor hortifrutigranjeiro, como demonstra a segunda imagem (bem ao centro do pavilhão).

Fonte: Arquivo da pesquisa “Na feira: produção, distribuição e consumo entre agricultoras feirantes na região central do Rio Grande do Sul”; fotos captadas pela pesquisadora Silvana, no dia 14 de junho de 2014.

Vale destacar outras características dessa Feira, como, por exemplo, a forte ligação com a Igreja Católica. Essa relação pode ser mais bem entendida por meio do histórico da formação da Feira, construída em um terreno cedido pela Igreja Católica e vinculada ao Projeto Esperança/Cooesperança. Tendo isso em vista, a seguir, faço uma breve apresentação

histórica da Feira com o objetivo de situar o leitor em relação às particularidades e especificidades do cenário desta pesquisa.

Uma figura importante e considerada um dos grandes idealizadores do projeto Esperança foi o bispo Dom Ivo Lorscheiter (1927-2007)¹⁵, que chegou em Santa Maria em 1974 para assumir o bispado da cidade. Nessa época, o país estava em plena ditadura militar, e Dom Ivo, nos anos 70, era reconhecido como uma importante liderança política, chegando a se manifestar contra o regime quando foi Secretário Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB). Era também um admirador do trabalho realizado por Dom Helder Câmara, no Rio de Janeiro, bispo considerado, pelo regime militar, como “Bispo vermelho” (ZARRIA IZACA; FREITAS, 2006, p. 33). Dom Helder desenvolvia vários projetos sociais, dentre os quais se destacavam a Feira da Providência e o Banco da Providência¹⁶. Este é uma instituição filantrópica vinculada à Igreja, que se mantinha com recursos advindos da Feira da Providência.

Inspirado em Dom Helder, em 1975, Dom Ivo organizou a I Feira da Primavera em Santa Maria, o que permitiu arrecadar recursos para a criação do Banco da Esperança, fundado logo depois, em 1977. Até os dias atuais, existem o Banco da Esperança e a Feira da Primavera. Neste cenário, iniciaram-se os primeiros “grupos de estudos”. Segundo os fomentadores do Projeto Esperança, na década de 80, em um cenário de advento de grande número de movimentos sociais, começaram a se realizar uma reflexão e um estudo acerca do livro de Albert Tévoédjre, intitulado “A pobreza, riqueza dos povos: a transformação pela solidariedade”, tudo isso com apoio da Cáritas Brasileira.

Nesses grupos de estudo e reflexão, em que havia personalidades da UFSM (como professores) e militantes da igreja¹⁷, discutiam-se várias questões, as quais foram também a

¹⁵ Seu posicionamento político diante das questões sociais e econômicas fica claro neste depoimento em relação à cidade de Santa Maria: “Quando fui nomeado Bispo de Santa Maria, eu me dei conta de que esta região do Estado era relativamente pobre, isto é, tanto as cidades como o campo tinham muitas carências. Eu queria, então, a partir da responsabilidade de Bispo, de proclamar a Boa Nova para o povo de Deus, implantar a virtude da esperança!” (BELMONNTE, 2004, p. 121).

¹⁶ Vale ressaltar que ainda continuam em vigor tanto a Feira quanto o Banco da Providência (Fonte: <http://www.feiradaprovidencia.org.br/#>, acessado dia 19 de junho de 2014).

¹⁷ Participavam os seguintes personagens: “o professor **José Fernandes**, economista, o professor **Thomé Lovato**, engenheiro agrônomo que continua colaborando com o Projeto Esperança através do núcleo de agroecologia, o engenheiro agrônomo **Francisco Caporal**, hoje no Ministério de Desenvolvimento Agropecuário, os professores **Élio Denardin** e **Roberto da Luz** e militantes da Diocese” (ZARRIA IZACA; FREITAS, 2006, p. 37, grifo nosso).

base dos programas alternativos comunitários (PACs)¹⁸ e da criação do Projeto Esperança, com o objetivo de agregar todos os projetos econômicos comunitários. Esse projeto, liderado por Dom Ivo, surgiu em 15 de agosto de 1987, a partir do auxílio financeiro do Banco da Esperança da Arquidiocese de Santa Maria e também do vínculo existente com a Cáritas Regional do RS, ficando a coordenação na incumbência de Irmã Lourdes Dill.

O Projeto Esperança nasceu com o objetivo de unir todos os outros projetos comunitários, estimulando e orientando-os “enquanto experiências propositoras de transformação social” (ZARRIA IZACA; FREITAS, 2006, p. 43). Assim, com a obtenção de fundos para o projeto, por meio de um convênio feito com a Misereor e a Katholische Zentralstelle für Entwicklungshilfe (KZL)¹⁹, pode-se construir um terminal de comercialização direta em Santa Maria, que foi inaugurado em 05 de junho de 1989, ao lado do Santuário da Medianeira. Há relatos de organizadores contando que, no início do funcionamento do terminal, a situação era bastante precária, como pode ser constatado a partir do discurso da Irmã Lourdes:

Os primeiros empreendimentos que vinham na feira, que foi de 1988 para 1989, vinham de ônibus de linha, traziam produtos nas sacolas e ficavam dois dias em Santa Maria. Traziam seu produto e comercializavam de forma assim, diria, primitiva, porque não tinha outra forma (Irmã Lourdes) (ZARRIA IZACA; FREITAS, 2006, p. 44 e 45).

Assim, com a intenção de aprimorar essa forma de comercialização por meio de uma maior viabilidade e amparo legal, foi formado um grupo de trabalho constituído por um representante dos agricultores familiares, da equipe do Projeto Esperança e por professores da UFSM pertencentes ao âmbito do cooperativismo. O resultado foi a criação de uma cooperativa, em 29 de dezembro de 1989, denominada de Cooperativa Mista dos Pequenos Produtores Rurais e Urbanos (COOESPERANÇA).

Inicialmente, a comercialização no terminal era realizada duas vezes por semana. Com a aquisição de um veículo Kombi, os produtos passaram a ser buscados nas propriedades rurais, sendo 70% do valor dos itens pagos nesse momento e os outros 30% pagos depois da venda. Houve, também, a contratação de funcionários pela equipe do curso de Tecnólogo em

¹⁸ Os PACs têm sua origem na década de 90 e foram fomentadas pela Cáritas e pelas Pastorais Sociais, a fim de apoiar pequenas iniciativas associativas. A cidade de Santa Maria foi uma das pioneiras na promoção dos PACs (ZARRIA IZACA; FREITAS, 2006, p.39).

¹⁹ A Misereor é uma organização pertencente à Igreja Católica da Alemanha que auxilia projetos sociais na América Latina, Ásia, África. Para mais informações, acesse: <http://www.misereor.org/pt/about-us.html>. A Katholische Zentralstelle für Entwicklungshilfe (KZL) também é uma instituição da Alemanha. Para mais informações, acesse: <http://www.misereor.de/ueber-uns/katholische-zentralstelle-fuer-entwicklungshilfe.html>.

Cooperativismo da UFSM. Entretanto, a estratégia até então empregada acabou tendo de ser repensada, pois a forma como vinha sendo posta em prática acabava reduzindo o capital de giro e levando à perda de muitos alimentos durante o transporte e armazenamento (ZARRIA IZACA; FREITAS, 2006).

Além disso, os próprios cooperados passaram a desacreditar na gestão e na administração da Cooperativa. Críticas em relação ao desempenho econômico, ao distanciamento entre cooperados e à direção eram algumas das discordâncias. Assim, estabeleceu-se uma crise²⁰, que teve seu final com a mudança de algumas maneiras de comercializar a produção, bem como com a troca de direção da cooperativa. A seguir, é transcrito o relato esclarecedor da Irmã Lourdes:

E daí começou uma nova etapa que também não durou muito. Que então o produtor se organizava, produziam lá na colônia e um caminhão partia com uma equipe e buscavam o produto. Buscava o produto a cada semana, a cada quinze dias, trazia e se marcava aqui os dias da comercialização e o consumidor vinha buscar. Mas tinham muitos desafios para não continuar esse tipo, uma porque o custo ficou elevadíssimo, outra questão também tinha na hora o produto fresquinho e depois não tinha. Então houve muita perda de produtos, o produto murchava depois ninguém queria comprar, então o produtor perdia, a organização perdia e ficamos um ano e pouco nessa perspectiva e lá fora então o produtor queria mandar tudo o que ele tinha e não era possível. E daí então também essa etapa não deu certo, e era muito alto o custo também. Daí nós viajamos para Santa Catarina, Paraná, Rio Grande do Sul em vários lugares para conhecer feiras. E por nossa surpresa não encontramos nenhuma feira que nos agradou. Do jeito que queríamos a nossa né, o feirão colonial. E daí nossa equipe que viajamos, éramos dez pessoas e daí nós sentamos e planejamos do jeito que hoje é o Feirão Colonial. Nós queríamos um produtor organizado na ponta em associações, produto ecológico de qualidade e a venda direta. Esse era o foco né. No começo não foi muito fácil porque o produtor dizia assim olha, **eu sei produzir, mas não sei vender, não é meu perfil vender**. Então muito produtor não tinha motivação para fazer essa comercialização. Porque daí [...] porque nós argumentamos que seria importante fazer essa venda direta, o produtor em primeiro lugar ele dialogava com o consumidor. Segundo lugar ele teria produtos de qualidade. E preço também. Terceiro lugar ele iria pesquisando o que o consumidor mais queria. Que tipo de produto e qualidade e tudo. Então esse contato direto além de formar uma integração urbana e rural era o caminho planejado (Irmã Lourdes Dill) (COLOMÉ, 2013, p. 71, grifo nosso).

Com o relato exposto, percebe-se que a crise propiciou a procura de novas alternativas quanto à maneira de conduzir a feira. A nova fase veio com a denominação de Projeto Esperança/Coesperança e a proposta de fortalecer a comercialização direta, de modo que os próprios agricultores, e não mais funcionários contratados, realizassem a venda dos produtos. Como os agricultores estavam acostumados à outra lógica de comercialização, essa mudança

²⁰ A crise foi tão grande que a Coesperança interrompeu suas atividades por quatro vezes, com diretorias diferentes. A equipe de professores da UFSM da área de cooperativismo se afastou da Cooperativa, e o Projeto Esperança, juntamente com técnicos da Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural (EMATER), passou a se organizar para reinício da Cooperativa (ZARRIA IZACA; FREITAS, 2006, p. 45,46 e 48).

não ocorreu de forma totalmente tranquila. Houve, no início, bastante resistência de alguns agricultores à nova prática de comercialização.

Foi um longo processo para se motivar esses grupos, levou tempo para que se motivassem e fizessem o feirão. O que significava o feirão? O produtor vir vender. E o produtor não queria vender. Ele queria ou vender como antes ou que alguém vendesse pra ele. Somente após um longo processo e de aposta em algumas poucas experiências é que o pessoal foi se convencendo. Mas foi muito duro (Irmã Lourdes) (ZARRIA ICAZA; FREITAS, 2006, p. 50).

O ano de 1992 foi marcado pela volta da comercialização no terminal, que passou a ser denominado de Terminal de Comercialização Direta. Ressalta-se que foi, a partir dessa data, contado o início das atividades do Feirão Colonial pela coordenação do projeto. Buscava-se enfatizar a comercialização direta, apesar das dificuldades já elencadas, e o Feirão, como é conhecido até hoje, passou a funcionar aos sábados pela manhã. Essa nova etapa foi marcada pelo engajamento dos agricultores com a Cooperativa, pelo fortalecimento do contato direto com os consumidores e pela emergência, no cenário brasileiro, da Economia Solidária. Sabe-se que a Economia Solidária, conforme Motta (2010) expõe, é um termo que é “objeto de disputas” entre os sujeitos envolvidos. Apesar disso, neste estudo, parto do pressuposto de que as pessoas, os agentes e os grupos envolvidos nessa prática ou nesse movimento buscam um modelo de economia pautada nas iniciativas de cooperação, autogestão e solidariedade.

Cabe expor que o Projeto Esperança/Coesperança, representado pelos seus grupos, participou dos encontros realizados em torno da Economia Solidária, os quais foram os propulsores do surgimento desse movimento. No ano de 1995, o termo “economia popular solidária” já começava a ser utilizado (BERTUCCI; SILVA, 2003; ZARRIA ICAZA; FREITAS, 2006, p. 50). A Economia Solidária nasceu, então, com o objetivo de gerar alternativas de renda, trabalho e inclusão social aos grupos marginalizados pela lógica capitalista.

Novos atores somaram na promoção de experiências econômicas associativas, como o Movimento dos Trabalhadores Sem Terra (MST) e a prefeitura de Porto Alegre, de modo que o projeto Esperança/Coesperança passou a ganhar mais visibilidade e espaço, culminando na realização da 1ª Feira do Cooperativismo, em 1º de julho de 1994. A partir daí, o projeto ganhou relevância no cenário estadual, efetuando novas parcerias (ZARRIA ICAZA; FREITAS, 2006).

No ano de 1998, ocorreu um episódio lembrado até os dias atuais por integrantes do Feirão. Na véspera do ano novo, a equipe de Vigilância Sanitária do governo estadual,

juntamente com a equipe municipal, fez “uma batida” na Feira do terminal. Irmã Lourdes interpreta o caso da seguinte forma:

A vigilância sanitária já vinha pressionando o Projeto há alguns meses. Grande parte da motivação para essa ação parece ter partido da esfera estadual, tendo como pano de fundo a derrota no pleito eleitoral, ganho pelo Partido dos Trabalhadores. Em verdade, durante todo mês de dezembro a fiscalização já vinha “fazendo estrago” na cidade. Várias feiras tiveram produtos queimados (inclusive a Feira da Praça no dia 4 de dezembro), e em alguns casos ocorreram grandes confrontos (Irmã Lourdes) (ZARRIA IZACA; FREITAS, 2006, p. 57).

Nos relatos sobre o episódio, esse é descrito como um grande marco para os integrantes do Feirão, os quais reconhecem que personalidades como Dom Ivo, Irmã Lourdes e outros membros do projeto atuaram em defesa dos agricultores, levando o ocorrido a outras instâncias e, na época, ganhando o noticiário em âmbito nacional. Um dos resultados foi a demissão, pelo prefeito, da equipe de Vigilância Sanitária do município, passando o caso à promotoria pública²¹; outra consequência foi impulsionar e dar visibilidade ao Projeto Esperança\Cooesperança, bem como propiciar debate sobre a questão da agroindústria (ZARRIA IZACA; FREITAS, 2006).

O Feirão Colonial passou a ser um importante espaço do Projeto Esperança, recebendo apoio governamental, a partir de 1999, com a assinatura de convênios e a criação do selo Sabor Gaúcho. Logo depois, esse Projeto criou o selo "Sabor da Terra", investindo na possibilidade de legalizar as agroindústrias e agregar valor ao produto. Somado a isso, em 2001, do total de verbas utilizadas pelo projeto, 80% foram provenientes do governo estadual, autorizadas pelo orçamento participativo, e os outros 30% foram conseguidas com a ajuda da Misereor, Prefeitura de Santa Maria, Cáritas Regional do RS e dos grupos de agricultores, com suas porcentagens de venda nas feiras. Desse modo, foi possível a construção de um segundo prédio do Terminal de Comercialização Direta. O programa Qualificar-RS²² também originou oportunidades para a capacitação dos grupos de agricultores da Feira, oferecendo atividades de formação e qualificação em Economia Solidária (ZARRIA IZACA; FREITAS, 2006).

Em 2003, nasceram os colegiados e a teia esperança; já em 2005, criaram-se a administração por colegiado e a coordenação colegiada do Projeto Esperança/Cooesperança.

²¹ Audiência solicitada pelos funcionários demitidos; havia a possibilidade de o Terminal ser fechado definitivamente (ZARRIA IZACA; FREITAS, 2006, p. 70).

²² Estes cursos oferecidos pelo programa “tratavam de temas como cooperativismo, gestão, agricultura familiar, elementos de qualificação das agroindústrias, entre outros” (ZARRIA IZACA; FREITAS, 2006, p. 63).

Tais ações buscavam descentralizar o controle. No mesmo período, houve apoio governamental por parte do governo federal, a criação da Secretaria Nacional de Economia Solidária (SENAES) e a organização do Fórum Brasileiro de Economia Solidária (FBES). Essas duas últimas ações acabaram propiciando maior visibilidade à Economia Solidária.

Assim, a Feira realizada aos sábados pela manhã, no Terminal de Comercialização, se desenvolveu tanto que, hoje em dia, conta com uma grande infraestrutura. Seu espaço físico é constituído de quatro pavilhões e mais outro em construção. Existe o pavilhão denominado de Agroindústria (figura 6 a), em que são comercializados produtos como vinhos, doces, pães, cucas, embutidos, bolachas e queijos. O outro pavilhão é intitulado de Área de Alimentação (figura 6 b), pois é onde se vende café, pastel frito na hora, suco e espetinho de carne, por exemplo.



Figura 6 – Imagens do pavilhão da agroindústria (a) e da área de alimentação (b).

Fonte: Arquivo da pesquisa “Na feira: produção, distribuição e consumo entre agricultoras feirantes na região central do Rio Grande do Sul”; fotos capturadas pela pesquisadora Silvana, nos dias 10 e 31 de maio de 2014, respectivamente.

Há o pavilhão do artesanato (figura 7 a), em que se vendem panos de prato, roupas e artigos de cama e mesa de tricô e crochê, entre tantos outros produtos. Denominado de hortifruti-granjeiro (figura 7 b), o pavilhão construído mais recentemente tem bancas de hortifrúti, como plantas ornamentais e produtos coloniais (bolachas, leite, queijos, massas, entre outros).



(a)

(b)

Figura 7 – Imagens dos pavilhões do artesanato (a) e do hortifrutigranjeiro (b).

Fonte: Arquivo da pesquisa “Na feira: produção, distribuição e consumo entre agricultoras feirantes na região central do Rio Grande do Sul”; fotos capturadas pela pesquisadora Silvana nos dias 10 de maio e 26 de abril de 2014.

Como vimos, a construção da Feira ocorreu pelo envolvimento de vários agentes e instituições, isto é, seu processo de constituição não foi fruto apenas de um personagem, mas sim de um conjunto de forças em jogo. Assim, feita essa análise sobre a criação da feira, passo a discorrer acerca do espaço em que semanalmente acontece a comercialização direta entre agricultores e consumidores. Apenas cabe ressaltar que o período da pesquisa ocorreu entre início de 2013 até outubro de 2014, sendo que em 20 de dezembro de 2014 houve mudanças no espaço.

1.3.1 Itinerário na Feira

Há várias possibilidades de iniciar a caminhada no interior da Feira, pois cada pavilhão tem uma entrada principal e outras secundárias que os ligam internamente. Os frequentadores que chegam de carro têm à sua disposição, ao lado e à frente da Feira, estacionamentos não cobertos para seu automóvel. O espaço ao lado da Feira, que serve aos sábados de estacionamento, é conhecido como o “Parque da Medianeira” e, em determinados períodos do ano, usado para eventos e atividades culturais.

Cabe ressaltar que a movimentação da feira muda conforme os meses do ano. Existem sábados de pouca agitação (figura 8) e outros em que o fluxo de carros e pessoas se torna intenso (figura 9), como pode ser visto nas imagens a seguir.



Figura 8 – Pouca movimentação na entrada da Feira, no dia 19 de outubro de 2013.

Fonte: Arquivo da pesquisa “Na feira: produção, distribuição e consumo entre agricultoras feirantes na região central do Rio Grande do Sul”, fotos capturadas pela pesquisadora Silvana, no dia 19 de outubro de 2013.



Figura 9 – Movimentação intensa na entrada da Feira, no dia 22 de março de 2014.

Fonte: Arquivo da pesquisa “Na feira: produção, distribuição e consumo entre agricultoras feirantes na região central do Rio Grande do Sul”, fotos capturadas pela pesquisadora Silvana, no dia 22 de março de 2014.

O fluxo também é diferente dependendo do horário. Percebe-se esse fato quando se chega mais tarde na Feira, depois das 10h, e os produtos procurados já estão em falta:

a primeira coisa que notei, ao ir andando dentro da feira, foi que parecia que tudo já tinha sido vendido [...] Demorei para encontrar tomate, legumes [...]. Encontrei uma senhora que, como eu, havia chegado tarde e falei a ela que tínhamos que vir mais cedo (Diário de campo, 09 de fevereiro de 2013, anotações como consumidora).

Dentro dos pavilhões, observa-se que casais de agricultores atendem tomando o seu chimarrão²³ e, por vezes, são auxiliados por filhos ou outros parentes no atendimento; alguns clientes são tratados por seus nomes e muitos fazem encomendas de produtos. As bancas são formadas por uma parte externa, onde circulam os fregueses, e por uma interna, reservada aos feirantes. A parte externa das bancas é rodeada de pessoas que circulam e experimentam produtos, trocam receitas, conversam e compram seus alimentos. Em alguns casos, o freguês adentra na parte interna da banca e deixa suas sacolas para voltar a circular sem muito peso.

Além das cores vivas, do cheiro e da sonoridade característicos de lugares em que ocorre a comercialização de alimentos, há, na Feira, em alguns momentos, uma caixa de som (figura 11 b) sintonizada em uma rádio que toca músicas dos mais variados gêneros, desde axé, *rock*, *pop*, nativista até gaúcha. O som chega a todos os pavilhões, e somente mais tarde descobri que era a rádio do Projeto Esperança/Cooesperança, intitulada de “Rádio Vozes da Esperança”²⁴. As imagens a seguir (figuras 10 e 11) retratam as cores vibrantes dos alimentos e de alguns produtos oferecidos para a degustação.



Figura 10 – Imagens de alguns tipos de produtos comercializados.

A figura (a) representa uma banca com vários de seus produtos, e a (b), o quino, um tipo de pepino que pode ser usado como salada ou suco, segundo algumas feirantes.

Fonte: Arquivo da pesquisa “Na feira: produção, distribuição e consumo entre agricultoras feirantes na região central do Rio Grande do Sul”; fotos capturadas pela pesquisadora Silvana, nos dias 24 de maio de 2013 e 25 de janeiro de 2014.

²³ Bebida típica da região do Rio Grande do Sul, também conhecida pela denominação de *mate*. Para sua elaboração, utiliza-se: cuia, bomba, erva-mate e água quente. Geralmente em ambientes de sociabilidade é consumido (ou seja, tomado em qualquer lugar, desde em casa até em praças, festas, etc, e que quem toma faz isso na companhia de outras pessoas ou ate sozinha).

²⁴ Essa informação consta no site: <http://www.esperancacooesperanca.org.br/>. Acesso em dia 03 jul. 2014.



Figura 11 – Imagens da forte presença das cores dos alimentos (a), de uma das caixas de som, quase na altura do telhado (b), e de bolachas oferecidas para degustação (c).

Fonte: Arquivo da pesquisa “Na feira: produção, distribuição e consumo entre agricultoras feirantes na região central do Rio Grande do Sul”; fotografias capturadas pela pesquisadora Silvana, nos anos de 2013 e 2014.

As relações observadas na Feira são diferentes daquelas que vivenciamos ao entrar em um supermercado grande da cidade, onde, muitas vezes, escolhemos o produto sem interação direta com quem o produziu ou com os donos do estabelecimento e onde pagamos ao funcionário, no caixa, que tem geralmente pressa em nos atender, pois a fila aumenta rápido, em um horário de grande movimento. Na Feira, os consumidores não têm pressa em adquirir o produto, pois, ao longo do percurso, encontram um conhecido, fazem novas amizades, trocam receitas e interagem. As conversas entre as pessoas que circulam no local fazem parte dos sons. É recorrente encontramos casais e crianças (filhos) andando pelos pavilhões consumindo, olhando ou dialogando.

Assim, os fregueses, além de comprar, acabam interagindo e mantendo uma relação de confiança, de amizade e de trocas com os feirantes. Uma relação “descontraída” predomina entre a degustação e o “pegar, sentir” um produto. Nesse sentido, as imagens (figura 12) a seguir referem-se a algumas das situações recorrentes na Feira, as quais descrevo mais detalhadamente em outros capítulos.



Figura 12 – A frente de algumas bancas em dia de Feira.

Na foto (a), podemos perceber uma feirante atendendo com um sorriso no rosto, o que demonstra a interação descontraída entre os agricultores rurais e os fregueses. A degustação do alimento e o “tocar” o produto também fazem parte da situação, como retrata a foto (b).

Fonte: Arquivo da pesquisa “Na feira: produção, distribuição e consumo entre agricultoras feirantes na região central do Rio Grande do Sul”; a primeira foto foi capturada por Daniele Cielo, no dia 24 de maio de 2014, e a segunda foi capturada pela pesquisadora Silvana, no dia 1º de fevereiro de 2014.

Para fins de organização, classifico minha inserção em campo em três momentos: 1) frequentando-a como consumidora, 2) apresentando-me como pesquisadora da UFSM com a ajuda de questionário e 3) utilizando a máquina fotográfica²⁵ em campo. No próximo subcapítulo, discorro mais sobre cada um desses três momentos, enfatizando o meu percurso no interior da feira.

1.3.2 A Feira e os seus feirantes: a inserção em campo

Conheci a Feira frequentando-a como consumidora e acompanhada de várias expectativas e curiosidades em relação àquele lugar. Comprava encomendas feitas por minha mãe, como alface, tomate e banana. Iniciava a caminhada pela entrada principal do pavilhão do hortifrúti e circulava entre os pavilhões (figura 13). Às vezes, degustava um café na área “aberta” que fica entre o pavilhão da Agroindústria e do Artesanato; aliás, nesses pavilhões

²⁵ Problematizo o uso da fotografia mais adiante.

comprava muito pouco, geralmente, apenas olhava. Meu percurso pela feira também tinha outra intenção, além das encomendas de minha mãe: como iniciar a pesquisa etnográfica para o mestrado? Assim, em meio a compras e conversas, buscava pensar em maneiras e estratégias de entrar em campo.



Figura 13 – Imagem de uma das bancas dos hortifrutigranjeiros (a) e da área de alimentação (b).

Fonte: Arquivo da pesquisa “Na feira: produção, distribuição e consumo entre agricultoras feirantes na região central do Rio Grande do Sul”; fotos capturadas pela pesquisadora Silvana, em 2014.

Em março de 2013, em uma das reuniões da pesquisa “Na feira”, a coordenadora expôs sua intenção de mapear todas as feiras da região. Para tanto, esclareceu que cada integrante ficaria responsável por aplicar questionários em determinadas feiras da cidade. Assim, mapeei e apliquei o questionário no Feirão, o que me possibilitou conhecer melhor aqueles feirantes, vindo ao encontro das minhas tentativas de aproximação daquele espaço como pesquisadora. Cabe ressaltar que o contato com a coordenação da Feira se realizou, inicialmente, por e-mail. Após, em um encontro na Feira, a Irmã Lourdes autorizou a pesquisa.

A partir disso, procedi à aplicação dos questionários, no dia 23 de março de 2013, quando saí de minha casa, em direção ao Feirão, com 19 questionários²⁶. Iniciei o percurso no

²⁶ No primeiro dia, levei apenas 19 questionários na Feira, mas o total de questionários aplicados no decorrer da pesquisa foi um número maior (49 questionários entregues, mas nem todos foram respondidos). No capítulo 2, retomo esse assunto.

pavilhão do hortifrúti e, durante a entrega dos questionários e apresentação da pesquisa, descobri que havia uma organização dos feirantes por grupos, sendo que cada grupo tinha em torno de cinco integrantes. Ouvia muitas frases como “ah, é do mesmo grupo” (referindo-se à outra banca), e, então, eu perguntava se eram da mesma família, e respondiam-me que não. Com isso, faltaram questionários para aplicar a todas as famílias, mas tive a oportunidade de conversar com membros do grupo “Unifar”, “Cia da Arte”, entre outros. Com relação às bancas, geralmente, cada família permanecia em uma, com exceção da “Banca do Fundão”, na qual havia oito famílias e todas pertenciam ao mesmo grupo.

Somente em junho de 2013 finalizamos essa etapa da pesquisa, com 35 questionários respondidos (apenas um foi entregue em branco). Pretendi conhecer as pessoas que ali comercializavam, pois, como Boni e Quaresma (2005, p. 74) expõem, é por meio do questionário que obtemos “respostas rápidas e precisas”. Foi com esse instrumento metodológico que me identifiquei, aos feirantes, como estudante da UFSM que fazia pesquisa sobre feiras.

Neste momento, é pertinente expor o que Fonseca (1999) e Caldeira (1981) esclarecem sobre a relação com o “nativo” diante de nós no momento da realização de uma pesquisa. Essa interação, segundo as autoras, é um dado importante de análise, pois revela muito sobre as relações de desigualdade e dominação. Até então, minhas idas à Feira resumiam-se a observações sobre a movimentação e à compra de alguns produtos. Já havia tentado a aproximação com um casal de feirantes por meio da compra de seus produtos, mas minha timidez acabou vencendo. A aplicação do questionário para a outra pesquisa proporcionou a possibilidade de entrar em campo como pesquisadora ligada à universidade. Foi entregue a cada feirante e à coordenação uma carta de apresentação (Anexo A), a fim de tornar explícito o objetivo da pesquisa, bem como as intenções de publicação de dados e o comprometimento ético com os pesquisados. Todas as fotos tiradas dos feirantes e de suas bancas foram concedidas verbalmente pelo grupo. A preocupação em relação à maneira como abordaria os feirantes sempre foi uma constante. Ao entregar cada questionário, busquei respeitá-los enquanto seres humanos dignos de todo o meu apreço e admiração. A mesma preocupação sempre esteve presente ao fotografar, assim como o medo de talvez estar sendo invasiva demais com os *flashes* da máquina fotográfica. Por esse motivo, sempre procurava, logo depois de cada “clique”, mostrar as imagens, ficando aliviada ao receber sorrisos ou um “que lindo!”.

A maior parte dos dados apresentados nesta pesquisa é oriunda de informações do trabalho de campo, em que a observação participante se tornou a principal ferramenta ao

longo das idas à Feira. A escolha da etnografia como método e a observação participante como técnica de pesquisa ocorreu por eu acreditar que seriam os instrumentos mais adequados para analisar as questões que buscava compreender na Feira. Tal escolha permitiu observar a interação do cotidiano de trabalho dos feirantes camponeses: como esses se relacionam uns com os outros e com os fregueses. Consegui observar de que maneira se dava o dia de feira, como o freguês chegava à banca ou como o feirante abordava o consumidor, em que momento o feirante dava um desconto ou quando subia o preço de seu produto, isto é, as práticas e táticas empregadas pelos camponeses no momento da venda. Assim, fiquei atenta aos “imponderáveis da vida real”, pois, como expôs Malinowski (1984), em seu manual, uma boa etnografia buscaria a “carne e o sangue da vida nativa real [que] preenche[ria]m o esqueleto vazio das construções abstratas” (MALINOWSKI, 1984, p. 29).

Entrar em campo empregando o questionário como técnica de pesquisa teve suas vantagens, dentre as quais está a obtenção de dados gerais, como número de feirantes que são agricultores; local de moradia, etnia, idade e gênero dos agricultores; produtos comercializados, entre outros. Como desvantagens podem ser destacados o fato de nem todos os itens do questionário terem sido respondidos, bem como a situação de alguns feirantes não se sentirem à vontade em responder, pois, como muitos relataram, o questionário era muito extenso, ou tinham medo de não responder “certo”. Em alguns casos, preenchemos juntos; em outros, o feirante levou o questionário para casa, devolvendo-o posteriormente.

No processo de entrega dos questionários, pude conhecer um pouco mais o universo da Feira. A aplicação do questionário, como já exposto, havia sido utilizada, além da coleta de dados, para a aproximação com o grupo de feirantes camponeses. A observação participante parecia ser outra técnica que auxiliaria na pesquisa. Assim, em abril de 2013, iniciei minhas observações em uma banca com um casal de feirantes, camponeses. Essa possibilidade se deu por meio da entrega do questionário. Houve um senhor feirante que perguntou como estava o andamento da pesquisa e se o pessoal estava colaborando, afirmando que a maioria das pessoas não entende a importância de uma pesquisa. Nesse dia, senti uma abertura para perguntar a ele e a sua esposa se poderia observar a Feira na sua banca, no sábado seguinte. O feirante e sua esposa concordaram, e eu segui a cada sábado pedindo para continuar no outro. Com essa estratégia, consegui observar o movimento da Feira, nessa banca, por três meses. Nesse período, ensinaram-me como se davam as vendas e a interação com seus fregueses em dia de feira. Em alguns momentos, até brincavam com a situação, pois, com o conhecimento que me passaram, poderia “botar” banca concorrente.

Havia algumas pessoas que perguntavam sobre mim ali, não ouvia direito o que falavam à Dinorá, mas olhavam pra mim e ela falava alto, “*ah, ela está estagiando aqui*”. E seu Oscar complementava “*temos até que tomar cuidado para ela não acabar montando uma banca concorrente*” e risos (Diário de campo, dia 27 de abril de 2013).

Apesar desse clima agradável que se instaurou no início, após certo tempo, percebi que minha presença já estava os incomodando de certa forma. Isso pode ter ocorrido por eu ter dado a entender que ficaria, por pouco tempo, fazendo as observações, tempo esse que, na verdade, seria de dois anos, como eu informei depois. Possivelmente, também pode ter sido por outro motivo, o qual ainda busco descobrir.

Devido a tudo isso, achei melhor começar a interagir com os outros feirantes camponeses, ao invés de ficar apenas em uma banca, no sábado pela manhã. Passei a levar comigo uma máquina fotográfica, a qual me ajudou a “quebrar o gelo”, ou seja, a iniciar conversas com outros agricultores, uma vez que minha timidez me limitava um pouco. Via que alguns feirantes ficavam curiosos com aquela câmera, outros gostavam de tirar fotos ou “fugiam” dela. Assim, a observação deixou de ser apenas em uma banca, tornando-se uma “observação itinerante nas bancas”. O trabalho de campo já estava sendo realizado com a companhia de outra integrante do projeto de pesquisa “Na Feira”, a colega Maria Rita Py Dutra, que também começou a fazer etnografia nesta Feira, ao final do primeiro semestre de 2013. Como a Feira era enorme (para mim), decidimos focar no pavilhão do hortifrúti. Depois de mais um tempo, passamos a ser três pesquisadoras no Feirão: a colega Daniele Cielo, também integrante do projeto como bolsista de Iniciação Científica, juntou-se ao nosso grupo. E, no segundo semestre de 2014, Jamile Costa passou a fazer etnografia no Feirão e participar do projeto.

Ao chegar à Feira, minha rotina era comprar um café de R\$ 0,75, em uma banca da área de alimentação, na qual também eram vendidos pastéis fritos na hora. Circulava pelo pavilhão hortifrúti, conversava com algum feirante, perguntava sobre os produtos, comprava alguns, observava a interação com outros feirantes e fregueses. Encontrava minha companheira de pesquisa, Maria Rita Py Dutra, que já estava em alguma banca com seu caderno de anotações. Chegava à banca e solicitava autorização para tirar algumas fotos dos produtos para a pesquisa sobre feiras. Quando a colega Daniele integrou o grupo, passei a ir à feira acompanhada, pois saíamos do bairro Parque Dom Antônio Reis²⁷ juntas, onde morávamos.

²⁷ Bairro de Santa Maria, RS.

Ao conversar com os feirantes, recebíamos convites para conhecer suas propriedades, de tal modo que, em maio de 2014, visitamos a propriedade de Seu Lúcio, um produtor rural residente em Pinhal Grande, e, em outubro de 2014, a de Seu Oscar e D. Dinorá, momentos que serão detalhados no capítulo 3. Participávamos das reuniões e confraternizações que aconteciam paralelamente, no espaço do Feirão Colonial, como ocorreu no aniversário do Feirão (figura 14), no dia das crianças (figura 15), da mulher e das mães, por exemplo. Saliento a grande diversidade existente na Feira, pois, além das trocas entre fregueses e feirantes, acontecem momentos festivos entre organizadores, pessoas que circulam na Feira e aqueles que vendem seus produtos, de modo que ela pode ser compreendida, literalmente, como uma grande festa.



(a)

(b)

Figura 14 – As imagens de um evento realizado no Feirão em homenagem ao aniversário de 22 anos da Feira.

Neste dia, foi realizado um banquete com os produtos vendidos na Feira (a), sendo oferecido também suco de uva. Fregueses, feirantes e organizadores circulavam em torno da mesa (b).

Fonte: Arquivo da pesquisa “Na feira: produção, distribuição e consumo entre agricultoras feirantes na região central do Rio Grande do Sul”; fotos capturadas pela pesquisadora Silvana, no dia 05 de abril de 2014.



Figura 15 – Evento realizado em comemoração ao dia da criança.

Foi realizado um evento com várias atividades voltadas às crianças. A foto (a) retrata uma roda de capoeira, umas das ações desenvolvidas pela organização do evento. Neste dia, estavam presentes várias organizações e instituições da cidade. Na foto (b), há um consumidor, que, depois de realizar suas compras, dá uma olhada no evento e retoma o seu percurso. Também há outros fregueses, agricultores e indígenas contemplando a roda de capoeira.

Fonte: Arquivo da pesquisa “Na feira: produção, distribuição e consumo entre agricultoras feirantes na região central do Rio Grande do Sul”; fotografias capturadas pelas integrantes Daniele Cielo e Silvana Oliveira, respectivamente, no dia 12 de outubro de 2013.

Cabe ressaltar que os feirantes interlocutores desta pesquisa me tratam como a estudante da feira, pois me conheceram aplicando questionário; Daniele e Jamile também são chamadas de “estudante”. Já a outra integrante da pesquisa, Maria Rita, é chamada de “professora”, pois possui idade mais avançada. A questão da diferença geracional, entre eu e os feirantes, era percebida também quando muitos dos interlocutores davam conselhos e incentivavam a continuar os estudos na Universidade, configurando uma relação de pais e mães (feirantes) que aconselham sua filha (eu) para os estudos.

Essa situação demonstra a influência que o pesquisador exerce no universo em que pesquisa; afinal, tratava-se de uma estudante do curso de Ciências Sociais da UFSM, bem mais nova que a maioria dos feirantes, pesquisando naquele local. Diante disso, percebemos que, da mesma forma que observamos, também estamos sendo observados, pois o pesquisado é um agente da pesquisa, o qual interage e nos questiona quanto a nossa presença em campo.

1.3.3 Fotografia na pesquisa

A fotografia foi um importante instrumento desta pesquisa; desse modo, problematizar seu uso como elemento de interação em campo para a análise se torna necessário. Tendo isso em vista, a seguir passarei a discorrer sobre algumas questões suscitadas pelo uso da máquina fotográfica em campo.

Hoje, o ato de fotografar difere muito do que significava em circunstâncias passadas, em que os ateliês fotográficos eram considerados casas de mágicas (SONTAG, 1977; PEREIRA, 2008). Nessa época, poucas pessoas fotografavam, e este ato era considerado uma atividade artística sem uma função social (SONTAG, 1977, p. 8; PEREIRA, 2008, p. 214). Já na atualidade, o uso da câmera fotográfica popularizou-se, não sendo somente os profissionais que têm acesso a elas. Destaca-se que fotografar, atualmente, tornou-se tão comum que até crianças, por exemplo, já sabem, pois a modernização de aparelhos celulares, principalmente, possibilitou o fácil acesso à uma câmera fotográfica.

Na antropologia, o uso da fotografia vinha sendo explorado como recurso de pesquisa, o que é perceptível na obra de Malinowski (1984), na qual suas fotos representam o encontro entre o pesquisador e o “nativo”. Talvez fossem mais utilizadas na tentativa de mostrar o exótico, com a intenção de serem mais ilustrativas do que um instrumento de interação e troca.

Na contemporaneidade, com a inserção da câmera digital, o uso da imagem na pesquisa antropológica passou a ser tanto objeto de preocupações éticas como recurso de obtenção de narrativa visual. Autores como Samain (1994, 1995, 2007) e Godolphim (1995) vêm expondo, em seus trabalhos, como as fotografias guardam memórias e expressam estilos de vida. Segundo Martins (2011, p. 10), “o visual se torna cada vez mais documento e instrumento indispensáveis na leitura sociológica dos fatos e fenômenos sociais”.

No trabalho de campo realizado na Feira, o uso da câmera fotográfica chamava a atenção dos feirantes e consumidores, tornando-se, ao longo da pesquisa, um grande “facilitador” da interação. Vivenciei situações interessantes devido à fotografia, como, por exemplo, a fala de uma feirante, “como sei que tu gosta de tirar foto [...] vou te mostrar

umas”²⁸, ou, então, frases dirigidas a Maria Rita Py Dutra sobre o uso da câmera por mim: “sua fotografia particular”, referindo ao fato de sempre estarmos tirando fotos. Em outros momentos, houve pedido para tirarmos fotos e enviarmos algumas por e-mail.

Desse modo, ao longo desta dissertação, busquei trabalhar as fotografias de forma que não fossem apenas imagens ilustrativas, mas que expressassem histórias e narrativas.

²⁸ Vale ressaltar que esses diálogos foram retratados por mim, em meu diário de campo, e que procurei reproduzir o mais fielmente possível o que foi dito pelo interlocutor, pois, no trabalho de campo na Feira, não fiz uso de gravador.

CAPÍTULO II

“PEGAR FEIRA²⁹”: FEIRANTES E CAMPONESES COMERCIALIZANDO SUA PRODUÇÃO



Figura 16 – Imagens de várias bancas da Feira.

Fonte: Arquivo da pesquisa “Na feira: produção, distribuição e consumo entre agricultoras feirantes na região central do Rio Grande do Sul”; fotografias capturadas pela pesquisadora Silvana, em 23 de novembro de 2013.

²⁹ Seu Lúcioutilizou esse termo, durante uma entrevista, ao contar para nós quando começou vender na feira, ou melhor, em suas palavras: “quando pegou feira”.

A finalidade deste capítulo é caracterizar o grupo pesquisado. Para tanto, forneceremos alguns meios que auxiliam no entendimento do processo histórico que resultou na formação de um importante grupo de camponeses na região de Santa Maria-RS, do qual grande parte já comercializava sua produção ou seu excedente ao comerciante. Assim, mostraremos a presença de alguns elementos de campesinidade entre o grupo e uma breve reflexão sobre sua inserção no mercado.

Logo depois, analisaremos dados coletados por meio da aplicação dos questionários, como idade e sexo, assim como apresentaremos os significados da Feira e o de ser feirante para os camponeses que comercializam sua produção naquele espaço.

Na sequência, faremos uma reflexão a respeito das fronteiras entre rural e urbano, visto que compreendemos, conforme Carneiro (1998, 2008), a revalorização do rural e as formas tradicionais de comércio (WILKINSON, 2003).

2.1 A contribuição do processo de colonização no sul do país para a região de Santa Maria- RS

A maioria dos camponeses que comercializam sua produção, em feiras na cidade de Santa Maria e região, descende dos colonos³⁰ europeus vindos a partir do século XIX. Destaca-se que, nessas localidades, durante esse século, houve uma intensa imigração de italianos e alemães. Grande parte dos imigrantes vinha de um campesinato europeu, o que ocasionou uma configuração peculiar a esta região e também à própria feira urbana, na qual alguns desses colonos participam. Desse modo, na Feira, existem particularidades como: diversidade étnica, produção em pequena escala envolvendo todo o núcleo familiar, presença do autoconsumo, contato direto com os camponeses, sotaques diferentes, relações menos impessoais, venda de produtos coloniais, entre outros.

Esses camponeses se reconhecem e são reconhecidos enquanto colonos. O termo colono, segundo Seyferth (1992), foi apropriado pelos camponeses de origem europeia para se diferenciarem dos brasileiros, indígenas e negros, ainda que um termo, inicialmente, utilizado

³⁰ Aqui o termo colono é compreendido como uma categoria usada para designar a população rural descendente de imigrantes europeus (SEYFERTH, 1992), a qual será melhor explicada ao longo deste capítulo.

pela administração colonial para se referir àqueles que recebiam lotes de terra, durante o processo de colonização no sul do país.

Utilizamos o termo camponês como uma ferramenta analítica, visto que é raramente usado pelo grupo pesquisado. Passou por várias definições e análises de estudiosos, como Wolf (1976), Mendras (1978), Shanin (1980), devido à grande diversidade histórica, econômica e social do grupo. No Brasil, autores como Moura (1988), Wanderley (1996, 2003), Woortmann (1990), Seyferth (1985, 1990, 1992, 1993) e Sabourin (2009) demonstraram a existência de um campesinato brasileiro com distintas realidades. Em relação ao estudo deste último autor, podemos enfatizar a noção de reciprocidade que é apontada como uma das características camponesas, a qual se define como sendo uma “dinâmica de reprodução de prestações, que permite reconhecer o outro a participar de uma comunidade humana” (SABOURIN, 2009, p. 51). Encontramos relações de reciprocidade na Feira entre os feirantes, bem como entre esses e os fregueses; essas interações serão mais detalhadas no próximo capítulo.

Diante disso, explicaremos, especificamente, sobre o campesinato na região central do Rio Grande do Sul, onde houve intensa imigração, desenvolvimento da colonização e a constituição de um campesinato de origem europeia. Entretanto, ressaltamos que, no processo migratório no Brasil, predominaram dois tipos de migração: uma voltada para o povoamento de terras no sul do país³¹ e outra dirigida a áreas mais urbanas, como São Paulo e Rio de Janeiro.

O decreto de 25 de novembro de 1808, de D. João VI, já apontava à abertura da vinda de imigrantes europeus. Nesse documento, autorizavam-se o acesso e a posse à propriedade de terra aos estrangeiros. Porém, o grande fluxo da imigração brasileira ocorreu entre 1888 e 1910³². Simultaneamente, nesse período, houve a abolição da escravatura, o início da República e o afloramento das preocupações de alguns estudiosos sobre o “branqueamento da raça” (SEYFERTH, 1990). No Rio Grande do Sul, em 1855, foi criada a colônia Santo Ângelo, que, contemporaneamente, corresponde aos municípios de Paraíso do Sul, Agudo e

³¹ Segundo Seyferth (1990, p. 14), aos governos do Rio Grande do Sul e Santa Catarina interessavam que os “colonos fossem pequenos proprietários livres, utilizassem a mão-de-obra familiar e não estivessem interessados nem no trabalho escravo, nem na criação de gado, essa era a principal atividade econômica no Sul até o início da colonização com imigrantes europeus”. Enfim, a colonização deu-se para o povoamento, e os colonos eram enviados para regiões despovoadas.

³² Seyferth (1990, p.10) aponta que a intensificação da imigração aconteceu na década de 1870, período em que imigrantes europeus de outras nacionalidades entraram no Brasil; mas o grande fluxo ocorreu entre 1888 e 1910. Ainda segundo Seyferth, houve a concessão de 70 hectares na primeira vinda dos imigrantes europeus; posteriormente, a quantidade de terras concedidas passou a diminuir.

uma parte de Dona Francisca e Cachoeira do Sul (VENDRUSCOLO, 2009). Essa colônia passou a ser um núcleo colonial de imigração alemã, originando alguns municípios que fazem parte da Quarta Colônia. Posteriormente, imigrantes italianos chegaram ao estado. Assim, em 1877, foi estabelecido o Quarto Núcleo Colonial de Imigração Italiana, na região central do RS, também conhecido como colônia Silveira Martins, sendo extinta essa denominação, em 1888. Atualmente, Silveira Martins é um município.

A imigração, no sul do país, delineou características e aspectos diferentes quanto ao modo como era a organização social local. Os lotes de terras concedidos (comprados depois de 1850) variavam entre 25 a 30 hectares; a pequena propriedade passou a predominar, e as famílias optavam pela policultura. Assim, no estado do Rio Grande do Sul, houve a

formação e consolidação de uma **sociedade camponesa**, cuja base fundiária é a **pequena propriedade policultora trabalhada pela família do proprietário**; camponeses que mantêm um estilo de vida próprio, um modo de produção específico, apesar das transformações ocorridas desde o século passado e das pressões capitalistas (SEYFERTH, 1990, p. 21, grifo nosso).

É esclarecedor o fato de que os lotes coloniais receberam o nome de Colônia³³, e nesse espaço predominava (e ainda continua a existir) a policultura e a criação de pequenos animais domésticos, apesar da pressão para que houvesse uma agricultura mais comercial. Em algumas propriedades, existiam, também, engenhos onde fabricavam-se açúcar, cachaça, fubá, farinha de mandioca, preparação de doces feitos com frutas (SEYFERTH, 1990, p. 25-26).

Esses fatos vêm ao encontro de estudos como o de Tedesco (1999), que aponta para a presença de um *ethos* de colono muito próximo da noção de *campesinidade* (WOORTMANN, 1990) entre esse grupo social, ou seja, características do camponês tradicional que podem ser sintetizadas no tripé: terra, trabalho e família. No decorrer da pesquisa, entre entrevistas e conversas realizadas durante a Feira, pudemos perceber que a base do trabalho é sustentada pela família (raramente elas pedem ajuda aos outros) e que há a presença da pequena produção e variedades de alimentos. A socialização do trabalho começa desde cedo; exemplo disso é ilustrado pelo fragmento a seguir:

[...] e essa atividade da feira, tanto a Paula como o André, eu puxava eles desde pequeno quase 20 anos, o André eu levava pra lá, 4 e 5 anos já abria sacola, e ia com auto velho e botava ele, e ele ficava dormindo num banco e ia. Não ia pra aula e não tinha com quem *deixá* e ia se embora. E isso que olha **a gente que tá ali direto a gente vê a diferença que faz pra uma criança ter esse contato, de botar ele na**

³³ O termo “Colônia” é empregado para denominar os lugares e as terras concedidos aos *colonos* imigrantes que vieram de países europeus, por meio da política de colonização. É também utilizado para designar o meio rural.

ponta [...] te vira, faz o troco, pesa, dá conta do serviço (Entrevista com Seu Lúcio, 2014, grifo nosso).³⁴

Esse trecho enfatiza que a transmissão do saber do trabalho começa cedo para os filhos dos colonos, e, assim, o aprendizado na Feira também. Ao longo das observações, vimos adolescentes e crianças vivenciando nesse espaço. Alguns ajudavam os pais na comercialização, dando o troco, outros na organização dos produtos, e, desse modo, dava-se a aprendizagem do negócio na Feira. Nesse sentido, a aprendizagem das práticas mercantis é viabilizada desde cedo aos filhos dos feirantes, pois, como Seu Lúcio expôs, no fragmento supracitado, o fato de a Feira ser realizada todos os sábados facilita o aprendizado, visto que seus filhos não têm aula nesse dia. Outra contribuição disso é em relação ao local onde iriam ter que ficar os filhos, pois não teriam com quem deixá-los, já que ele e sua esposa vão à Feira. Percebemos que esta é um importante espaço de socialização e aprendizagem do saber do negócio, assunto que abordaremos também no capítulo 3.

No fragmento a seguir de uma das entrevistas, é enfatizada a ligação entre trabalho e família. Vejamos.

Oscar: a gente conseguiu dá estudos pras **criança**. Estão trabalhando e ganhando o deles.

Silvana: eles não pretendem lidar com a agricultura...

Oscar: a princípio não, mas os dois sabem...

Dinorá: se precisar voltar, sabem fazer...

Oscar: [...] os dois sabem fazer tudo. Tanto é que, no ano passado, quando nós sentamos aqui [...] e pensamos no que nós vamos fazer no futuro, se nós ia ficar aqui ou não, nenhum dos dois quer que venda isso aqui [...] é pra deixar isso aqui [...].

Dinorá: [...] por exemplo, assim, o menino tá morando lá em Camobi, trabalha com topografia... medição de terra, casas, prédios, essas coisas assim [...] e ele sempre diz assim "[...] não gosto de coisa de escritório, [...] eu quero sair pra fora [...], tanto é que, fim de semana, é 'vapt vupt' [...]", mas ontem ele já ligou: "olha, domingo depois das eleições *tamo* lá [...]". Então, vem tudo pra cá [...] e tudo assim se atira pra grama, como se diz, né [...]. E assim desde criança aprenderam a *trabalhá* comigo lá [...], tanto horta quanto massa, bolacha, mas eu sempre dizia "não quero segura ninguém em baixo da saia [...] vão crescendo e, se vocês acharem outro caminho, vão", e acharam, né, mas se não der um dia [...]. Esse início de ano, a nora [...] vinha de lá de Camobi pra me ajudar aqui. No momento que surgiu uma coisa pra ela trabalhar, "vai!, não fica [...]". Então, é outra que aprendeu, né, que sabe *trabalhá* as coisas também [...].

Oscar: a gente conseguiu hoje chegar em um padrão que teria hoje [...], por exemplo, se a gente quisesse os quatro, mora junto e trabalha junto [...], aí, era só uma questão de ajustar um pouquinho mais o mercado [...], só que a gente [...] não tem o mesmo pensamento de nossos pais: "tu foi e agora não tem mais volta". A gente diz "vai, aproveita que nem eu digo pra vocês, também, vão, mas nunca percam as raízes" (Entrevista com Seu Oscar e Dona Dinorá, 2014).

³⁴ As transcrições das entrevistas estão de acordo com a fala dos entrevistados, pois acreditamos ser importante expor a maneira como esses se expressam.

Percebemos, pela entrevista, que os filhos do casal foram socializados desde a infância no saber do trabalho. Aprenderam a trabalhar com a horta, a elaborar os produtos que comercializam na Feira, como bolachas e massas. Vemos também que a vontade de todos é em manter a terra em que o casal vive com a filha, apesar de, no momento, ambos os filhos estarem trabalhando em outros lugares. Podemos, a partir do conceito de *habitus* de Bourdieu (1983), compreender o depoimento anterior, uma vez que esse termo significa:

[...] um sistema de disposições duráveis e transponíveis que, integrando todas as experiências passadas, funciona a cada momento como uma matriz de percepções, de apreciações e de ações – e torna possível a realização de tarefas infinitamente diferenciadas, graças às transferências analógicas de esquemas [...] (BOURDIEU, 1983, p. 65).

Assim, o fato de o filho não gostar de “coisa de escritório” nos remete às disposições estruturantes que foram incorporadas e que o levaram a preferir e apreciar um tipo de atividade diferente da realizada dentro de um escritório. O estudo de Bourdieu (1963) sobre o grupo Kabila (Cabila), na Argélia, é esclarecedor para entendermos as dinâmicas em torno do conceito de *habitus*. Na pesquisa realizada, esse autor tentou mostrar a dificuldade desse grupo (população) em se inserir na economia capitalista, devido a sua noção de temporalidade, seu ethos, ou seja, as disposições incorporadas pelo grupo eram diferentes. Dessa forma, demonstrou como é difícil separar, ao analisar o setor econômico, os outros setores, como político, cultural e social. Expôs que o grupo, ao se inserir na sociedade capitalista, a noção temporal e o ethos interferem na conduta econômica. Essa perspectiva de Bourdieu (1963) ajuda a compreender a inserção do grupo pesquisado (os feirantes camponeses), nesta dissertação, na lógica capitalista. Nesse sentido, algumas características do “ethos” de colono ou da campesinidade existentes nesse pequeno campesinato, formado na região, atingem a maneira como irão agir, perceber e vivenciar as práticas de mercado, as quais serão mais aprofundadas no capítulo 3.

A respeito desses colonos, vimos a presença, nos discursos, de assuntos sobre a família, o trabalho e a terra. Isso nos remete ao tripé família, trabalho, terra e aos estudos de Mendras (1978) e Woortmann (1990). O primeiro autor já enfatizava essa ligação, ao discorrer que a família camponesa conta “ao mesmo tempo [com] os braços que trabalham e as bocas que têm de ser alimentadas” (MENDRAS, 1978, p. 44). Essa ideia vem ao encontro do exposto por Woortmann (1990, p. 23), que “nas culturas camponesas, não se pensa a terra sem pensar a família e o trabalho, assim como não se pensa trabalho sem pensar a terra e a família”.

Voltando à questão da imigração, cabe ressaltar, neste momento, que algumas das transformações ocorridas nos hábitos alimentares deram-se, no Brasil, pela migração. Houve inovações na mesa tanto entre os brasileiros, quanto entre os imigrantes, devido ao processo de colonização. A polenta, por exemplo, foi introduzida pelos italianos e o *schmier* (chimia) e a *kuchen* (cuca), pelos alemães, e, assim, esses produtos passaram a ser incorporados à alimentação dos brasileiros e de outros imigrantes (SEYFERTH, 1990). Algumas bebidas também se tornaram parte do consumo desses, por meio das atividades de cunho artesanal³⁵, como a produção de vinho trazida pelos italianos e a produção de cerveja artesanal introduzida pelos alemães (SEYFERTH, 1990). Dito isso, é oportuno destacar que muitos desses produtos conhecidos como coloniais, atualmente, são comercializados na Feira pesquisada.

Desse modo, percebemos a grande relevância que o processo de colonização teve na formação desta área, em que passaram a predominar práticas camponesas e a forte presença étnica. Observamos também a ocorrência da venda do excedente pelo colono, e que muitos imigrantes se dedicaram à policultura.

Os pequenos agricultores europeus plantavam e vendiam ou trocavam seus produtos por outros específicos da cidade, sendo, geralmente, a troca feita com o comerciante ou, em alguns casos, diretamente com pessoas da cidade. Em relação a isso, uma feirante comentou que a passagem do comerciante, em sua casa, acontecia toda a semana, ao explicar que esse tipo de comercialização sempre existiu:

Seu Oscar: [...] porque isso, desde antigamente, do tempo dela, na nossa região ali também o pessoal já vinha de Santa Maria, de fora, já tinha os cara que iam lá no interior comprar queijo, tudo que é [...].

Dona Dinorá: temperos, eu era criança, eu me lembro assim [...].

Seu Oscar: [...] bergamota, laranja [...].

Dona Dinorá: 7, 8 anos e eu tinha que ajudar a mãe a preparar, porque a mãe cortava e aí ela tinha aqueles pés de alface grandão assim. Aí, um era o seu Peroni, eu me lembro, ele vinha, de manhã, ele passava e dizia assim: "eu quero tantos pés de alfaces, tantos temperinhos, tantos disso tanto daquilo". Aí, tu tinha que apurar e fazer aquilo, deixar de manhã cortado tudo pronto [...] e, de tarde, ele passava e pegava. No outro dia, de manhã, certamente, bem cedo, ele fazia a tal da feira dele, aí, os tempero era [...] um pouco de salsa, um pouco de cebolinha, cebola grande, tudo aquilo tinha que ser amarrado [...], tudo tinha que ser perfeitamente [...], isso eu me lembro [...], uma vez por semana, esse pessoal vinha e recolhia assim já porque sabiam que compravam coisas boas, né.

Seu Oscar: isso, banha, tudo essas coisas [...] naquela época, já tinha gente que fazia dinheiro com isso (Entrevista com Seu Oscar e Dona Dinorá, 2014).

³⁵ Porém, as atividades de cunho artesanal, em sua grande maioria, acabaram se extinguindo devido à concorrência com grandes fábricas (SEYFERTH, 1990, p. 38-39).

Já outros feirantes, de outra feira de Santa Maria (a conhecida “Feirinha de Camobi”), recordam o uso da charrete, a qual usavam para se deslocar até a cidade de Santa Maria, a fim de fazerem entregas:

Dona Nadia: e antes da gente começa a feira ali, ele fazia feira de charrete [...]. A gente tinha que arruma tudo de domingo, porque ele fazia, acho que era, duas vezes por semana ou três?

Seu Dario: até três.

Dona Nadia: então, quando tinha bastante coisa, até três, porque a charrete era pequena, não cabia muita coisa, né [...]. (Entrevista com Dona Nadia e Seu Dario, 2013).³⁶

Nos dois fragmentos anteriores, podemos perceber que a venda do excedente foi uma prática corriqueira entre os colonos da região da Quarta Colônia e proximidades de Santa Maria. Portanto, grande parte dos produtos coloniais, do hortifrutigranjeiro que circulavam nas localidades e região tinha origem do pequeno campesinato que ali se fazia presente. A figura do comerciante que vai até o colono comprar seu excedente, para depois vender, nos remete a outros estudos, como o de Seyferth (1999), que observou a importância dessa figura para a sobrevivência do colono, nos lotes coloniais, pois “dependia estritamente da existência de uma parte da produção para vender no mercado [...] e da compra de gêneros nesse mesmo mercado” (SEYFERTH, 1999, p. 95).

Observamos, diante do exposto, que o camponês sempre interagiu com o mercado, sendo que os preços não são controlados por esse grupo (não tem controle do monopólio dos preços). Ressaltamos que entendemos mercado como resultado de “processos indissociavelmente sociais e cognitivos que permitem ao mercado existir tanto como referência mental, quanto como espaço de ação para os agentes sociais, particularmente para os ‘profissionais’ da economia” (LEBARÓN, 2012, p. 6). Ou seja, mercado é uma construção social, em que, devido a processos históricos e sociais, houve a criação do que hoje denominamos de sistema econômico de mercado.

Polanyi (2000) expôs que os conceitos utilizados pelos economistas políticos clássicos não eram universais, isto é, até o final do século XVII, não existiam economias controladas por mercados, mas, sim, os mercados eram imersos nas relações sociais. Desse modo, o autor relativiza a noção de mercado autorregulável e a ideia de o comportamento humano advir da lógica econômica (indivíduo agindo egoisticamente), as quais os economistas neoclássicos buscavam mostrar como a forma mais racional de organização econômica. Polanyi (2000),

³⁶ Entrevista realizada pela professora Maria Catarina Zanini para o projeto “Na feira: produção, distribuição e consumo entre agricultoras feirantes na região central do Rio Grande do Sul”.

dessa forma, demonstra que essas noções não davam conta de explicar a economia humana imersa de relações sociais. A partir da perspectiva desse autor, podemos perceber que o camponês (grupo pesquisado) que comercializa na feira e está inserido no mercado é um sujeito movido por diversos elementos sociais e não apenas pela lógica econômica do lucro.

Forde e Douglas (1972) já haviam demonstrado, em um estudo sobre a economia “primitiva”, que o que a diferenciava de uma economia “desenvolvida não pode[ria] ser definida em termos de ausência ou presença da motivação do lucro [...]. A diferença mais acentuada é a natureza pessoal de todas as relações” (FORDE; DOUGLAS, 1972, p. 395). Ou melhor, segundo esses autores, as relações sociais “do tipo pessoal” predominariam na economia primitiva, e, nas ditas economias “desenvolvidas”, a natureza impessoal ocorreria em grande parte das relações econômicas.

Assim, percebemos que se criou a crença de que a dimensão econômica estaria desvinculada da dimensão política, social, moral. E é nesse sentido que podemos compreender a noção da Economia Solidária (proposta pelo Feirão), pois ela faz uma ligação com as várias dimensões (política, social), ou melhor, se aproxima de elementos valorativos ao trazer a expressão “solidária” ao econômico, como exposto por Dourado (2010). A Feira conhecida por muitos como “Feira da Economia Solidária”, ao defender, em *folders*, revistas e jornais, que visa gerar trabalho e renda, inclusão social e cidadania, aproxima a dimensão econômica da social e política.

2.2 Trabalhadores do campo e (ou) do comércio?

A seguir, analisamos e discutimos os significados atribuídos à Feira e ao “ser feirante”, com base nos questionários elaborados e utilizados na pesquisa “Na feira: produção, distribuição e consumo entre agricultoras feirantes na região central do Rio Grande do Sul”³⁷, que tem como objetivo conhecer e investigar o trabalho das mulheres camponesas nas feiras urbanas da região central do Rio Grande do Sul. Nesse sentido, nos parágrafos que seguem, abordamos alguns dados, com a intenção de traçar um perfil dos colonos que comercializam no Feirão Colonial.

³⁷ A autora desta dissertação também é integrante dessa pesquisa.

Dos 49 questionários entregues no Feirão, foram respondidos 35, sendo 13 por mulheres, 21 por homens e um não identificado. Em relação à idade desses agricultores, a faixa etária predominante é dos 45 a 70 anos. No que se refere à origem étnica, 19 denominaram-se de origem italiana, 8 de origem alemã, 5 de origem brasileira e 2 não responderam ou marcaram “outros”.

A seguir, são transcritos alguns relatos de feirantes em relação à sua posição quanto à feira:

A feira é como se fosse outra parte da família pela qual se conta os dias para chegar o sábado onde se pode encontrar todos os colegas para partilhar experiências e falar com os clientes, ouvir novas experiências e sugestões é uma terapia que promove uma carga de bateria para voltar pra casa e continuar trabalhando com alegria (Resposta de Oscar à questão “Gostaríamos que, nas linhas seguintes, (a) o Sr. (a) deixasse escritas algumas palavras de sua livre expressão sobre a condição de feirante”).³⁸

Eu faço feira a 21 anos, eu me sinto como uma feirante feliz, dá muito trabalho envolve toda semana, mas no sábado é muito gratificante a gente ver a alegria das pessoas para compra um produto diferenciado, produto novinho e fresco. Do outro lado, a gente sempre tem um dinheirinho, isto dá muita força para a gente lutar (Resposta de Clara à questão “Gostaríamos que, nas linhas seguintes, (a) o Sr. (a) deixasse escritas algumas palavras de sua livre expressão sobre a condição de feirante”).

Nas imagens a seguir (figura 17), são representados a banca da feirante Clara e os produtos comercializados.

³⁸ As respostas dos questionários estão de acordo com a escrita dos pesquisados, pois acreditamos ser importante expor a forma como esses se expressam.



Figura 17 – Imagens da banca de Clara e dos produtos comercializados.

Fonte: Arquivo da pesquisa “Na feira: produção, distribuição e consumo entre agricultoras feirantes na região central do Rio Grande do Sul”; fotografias capturadas pela pesquisadora Silvana, em 23 de novembro de 2013 e 10 de maio de 2014.

Partindo dessas respostas, podemos compreender a Feira na perspectiva de dois feirantes, os quais já participam há vários anos. Ir aos sábados vender sua produção é apenas um dos motivos destacados nos depoimentos, pois a Feira é descrita como “terapia”, momento gratificante e de interação e trocas de experiência. Isto é, existem outros elementos, além da troca econômica, permeando as relações naquele espaço, assunto que será mais aprofundado no capítulo 3.

No que diz respeito à questão “O(a) Sr.(a) se considera feirante? Por quê?”, os relatos são interessantes e esclarecedores:

Eu não me considero feirante, mas sim **uma família trabalhando** para ter uma alimentação saudável e poder vender o excedente com qualidade para que na mesa do cliente ele tenha o mesmo produto saudável e se torne nosso parceiro (UNIFAR, grifo nosso).

Me considero um agricultor com posse do processo de produção, preparo e venda direta ao consumidor dos nossos produtos (LÚCIO).

Agricultor que trabalha na feira (JOSÉ).

Neste momento, é oportuno expormos que, na Feira pesquisada, existe uma forte presença de colonos. Porém, ressaltamos que o lugar da Feira não é somente lugar de agricultor, há cidadãos e intermediários³⁹. Estar comercializando neste lugar, para muitos, é uma atividade que faz parte da agricultura. Um camponês, ao ser indagado por mim sobre o fato de se considerar um feirante, disse que se considerava um agricultor, ou seja, para ele, a agricultura abrangia tudo: o agricultor familiar e o feirante. Essa explicação contempla algumas respostas supracitadas. A comercialização na Feira é uma dentre tantas outras formas de ser agricultor.

A seguir, apresentamos outras respostas que reforçam a importância que a Feira tem na renda da família:

[...] Pois participo todos os anos de feiras tradicionais e tenho sim nome a zelar. É uma das **rendas da família** (GENIVAL, grifo nosso).

Sim, porque é um meio de vender o produto mais fácil (GERSON).

Sim, porque trabalho na feira há 18 anos (LUIZ CARLOS).

Também. Trabalho no campo e também com o comércio (PEDRO).

Me considero feirante porque é isso que sei fazer e que gosto de fazer (CLARA).

Como percebemos, alguns depoimentos indicam a Feira como local de venda “mais fácil” ou um espaço em que se tem de “zelar o nome”. Em relação à resposta de Seu Genival, de ter um nome a zelar, podemos, a partir de estudos desenvolvidos por Carneiro (2001) e Seyferth (1985), fazer algumas análises. Segundo essas autoras, na família camponesa, é responsabilidade do pai cuidar da herança, ou, nas palavras de Carneiro (2001, p. 24), “zelar por este patrimônio coletivo, cuidando de transmiti-lo às demais gerações”. Assim, podemos pensar que Seu Genival esteja se referindo a sua responsabilidade de cuidar da transmissão da terra (herança) para seus filhos e (ou) netos.

³⁹ Intermediários são aqueles que vendem a produção de terceiros, ou seja, não vendem sua própria produção.

Em relação à pergunta “O(a) Sr.(a) se considera agricultor(a)/ trabalhador(a) rural ou outra denominação?”, a maior parte dos homens respondeu que se considera *agricultor*; os outros se denominaram *trabalhador rural*, *camponês*, *pequeno agricultor*, *empreendedor rural organizado*, *produtor rural*, *atacadista* e *feirante*. Já as mulheres denominaram-se como *trabalhadoras rurais*; nenhuma delas, no questionário, escreveu agricultora (apenas em um caso a resposta foi dada da seguinte maneira: “*considerado agricultor*”). Algumas dessas respostas são transcritas a seguir:

Também me considero uma trabalhadora rural porque meu marido tem a plantação dele (arroz) e eu ajudo no doméstico (CECÍLIA).

Me considero uma trabalhadora rural (MARTA).

Porque desde a idade de 8 anos puxo a *inchada* e tenho 59 anos, a mulher, 55 anos, sou pequeno agricultor com orgulho (UFF).

Assim, percebemos que, em alguns depoimentos, se evidenciam o “pegar pesado” na roça ou puxar enxada desde cedo e ser pequeno agricultor como fatos para se ter orgulho. De acordo com Seyferth (1992, p. 15), o “‘trabalho duro’ pode ser sinônimo de engrandecimento moral, virtude camponesa por excelência, como exprimir o caráter escravizante de uma atividade um pouco lucrativa e desprestigiada pelas outras classes”. A autora alerta, dessa forma, para um paradoxo referente à questão de que, ao mesmo tempo em que o trabalho na roça é sinônimo de honra, dignidade e liberdade, é também causa de opressão, subordinação e autoexploração. Em relação ao relato de um dos agricultores, evidenciado anteriormente, é visível a percepção do ato de trabalhar na roça desde pequeno como uma virtude, um valor.

Quando questionados sobre “Para o(a) Sr.(a), que melhoras trouxe o trabalho na feira?”, obtivemos as seguintes respostas:

Melhoramento financeiro e de experiências (ANA).

Uma renda extra (CESAR).

Ampliou o conhecimento, a freguesia, a troca de experiências e amizades (GENIVAL).

Comecei a ter mais **renda familiar**, e mais amigos (LEANDRA, grifo nosso).

Ter um lugar fixo para vendas e cursos de formação e cooperação aprendidos e vivenciados na feira (LUIZ CARLOS).

Conhecimento, a amizade com os fregueses, a renda que tiramos na feira (MARTA D).

Financeira, conhecimento, relacionamento com outras pessoas (MARION).

Mais conhecimento pela troca de experiências com os consumidores (PEDRO).

Que a gente consegue estudar os filhos (CLARA).

Melhorar a **renda da família** (UFF, grifo nosso).

No **orçamento familiar** (VIVIANE, grifo nosso).

Qualidade de vida – muitas mudanças como: casa nova, carro melhor, **família unida, filhos formados**, propriedade organizada e qualificada (UNIFAR, grifo nosso).

Várias. Pois a necessidade de qualificação e gerenciamento nos proporcionou produtividade e conquista de mercado nos dando segurança financeira, pois temos renda semanal (LÚCIO).

Integração com colegas e clientes (PERONI).

Um ganho a mais (DARCIO).

Mais renda e mais conhecimento através de conversas com os clientes (JAIR K.).

Assim, notamos o quanto é recorrente a ênfase no ganho a mais que a Feira possibilita na renda da família, ou seja, no dinheiro semanal propiciado por essa atividade, como também na ampliação do conhecimento, na amizade entre “colegas e clientes”, entre outros aspectos. Os relatos supracitados também enfatizam que a Feira não é apenas um espaço de trocas mercantis, indo ao encontro de outras pesquisas realizadas, como a de Garcia (1984), que demonstra as muitas facetas existentes no espaço da feira.

Chayanov (1981) também nos ajuda a refletir sobre algumas dessas questões: ao analisar o campesinato russo, expõe que, na economia camponesa, diferente do capitalismo, haveria ausência de trabalho assalariado constante (pois não se pagaria salário para o filho, por exemplo) e a renda não adviria de um esforço particular e autônomo, e, sim, seria produzida familiarmente para o mercado e usado para a família. Desta forma, podemos compreender as respostas dos feirantes ao questionário, quando enfatizam “renda familiar” e

“orçamento familiar” como um aspecto diferenciado, ao compararmos com o empresário capitalista que busca um ganho particular.

Em relação à questão “Por que escolheu esta atividade?”, as respostas foram semelhantes às expostas anteriormente. Vejamos.

Por ter acesso à comercialização direta (PERONI).

Foi o jeito de vender os produtos sem atravessadores (ANA).

Para ajudar no **orçamento familiar** e também para participar dos grupos da economia solidária (CECÍLIA).

Para diversificar a atividade e ter uma renda a mais (CESAR).

Porque é um meio de nós vendermos nossos produtos (GERSON).

Por necessidade de vender nossos produtos (INÁ).

Paramos de plantar fumo, então decidimos fazer feira (MARTA D.).

[...] para ter mais **renda na família** (MARI, grifo nosso).

[...] diversificação da renda (PEDRO).

[...] porque eu plantava e meu comprador ficou doente, para não parar com tudo resolvi ir na feira (ROMULO).

[...] para não plantar mais fumo e não lidar com venenos (CLARA).

Pelos relatos, observamos o fato de muitos agricultores ressaltarem que, com a comercialização na Feira, apostaram na venda direta, pois não haveria a figura do "atravessador", como também pela possibilidade de ter uma renda extra para a família, participar dos grupos da Economia solidária, ter diversificação da atividade ou por ser uma possibilidade de não plantar mais fumo. Nos relatos de Dona Clara e Dona Marta, percebemos que a venda na feira foi outro caminho escolhido, ao invés da plantação de fumo.

Nas observações e conversas realizadas na feira com os camponeses, discursos de como se cria uma dependência grande com a empresa fumageira ou de que a cultura do fumo é prejudicial à saúde foram constantes. Um feirante relatou os aspectos negativos que via: uma renda anual e o preço ser estabelecido pela empresa. Conhecemos outra feirante,

iniciante no Feirão, que perdeu uma safra e ficou endividada; após isso, viu a comercialização da feira como uma possibilidade de pagar sua dívida e parar de plantar fumo. Em julho de 2014, essa feirante saiu no Jornal da 10ª Feira Latino Americana de ECOSOL e 21ª FEICOOP-2014, na qual foi apresentada como membro da iniciante associação Colmeia⁴⁰, no Feirão, e também apontada como tendo “despertado para uma nova perspectiva de vida”, pois parou de trabalhar com a plantação de fumo, que provocava dificuldade de se ter “qualidade de vida pelo processo constante de endividamento para financiamento da lavoura” (JORNAL DA 10ª FEIRA LATINO AMERICANA DE ECOSOL e 21ª FEICOOP-2014, 2014, p. 24-25).

A seguir, apresentamos fotos (figura 18) da propriedade da feirante expostas na reportagem.

⁴⁰ Contou que escolheram o nome Colmeia para o grupo, pois “a abelha trabalha em conjunto”, no dia 01 de março de 2014.



que possibilitem um verdadeiro desenvolvimento rural sustentável. A (re) adoção de um modelo produtivo agroecológico que seja menos impactante ao meio ambiente do que o modelo convencional, a criação de políticas públicas que priorizem investimentos à produção voltada para o consumo interno e o aumento da demanda por alimentos, além do amplo acesso das famílias rurais à educação, à saúde, à cultura podem tornar uma utopia em realidade.



A Terra representa tudo em nossas vidas: quando menos esperamos, ela nos presenteia...



Somos parte da rede do Projeto Esperança/ Cooesperança: essa é a realização de um sonho.

Figura 18 – Partes da reportagem do Jornal do 10^a Feira Latino Americana de ECOSOL e 21^a FEICOOP-2014.

Esses depoimentos também podem ser compreendidos à luz da discussão de Seyferth (1992), sobre as diferentes clivagens entre os colonos-fortes, estudados no Itajai-Mirim, para os quais a liberdade é tida como um valor muito importante. Dentre eles, haveria uma distinção entre aqueles que vendem sua produção semanalmente na cidade e têm fregueses fixos e os que dependem da safra do fumo, por exemplo. Isto é, estar sujeito às regras das agroindústrias fumageiras e aos ganhos anuais ou semestrais diminui a liberdade do produtor rural, a qual é valorizada pelo grupo; assim, quanto mais se obtém dinheiro por outras vias, menos dependente torna-se dessas empresas e mais colono-forte é considerado. É dessa forma que podemos entender a importância da Feira para os feirantes, pois ela viabiliza uma renda semanal, que possibilita maior autonomia, algo tão importante para esse grupo social.

Outra questão considerável, neste momento, em relação ao cultivo e à plantação de fumo, é a que diz respeito à posição adotada pela coordenação do Feirão Colonial contra o uso e o cultivo do tabaco. Em confraternizações no Feirão, o discurso da Irmã Lourdes era sobre o caráter prejudicial da plantação de fumo à saúde. Nessas ocasiões, havia a exposição de *folders* e panfletos no espaço da Feira. Esses mesmos discursos buscam incentivar outras alternativas, como a agroecologia e a produção de orgânicos. A imagem a seguir (figura 19) retrata essas questões dentro da Feira:



(a)

(b)

Figura 19 – Imagens de cartazes na Feira.

A foto (a) demonstra um dos cartazes presentes no pavilhão do hortifrutigranjeiro, com os seguintes dizeres: “20º Seminário Estadual de Alternativa à Cultura do Fumo e 2ª Interestadual Sul (PR, SC e RS)”, os quais foram realizados em 2010. A foto (b) revela uma banca somente com venda de “Soluções Agroecológicas para Horta e Pomar”, a qual iniciou suas atividades na Feira no segundo semestre de 2013.

Fonte: Arquivo da pesquisa “Na feira: produção, distribuição e consumo entre agricultoras feirantes na região central do Rio Grande do Sul”; fotografias capturadas pela pesquisadora Silvana, no dia 24 de maio de 2014.

Havia apenas uma banca, até julho de 2014, que vendia produtos com selo orgânico⁴¹ (figura 20), os quais eram adquiridos por meio de trocas entre os feirantes.



Figura 20 – Imagem da banca que, por meio de troca de produtos, vendia produtos com selo orgânico de camponeses de Santa Cruz do Sul.

Em julho de 2014, os feirantes da banca conseguiram também a certificação de produção orgânica pelo ECOVIDA.

Fonte: Arquivo da pesquisa “Na feira: produção, distribuição e consumo entre agricultoras feirantes na região central do Rio Grande do Sul”; fotografia capturada pela pesquisadora Silvana, no dia 15 de março de 2014.

As informações sobre como eram plantados ou produzidos se davam predominantemente pela conversa entre feirante e consumidor (se usam produtos químicos ou não, se é agroecológico ou não, como presenciei em algumas bancas).

Em uma conversa com “Bega”, que auxilia na organização da Feira, essa declarou para Daniele e eu, que, dependendo da época, havia falta de produtos: citou o exemplo da alface. Contou-nos ainda que alguns feirantes para não faltar alface, em sua banca, compram

⁴¹ Produtos como geleia, flocos de aveia, castanhas, entre outros.

de outro lugar, mas que “a gente sempre passa para ser ético [...] e na hora da venda tem que dizer que não é dele”. Ressaltamos que há feirantes que criticam isso, argumentando que prejudica a Feira, pois os camponeses deveriam trazer produtos apenas plantados e produzidos por eles próprios, ou defendem que deveria haver plaquinhas informando ao cliente que é “produto terceirizado”, como já ocorreu em apenas um sábado (figura 21). Pelo que percebemos, durante a Feira, é na interação entre consumidor e feirante que a confiança no produto vendido se dá, aspecto esse que abordaremos melhor no capítulo 3.

Seu Nelson me contou que trouxe produto de outros produtores, os quais não puderam vir à feira (DIÁRIO DE CAMPO, 13 DE SETEMBRO DE 2014).



Figura 21 – Imagens de produtos terceirizados.

Fonte: Arquivo da pesquisa “Na feira: produção, distribuição e consumo entre agricultoras feirantes na região central do Rio Grande do Sul”; fotografia capturada pela pesquisadora Silvana, em 13 de setembro de 2014.

2.3 O feirante em dia de Feira

A seguir, descrevemos a rotina dos feirantes, em um dia de feira. Desse modo, apresentamos a imagem (figura 22) de uma das bancas, no momento da interação entre feirante e consumidor, por meio do ato da venda.



Figura 22 – Imagem de dentro da banca de um feirante, no momento em que acontece a comercialização de produtos.

Fonte: Arquivo da pesquisa “Na feira: produção, distribuição e consumo entre agricultoras feirantes na região central do Rio Grande do Sul”; fotografia capturada pela pesquisadora Silvana, no dia 11 de janeiro de 2014.

A partir dos questionários e da observação na Feira, verificamos que os colonos comercializam itens diversificados, tais como embutidos, pães, massas, bolachas, queijos, mel, verduras, frutas, feijão, arroz, entre outros. Salientamos que os agricultores que comercializam no pavilhão denominado de "agroindústria" vendem produtos panificados⁴² e embutidos (queijo e outros derivados lácteos, geleias e doces de frutas, mel), ou seja, não vendem verduras e frutas. Estes produtos são comercializados pelos colonos que ficam no pavilhão denominado de "hortifrúti", porém, há alguns agricultores vendem, além de verduras e frutas, produtos como bolachas, massas caseiras, doces e pães.

As propriedades desses camponeses variam entre 2,5 a 32 hectares. Destacamos que esses dados foram extraídos dos questionários respondidos no primeiro momento da pesquisa. Nesses que aplicamos com alguns feirantes (os quais acharam melhor eu fazer as perguntas e escrever as respostas), explicaram-me que o número de hectares mudava se acrescentassem as

⁴² São produtos fabricados, como pães, massas, entre outros.

terras que arrendavam. Então, nos questionários preenchidos e entregues para mim não está especificado se o número de hectares inclui a terra arrendada. Outro caso interessante a ser mencionado aqui é o de Seu Lúcio. No questionário, preenchido em 2013, ele respondeu que tinha 10 hectares de terra; depois, viemos a saber, na visita à sua residência, em 2014, que ocupava terras de seu pai, arrendava outras, totalizando 32 hectares, e utilizava para a plantação 15 hectares.

Os produtos comercializados na Feira, na grande maioria das vezes, são plantados pelo próprio agricultor. Os preços variam de acordo com a época do ano, bem como com sua oferta na Feira e os preços praticados no mercado local.

Aos sábados, pela manhã, muitos feirantes, além de vender sua produção diretamente ao consumidor, também comercializam com proprietários de restaurantes, mercados e fruteiras. Exemplo disso é o caso de um produtor que deixa um parente cuidando da banca e vai com sua caminhonete à cidade entregar encomendas, tais como o vinho. Outro, durante a Feira, vende feijão a um dono de restaurante que vem, pela manhã, buscar sua encomenda.

Assim, o sábado, para muitos colonos, é dia de levantar “com as galinhas”, ou seja, ainda de madrugada. Um produtor que, por morar mais longe, inicia o itinerário às 2 horas da manhã: carrega a caminhonete e dirige-se para a cidade onde ocorrerá a Feira. Outros, por morarem mais próximo, acordam mais “tarde”, aproximadamente pelas 4 horas da manhã, fazem o chimarrão, carregam sua produção e vêm, também, à Santa Maria. Alguns chegam a enfrentar 100 km de viagem, bem como chuva, estrada de chão, cerração, neblina ou geada, para estar com sua banca pronta na hora em que os fregueses chegam para as compras. Na Feira, por volta das 6 horas, já há consumidor chegando, pois, como um casal de feirantes relatou, muitos fregueses querem passar na Feira antes de ir ao trabalho. Por isso, os agricultores familiares têm essa rotina semanal de “madrugar” aos sábados.

Há, também, encomendas de produtos a fregueses, as quais têm de serem entregues nas manhãs de sábado. Destacamos que poucos feirantes do Feirão Colonial comercializam em outras feiras.

2.3.1 Espaço da feira: lugar de revalorização do rural?

A Feira ocorre em uma área urbana, isto é, os colonos transitam entre as fronteiras do rural e urbano. Diante disso, refletir sobre essas fronteiras é importante, motivo que nos faz discutir essa questão neste subcapítulo.

Cabe, neste momento, enfatizar que compreendemos, como Carneiro (1998; 2008), Wanderley (2000) e Menasche (2004), que entre o rural e o urbano ou campo e cidade existe uma mobilidade simbólica e material. Segundo Carneiro (1998),

a ruralidade não é mais possível de ser definida com base na oposição à urbanidade. O rural e o urbano corresponderiam, portanto, a representações sociais sujeitas a reelaborações e ressemantizações diversas de acordo com o universo simbólico a que estão referidas. A ruralidade se expressa de diferentes maneiras como representação social – conjunto de categorias referidas a um universo simbólico ou visão de mundo – que orienta práticas sociais distintas em universos culturais heterogêneos, num processo de integração plural com a economia e a sociedade-industrial (CARNEIRO, 1998, p. 73).

Partindo do fragmento acima, percebemos a complexidade envolvida em torno da definição dessas categorias, as quais não têm fronteiras rígidas, mas, sim, são ressignificadas ao longo do tempo e espaço. Podemos perceber esse fato analisando a difusão de uma representação sobre os colonos italianos que migraram para o sul do país, a partir da década de 50:

Na década de 50 do século XX, construiu-se a identidade de imigrante italiano, em que o imigrante era progressista, desenvolvido, marcado pela imagem do colono pioneiro que havia se transformado em industrial. Nesta **mesma época aqueles que permaneciam como colonos eram vistos como símbolo de atraso**. A ideia de progresso contida aí é a de desenvolvimento urbano, industrialização, grandes edifícios, enfim, a transformação da “colônia” de imigrantes pioneiros na grande metrópole civilizada e civilizadora, que serve de modelo de desenvolvimento ao resto do país (ZANINI; SANTOS, 2009, p. 186, grifo nosso).

Desse modo, percebemos que os colonos italianos que ficavam morando na zona rural ou que estavam vinculados, de alguma forma, ao estilo de vida rural foram ligados ao atraso. Verificamos, no fragmento supracitado, que o urbano é visto como sinônimo de desenvolvimento e industrialização, enquanto o rural é visto como obsoleto e arcaico. Vemos aqui a cidade sendo percebida como “civilizada e civilizadora”, porém, entendemos a cidade como um espaço com múltiplos aspectos e sentidos, isto é, “como território enraizador da pluralidade e da heterogeneidade étnica, social e cultural humana” (ROCHA; ECKERT, 2008, p. 2). O termo cidade já foi objeto de estudos clássicos como o de Simmel (1987), Park (1987) e Wirth (1987) e, na contemporaneidade, continua sendo preocupação de vários estudiosos. A cidade é considerada por Velho (2002) como lugar de diversidade de estilos de vida e

estratificação social e, por Magnani (1996), como local dos encontros nos pedaços ou manchas⁴³.

Já em relação às interações dos colonos com a sociedade brasileira, pesquisas realizadas na região central do Rio Grande do Sul, como a de Zanini (2006), evidenciam que havia formas pejorativas de denominá-los, tal como alemão “batata” e gringos “polenteiros”, por exemplo. Esses termos utilizados para intitular os colonos e seus descendentes eram devidos ao seu modo de vida específico, ou seja, de seus hábitos e costumes.

Essas ideias expostas até o momento vêm ao encontro da compreensão da mobilidade material e simbólica entre o rural e o urbano. Os colonos moradores da zona rural vistos, na década de 50, de forma pejorativa – alemão ‘batata’, gringos “polenteiros” –, como símbolo do atraso, na atualidade, passaram a ser identificados com outras representações. De acordo com Carneiro (1998, 2008) e Menasche (2004), o rural começou a ser percebido como sinônimo de natureza, alimentação saudável, e os agricultores a serem vistos como guardiões da natureza. Outros estudos vêm demonstrando que as formas tradicionais de comércio também vêm sendo revalorizadas (WILKINSON, 2003).

Ressaltamos que, no dia 31 de maio de 2014, houve a visita do governador do estado, na época, Tarso Genro (PT), que, em seu discurso inicial, expôs a seguinte afirmação sobre a produção na Feira: “produção feita com afeto [...] afeto em relação com a natureza”. Logo depois, Tarso Genro seguiu para uma confraternização (figura 23), na qual havia, à sua espera, uma mesa com café colonial, com produtos dos feirantes, como bolachas, salames, frutas, pastéis, entre outros. Nesse dia, também havia cartazes referentes à campanha contra câncer bucal e ao dia mundial contra o tabaco.

⁴³ O início dos estudos sobre cidade ocorreu a partir da necessidade de compreender práticas que surgiam devido ao crescimento das grandes cidades que acompanha a industrialização e o desenvolvimento capitalista (VELHO, 1987). Simmel (1987) foi o precursor de estudos referentes à cidade. Segundo esse autor, a vida moderna passou a ser apontada como o “genuíno cenário” das relações breves e da “escassez dos contatos inter-humanos” e como o propulsor do desenvolvimento da atitude denominada de *blasé* (uma recusa em reagir a esses estímulos) (SIMMEL, 1987, p. 22-23). Além dessas compreensões, a cidade começou a ser percebida como uma unidade não somente geográfica, mas ecológica e econômica, que se basearia na divisão do trabalho e, assim, ocasionaria a multiplicação de ocupações e profissões (PARK, 1987). Isso significa que a cidade não seria “meramente um mecanismo físico e uma construção artificial” (PARK, 1987, p. 26). Por isso, muitos pesquisadores elucidavam que o crescimento das grandes cidades seria o início da idade moderna e que essas exerceriam grande influência na vida social do homem (WIRTH, 1987, p. 90). Várias definições de cidade passaram a circular, sendo uma das mais conhecidas a de Wirth, que a via “como um núcleo relativamente grande, denso e permanente, de indivíduos socialmente heterogêneos” (WIRTH, 1987, p. 96). Este autor também explanava sobre a predominância da heterogeneidade, da densidade da população e do alto grau de interação na cidade e, por conseguinte, enfatizava que haveria uma modificação nas relações sociais, como um aumento potencial de diferenciação entre os indivíduos, e uma tendência à ausência de conhecimento pessoal íntimo e às relações humanas superficiais e temporárias, entre outras características. Acreditava, desse modo, em um enfraquecimento das relações imbuídas da tradição *folk* e dos vínculos de parentesco.



Figura 23 – Imagens da confraternização e visita de Tarso Genro.

Fonte: Arquivo da pesquisa “Na feira: produção, distribuição e consumo entre agricultoras feirantes na região central do Rio Grande do Sul”; a primeira foto foi capturada pela pesquisadora Silvana, e as demais, pela pesquisadora Daniele, em 31 de maio de 2014.

Wilkinson (2003) demonstra a revalorização de circuitos curtos; talvez possamos pensar que isso está de acordo com o fato de, na década de 1990, ser criado o PRODESUS/CONDESUS⁴⁴, que buscava a “preservação e potencialização dos recursos naturais e culturais da região” (FROEHLICH; DILLIUS; VENDRUSCOLO, 2008, p. 8). Assim, criam-se eventos que procuram valorizar a cultura local, ou seja, “a cultura colonial”, tais como: a Feira Regional da Abóbora, em Ivorá; a Festa da Cuca, em Agudo; a Festa da

⁴⁴ No Projeto de Desenvolvimento Sustentável da Quarta Colônia (PRODESUS), nove municípios uniram-se em um consórcio, denominado Consórcio de Desenvolvimento Sustentável da Quarta Colônia (CONDESUS).

Uva Tinta e da Uva Branca, em Silveira Martins; a Mostra Gastronômica da *Quarta Colônia*, entre outros (VENDRUSCOLO, 2009).

A Feira pesquisada proporciona a valorização dos saberes e fazeres dos colonos da região, como também o incentivo à comercialização direta entre produtor e cliente, além de ter como política o comércio justo e solidário⁴⁵. Diante do exposto anteriormente, cabe destacar que muitos dos colonos italianos e alemães que passaram a fazer parte da comercialização na Feira levam consigo sua memória étnica, e que grande parte dos cidadãos descende de imigrantes da Quarta Colônia e frequenta a Feira em busca dos sabores da sua infância (MENASCHE, 2004; COLOMÉ, 2013).

Ao longo da pesquisa, pudemos perceber diversos discursos, circulando pela Feira, referentes à mescla entre ruralidade e urbanidade. Vimos o uso de celulares (figura 24) por alguns feirantes, para oferecer melhor atendimento ao freguês, a troca de receitas e dicas no preparo do alimento (discutiremos mais sobre isto no próximo capítulo), conforme apresentamos no trecho a seguir.

Pergunto se posso tirar foto e ouço a seguinte resposta:

Seu Oscar: não tem muito produto.

Eu: é que queria mostrar os recursos que vocês usam, como o celular, o caderno de anotações [...].

Seu Oscar coloca o seu celular ao lado do aparelho celular de sua esposa e diz: “e essa aqui [referindo-se a sua esposa] também é um recurso meu” e risos (DIÁRIO DE CAMPO, 30 de agosto de 2014).

⁴⁵ Procura ter uma prática diferenciada nas relações de comércio, como é citado no site: “**Comércio Justo e Solidário (CJS)**: é o fluxo comercial diferenciado, baseado no cumprimento de critérios de justiça e solidariedade nas relações comerciais, que resulte na participação ativa dos Empreendimentos Econômicos Solidários por meio de sua autonomia;” (Fonte: <http://portal.mte.gov.br/ecosolidaria/sistema-nacional-de-comercio-justo-e-solidario/>).



Figura 24 – Imagem dos recursos utilizados por um feirante: celular, caderno de anotações e a "esposa".

Fonte: Arquivo da pesquisa “Na feira: produção, distribuição e consumo entre agricultoras feirantes na região central do Rio Grande do Sul”; fotografias capturadas pela pesquisadora Silvana, em 30 de agosto de 2014.

Alguns feirantes já enfatizavam o caráter diferenciado de seus produtos: ou por ter uma origem italiana, alemã ou por não conter corantes e muitos ingredientes artificiais. Outros contaram sobre a alteração de receitas a pedido de fregueses, como a utilização de leite na preparação de queijo: passaram a usar uma parte de leite integral e outra de desnatado. Também relataram a oportunidade de realizar cursos, os quais ensinavam e davam dicas de como elaborar determinados produtos. Isso nos mostra quanta mobilidade de saberes há permeando o espaço da Feira.

*

Por meio da apresentação de algumas questões históricas, mostramos o surgimento de um pequeno campesinato no sul do país e algumas características de colonos que comercializam na Feira. Vimos que sempre houve uma interação com o mercado sendo a inserção do camponês diferenciada da do empresário capitalista. Na sequência, pudemos perceber o local da Feira como um espaço de circulação de percepções de ruralidades e urbanidades. Assim, no próximo capítulo, abordaremos os saberes que circulam na Feira.

CAPÍTULO III

ENTRE SABERES E SABORES: AS RACIONALIDADES QUE CIRCULAM

Neste capítulo, reflito sobre os vários saberes e as racionalidades que circulam na Feira e, assim, explano sobre a coexistência, no espaço pesquisado, de relações de reciprocidade e trocas mercantis, bem como da aprendizagem do saber do negócio.

Nesse sentido, divido em dois subcapítulos a exposição dos resultados desta pesquisa. No primeiro, apresento um casal de feirantes, D. Dinorá e Seu Oscar, e a minha experiência de “estágio” por três meses na banca deles. Também relato a visita realizada na propriedade do casal e as suas opiniões sobre o negócio na Feira; ao mesmo tempo, reflito sobre os vários saberes que circulam na Feira. No segundo, apresento o Senhor Lúcio, feirante agricultor, e discorro sobre algumas conversas e observações realizadas em sua banca. Na sequência, relato a visita realizada em sua propriedade rural e as suas opiniões sobre o negócio na Feira.

3.1 “A Senhora das massas”⁴⁶ e o seu esposo

[...] falta de oportunidade de emprego e a necessidade fez com que fossemos em busca de uma alternativa para termos uma vida digna e podermos dar estudo aos nossos filhos (UNIFAR⁴⁷, em resposta à pergunta do questionário “Por que escolheu esta atividade?”, 2013).

O trecho acima apresenta o motivo de os agricultores terem escolhido a atividade da feira, não sendo seu objetivo principal o lucro, mas sim suprir necessidades da família.

O questionário foi entregue no início de 2013, passando a ser o primeiro contato como pesquisadora com o casal de feirantes. Conheci Dona Dinorá e Seu Oscar nas primeiras idas à Feira como consumidora, quando comprava os “merenginhos”; o casal chamava a atenção por sua simpatia e atenção com os fregueses. Depois de aplicar o questionário no Feirão, pedi

⁴⁶ Termo utilizado por um consumidor, no Feirão Colonial, para se referir a Dona Dinorá.

⁴⁷ União Familiar Rural (UNIFAR) – grupo do qual faz parte o casal, sendo composto, atualmente, apenas pelos dois.

minha permanência na banca deles (figura 25), pois gostaria de observar como ocorriam suas interações com os consumidores e entre os próprios feirantes, bem como a rotina da Feira. Assim, iniciei um “estágio” na banca de Dona Dinorá e Seu Oscar, no dia 27 de abril de 2013, e, em 23 de outubro de 2014, realizamos (as integrantes da pesquisa Jamile, Daniele e eu) uma visita à propriedade do casal, onde também fizemos, além de entrevistas, filmagens e fotografias.



Figura 25 – Imagem da banca do casal.

Fonte: Arquivo da pesquisa “Na feira: produção, distribuição e consumo entre agricultoras feirantes na região central do Rio Grande do Sul”; fotografias capturadas pela pesquisadora Silvana no dia 23 de novembro de 2013.

Dona Dinorá e Seu Oscar moram na zona rural do oitavo distrito de Santa Maria, denominado de Palma, têm 2,5 hectares de terra e iniciaram as atividades no Feirão Colonial em 2000⁴⁸; identificam-se como sendo de origem alemã, têm dois filhos: uma moça e um rapaz. Atualmente, somente a filha mora com eles. Ela fez curso superior em Química, passou em um concurso público e trabalha nesse ramo até o momento; já o filho cursou um técnico agrícola, trabalha em Santa Maria e vive no bairro Camobi com sua esposa.

Participar da Feira foi mais uma possibilidade de escoamento das bolachas de Dona Dinorá, as quais já vendia na cidade de Agudo-RS, onde moravam na época que iniciou as atividades no Feirão. Nesse período, ambos estavam desempregados, e a venda das bolachas era a fonte de sobrevivência do casal. Chegaram a ter 18 pontos de venda, porém, o custo era

⁴⁸ Em 2015, completam 15 anos de feira.

grande, porque também tinham que ir ao local entregar, não se tornando mais viável a atividade nesses locais, uma vez que, em alguns pontos comerciais, perderam dinheiro, pois clientes não pagaram, ou tinham falido. Quando começaram a Feira, decidiram continuar com quatro pontos e, em setembro de 2013, que ficariam apenas com a Feira.

Seu Oscar conheceu a Feira em um sábado, quando passou pela frente do pavilhão. Conhecia um agricultor de Agudo que comercializava lá; foi visitá-lo, e, depois de conversarem sobre a Feira, achou interessante também fazer parte dela. Assim, conseguiram entrar em um grupo. Ressaltamos que, para ser membro do Feirão, segundo o estatuto da cooperativa, o agricultor tem que fazer parte de um grupo composto por, no mínimo, 5 integrantes⁴⁹, pois a cooperativa é gerida por esses grupos; não há presidente, tesoureiro é uma proposta de autogestão.

Logo em seguida, seu irmão veio participar da Feira e fazer parte do grupo. No começo, Seu Oscar contou que faziam de maneira artesanal as bolachas: com o rodo, preparavam a massa e cortavam com uma faca; hoje, já não é mais assim, conforme mostraremos mais adiante.

Quando começaram a vender na Feira, vinham de carona com um senhor de Restinga Seca - RS (esse senhor, na época da pesquisa, já não comercializava mais na Feira, mas continuava vendendo em Restinga Seca, onde tem uma banquinha e uma “horta muito linda”, segundo Seu Oscar e Dona Dinorá). Sempre que vinham com esse senhor, chegavam em casa às três horas da tarde e passavam em vários lugares de Santa Maria para deixar encomendas, por exemplo, um pacote de pepino, pois ele tinha que fazer entregas antes de voltar para sua cidade. Somente depois de um tempo, Seu Oscar e Dona Dinorá compraram um automóvel e passaram a não ir mais com o homem de Restinga Seca para Santa Maria.

Foi no começo da Feira que adquiriram uma “chácara” em Palma, local em que residem até o momento⁵⁰. Lá criam galinhas, têm açude, horta, entre outros, e sua pequena fábrica de bolachas, como a chamam.

A Feira propiciou uma renda fixa para eles, a possibilidade de dar estudos aos filhos, fazer novas amizades e obter maior aprendizado no saber do negócio, conforme veremos. Atualmente, na Feira, comercializam bolachas, massas caseiras, leite, queijo e, às vezes

⁴⁹ O grupo do casal é composto por 2 pessoas, segundo Seu Oscar; no caso deles, foi possível continuarem apenas os dois no grupo.

⁵⁰ Em fevereiro de 2015, completou 12 anos que residem na “chácara”.

(quando têm), trazem alface, moranguinho, laranja, entre outras coisas. Em 2014, o casal conseguiu o certificado de produção orgânica, sobre a qual explicaremos mais adiante.

3.1.1 O “estágio”: o outro lado do espaço

No primeiro dia de “estágio” com o casal, cheguei em torno das 6h30min, na Feira, processo que continuou por alguns meses. O tempo de permanência na banca foi uma experiência de grande aprendizado. No primeiro dia, pude perceber que o casal possui uma clientela fixa, conhecem os fregueses pelo nome, aonde e em que trabalham e os dias que esses não vão à Feira; também havia encomendas de produtos como leite, ovos, queijos, entre outros alimentos. Enfim, a relação de amizade e confiança estava presente ao mesmo tempo em que havia trocas mercantis, ou seja, coexistência de reciprocidade e trocas mercantis (SABOURIN, 2009).

Entendemos, da mesma forma que Sabourin (2009), na coexistência do princípio de reciprocidade e das trocas mercantis, isto é, além destas, convivem no espaço sentimentos e valores de amizade, respeito, fidelidade e confiança entre agricultores e consumidores. Ressaltamos ainda que “no Brasil, as feiras locais e os mercados de proximidade proporcionam exemplos de mercados que produzem vínculos sociais e mobilizam sociabilidade por meio das relações diretas com produtores e consumidores” (SABOURIN, 2009, p. 268).

Diante do exposto anteriormente, é importante discorrer que Mauss (2003) nos mostrou a complexidade envolvida nas trocas, as quais são praticadas de diversas maneiras no tempo e espaço. Segundo esse autor, a constituição da vida social é um constante dar e receber, bem como a dádiva é produzir a aliança política, econômica, religiosa, jurídica, entre outros. Vejamos isso nas próprias palavras do autor:

[...] [É] preciso retribuir a outrem o que na realidade é parcela de sua natureza e substância; pois, aceitar alguma coisa de alguém é aceitar algo de sua essência espiritual, de sua alma [...]. Recusar dar [...] equivale a declarar guerra; é recusar a aliança e a comunhão (MAUSS, 2003, p. 200-202).

Esses estudos realizados por Mauss⁵¹ (2003) demonstram a existência do que depois vieram a denominar de princípio de reciprocidade (LÉVI-STRAUSS, 1982). Sabourin (2009), ao estudar camponeses na Paraíba, percebeu a presença da reciprocidade, entendida como “a dinâmica de reprodução de prestações, geradora de vínculo social” (SABOURIN, 2009, p. 51), aliás, a lógica da reciprocidade visaria “ampliar relações sociais e afetivas através da redistribuição por meio da reprodução da dádiva [...] ou do compartilhamento dos recursos” (SABOURIN, 2009, p. 55).

Dito isto, voltamos às observações feitas a partir do “estágio” na banca do casal. Na primeira ida a campo, quando cheguei, Dona Dinorá e Seu Oscar já estavam com a banca montada, os produtos organizados e tomando chimarrão. O primeiro freguês a aparecer foi um senhor aposentado, “que viaja muito” (relatou o casal), o qual foi buscar sua encomenda: uma caixa de ovos.

O que me chamou atenção – depois percebi que era algo recorrente na feira – foram os fatos de o senhor trazer suas sacolas para guardar as compras e também de alguns fregueses trazerem e entregarem à Dinorá litros de plásticos “pet” vazios, nos quais ela coloca o leite, durante a semana para o outro sábado, assim como caixinhas de ovos vazias. Já alguns fregueses mais íntimos deixam suas sacolas de compras dentro da banca do casal e voltavam às compras, retornando ao final para pegá-las.

Em outro sábado, presenciei o diálogo entre D. Dinorá e uma freguesa, por meio do qual percebi que as conversas que acontecem na Feira não se limitam apenas a aspectos comerciais; falam sobre o cotidiano e a família. Nesse dia, a freguesa perguntou ao casal se eles haviam conseguido arrumar o carro deles, que algum tempo atrás tinham “batido”, e se estava tudo bem. Já outro freguês pergunta, no mesmo dia, como estão os filhos do casal. Por meio dessas interações, podemos perceber que as relações que circulam na Feira são pessoais e próximas.

As trocas de receitas e dicas de preparo de alimentos circulam pela Feira, durante toda a manhã, evidenciando também os encontros de visões de mundo. Por exemplo, em conversas com o casal, pude perceber modos diversos de desempenhar o papel de cada gênero em interação. O fragmento abaixo ilustra o conhecimento de receitas por indivíduos casados do sexo masculino, o que gera comentários:

⁵¹ Segundo Sabourin (2008, p.131), Mauss mostra “a essência da reciprocidade com o caráter universal da tríplice obrigação de 'dar, receber e retribuir', mas não chega a teorizar sobre tal reciprocidade, trabalho que deixou para seus seguidores”.

Dona Dinorá e seu Oscar depois me contaram que eu precisava ver na feira os maridos que vêm comprar. Seu Oscar fala que eu precisava ver cada receita que uns maridos que vêm na feira sabem. Dona Dinorá diz que até queria ter um marido assim, que fizesse as coisas, pra poder “erguer as pernas” como muitas mulheres daqui fazem, e olhou para seu Oscar. E ele riu (DIÁRIO DE CAMPO, 01 de junho de 2013).

Ademais, frequentemente voltava para casa com algumas dicas de preparo de alimentos, as quais permeavam o cotidiano da Feira. Vejamos:

Neste dia, acabei recebendo uma dica: para não dar um líquido no quiabo, devo colocá-lo no vinagre ou água quente (DIÁRIO DE CAMPO, dia 27 de abril de 2013).

Comprei queijo nesse dia, e D. Dinorá me falou que era bom comer com mel, picadinho de carne e que esse queijo que ela vende não tem cheiro forte como os outros (DIÁRIO DE CAMPO, 01 de junho de 2013).

O casal também contou sobre a modificação de seus queijos a partir de sugestão de uma cliente. Na produção do queijo, passou a usar leite desnatado para não ficar com o cheiro tão forte e não muito gorduroso. Contaram que, quando algum cliente passa alguma sugestão para melhorar a qualidade de seus produtos ou deixá-los mais “coloniais”, buscam acatar as dicas. No trecho a seguir, transcrevemos uma parte da entrevista com o casal, em que enfatizaram o exposto acima:

Oscar: então, tem muita troca disso [...] pessoas que têm intercâmbio e um conhecimento muito grande e esse conhecimento nós procuramos também [...] tu traz uma pessoa que tem um conhecimento desses pra cá, ele também te ajuda a envolver os outros colegas dele. Assim, têm vários professores da universidade [...] tu vê eles lá na porta [...] às vezes discutindo assim: “fulano tu pode pegar frango”, “fulano tu pode pegar isso”, “fulano tu pode pegar aquilo”, “[...] lá eu tive, lá eu já conheço”. Aí, às vezes, vem um cara novo: “Ah, eu vim aqui, eu soube que vocês têm isso [...]”.

Dinorá: quem te falou? Fulano [...].

Oscar: fulano me falou [...] então, essa reciprocidade que a gente criou com o cliente fez com que nós mantivéssemos uma [...] um padrão, sabe? De produção, padrão de qualidade, em busca de [...] qualidade, porque se tem alguma coisa, novidade, que dá pra melhorar o produto, que dá pra deixar ele mais colonial [...], que dá pra deixar ele mais saudável, a gente vai em busca disso. A gente hoje não tá preocupado assim: hoje a coisa tá boa com massa [...] vamos compra uma máquina e vamos se atraca a fazer, em vez de fazer 50 quilos por mês, vamos fazer 200. Não! (Entrevista com Seu Oscar e Dona Dinorá, 2014).

Esse fragmento nos esclarece três aspectos em relação ao casal: a importância que D. Dinorá e Seu Oscar dão à troca de conhecimento com os clientes, já explicitado anteriormente, mudando até a maneira de elaborar seus queijos. Outra questão diz respeito à percepção do casal sobre a circulação de informação, no espaço da feira, em relação a sua “reputação”, ou seja, indicação do melhor produto e (ou) feirante pelos consumidores.

Voltaremos a abordar esse aspecto, pois o casal retoma, em muitos momentos, a circulação de informação entre os clientes. O último aspecto refere-se à parte final do trecho da entrevista, em que enfatizam o fato de não haver uma preocupação em investir e aumentar a produção, mas, sim, em ter qualidade de vida e manter a dos produtos. Esse pensamento do casal será retomado mais adiante no texto.

Em outro dia de “estágio”, nova situação interessante aconteceu. Passou um freguês e abanou para o casal, dizendo que passava na volta. Desse modo, o casal explicou-me que esse consumidor já havia visitado a sua propriedade rural, em Palma. Contaram-me que é normal o convite aos clientes para visitarem o local onde moram, a fim de mostrarem de onde vêm os produtos que vendem, como os preparam ou plantam, e, assim, conquistarem sua freguesia. Já houve dias em que levaram à Feira uma câmera fotográfica com fotos da propriedade e mostraram aos fregueses e a mim também.

Relataram que os fregueses compram em sua banca devido à confiança depositada neles e em seus produtos, bem como que é por meio da conversa que têm com os consumidores, explicando a origem dos produtos, passando essa confiança, que fazem sua freguesia, e, desse modo, conseguiram e vêm conseguindo o seu espaço na Feira. Nas idas a esse local, pude observar exatamente esse tipo de relação, conforme podemos verificar neste trecho das minhas observações:

Observei que uma senhora olhou a laranja do céu que estava na banca de D. Dinorá e Seu Oscar. A laranja já estava separada em uma embalagem de rede vermelha. Essa senhora, que estava acompanhada com um senhor que conversava com outros homens, inclusive com Seu Oscar, comentou com D. Dinorá que achou bem cara a laranja. D. Dinorá, então, argumentou que ela já tinha pesado e que dava bem mais que um quilo aquelas laranjas e falou mais alguma coisa que não lembro, mas fiquei prestando atenção. A senhora, então, depois de ouvir a feirante disse “se a Dinorá diz, então eu vou levar” e colocou as laranjas na sacola do marido (DIÁRIO DE CAMPO, 01 de junho de 2013).

Esse trecho nos reporta aos estudos de Portilho e Castañeda (2011), Cruz, Krone e Menasche (2014). Os dois primeiros autores realizaram pesquisas em feiras orgânicas, nas cidades de Rio de Janeiro e Nova Friburgo, no Rio de Janeiro, por meio das quais perceberam que a construção da confiança nos produtos acontece a partir do ir à feira e das interações de sociabilidade que rolam, “indo além de selos, rótulos e sistemas de certificação” (PORTILHO; CASTAÑEDA, 2011, p. 1). Nessa mesma perspectiva, encontramos o trabalho desses outros três autores sobre o Queijo Serrano produzido em Campos de Cima da Serra, RS, estudo no qual observaram o que denominaram de certificação informal na região, pois viram que a reputação “construída e mantida por meio de relações sociais, familiaridade e

valores compartilhados garante a qualidade dos queijos” (CRUZ; KRONE; MENASCHE, 2014, p. 18).

Assim, de acordo com o que foi exposto até o momento, podemos compreender o Feirão também como um lugar em que a confiança no produto se dá a partir da relação face a face com o agricultor. Nesse sentido, Giddens (1991, p. 87) argumenta que a necessidade de confiar seria uma consequência da falta de informação plena existente em condições de modernidade⁵². Pontua dois tipos de confiabilidade: o *sistema de confiança face a face*, baseado em um relacionamento duradouro, e os *sistemas peritos*, criados pelos mecanismos de desençaixe que oferecem crédito às interações à distância.

No caso da feira pesquisada, as interações face a face, predominantemente, perpetuam a confiança na qualidade do produto vendido⁵³. Aliás, percebemos que a proximidade entre fregueses e feirantes influencia na percepção da qualidade do produto, bem como a forma da relação é diferenciada, por exemplo, das redes de supermercado.

Assim, podemos compreender a Feira à luz da noção de Certeau (1998, p. 202) sobre espaços e lugares, em que “espaço é um lugar praticado”, ou seja, os sujeitos/indivíduos transformam, a partir da vivência e de apropriações, os lugares em espaços, pois criam uma rede de significados. Dessa forma, a Feira pode ser pensada como um lugar praticado no qual há produção de sentido.

Em relação ao vender fiado, percebi, e depois me relataram, que vendem dessa forma apenas para os “mais chegados”, isto é, só para aqueles que confiam. Após alguns sábados, conheci uma das freguesas “mais chegada” a eles, a qual chamam carinhosamente de “Mamma”. Já vi ela deixando dinheiro “a haver”⁵⁴ com o casal, trazendo os pets vazios, como também deixando para acertar no sábado seguinte.

Dona Dinorá abriu a cadeira e sentou. Dona Mamma chegou. E Dona Dinorá levantou rápido. Dona Mamma disse “achei que tinha me abandonado como antes”. O que me chamou atenção foi ver D. Mamma comprar os pets de leite e as caixas cheias de ovos e sempre trazer os litros de pets e as caixinhas de ovos. Nesse dia, D. Mamma perguntou o preço, D. Dinorá respondeu e D. Mamma disse “e os 4,00 reais a haver?”. D. Dinorá falou “Ah, é”, ficou sem jeito e se desculpou com ela por não lembrar. Disse, então, que até o caderno dela teve que arrumar diferente, porque

⁵² Para Giddens, “modernidade refere-se a estilo, costume de vida ou organização social que emergiram na Europa a partir do século XVII e que ulteriormente se tornaram mais ou menos mundiais em sua influência” (GIDDENS, 1991, p. 11).

⁵³ Cabe ressaltar que, na Feira, como veremos, no mês de julho de 2014, dois grupos conseguiram certificação de produtos orgânicos.

⁵⁴ Expressão usada por uma freguesa, que significa ter crédito para comprar, devido ao fato de já ter deixado dinheiro em outro momento.

tinha se confundido e que não tinha anotado e por isso não lembrava (DIÁRIO DE CAMPO, 22 de junho de 2013).

Existe também uma flexibilização de preço, em alguns momentos. Os fregueses mais “íntimos” recebem descontos ou ganham outro produto de “brinde”. Logo que iniciei o “estágio”, fui contemplada com “merenginhos” que D. Dinorá não havia vendido, e esta, ao entregar-me, disse: “sei que tu gosta, toma esse”. Esse aspecto também demonstra a questão da reciprocidade desenvolvida por Sabourin (2008).

Observei também confiança e amizade entre os feirantes. Existe um *freezer* utilizado por Dona Dinorá e por outro casal de feirantes (casal da banca ao seu lado), ou seja, dividem o *freezer*, combinam preços do leite, auxiliam-se com trocos e cuidam/atendem a banca um do outro, quando alguém tem de deixar o lugar, por alguns instantes.

Verifiquei também que entre os feirantes circulam informações sobre os consumidores. Em um sábado, ainda durante meu “estágio”, Dona Dinorá chegou à banca contando que foi falar com uma feirante de outro pavilhão sobre a senhora que havia começado a comprar os merengues (queria informações sobre a sua nova cliente), e, assim, relatou com receio ao seu esposo que essa feirante contou que a consumidora quis devolver todos os produtos vendidos, porque tinham amanhecido mofados. A partir dessa situação, percebemos que na Feira cria-se uma rede de relações de auxílio entre os feirantes.

O relacionamento entre os agricultores mostra-se permeado por troca de saberes, como também circulam, entre os feirantes, sementes de alho, pimentão, entre outros. Vivenciei essas trocas entre os feirantes, em um sábado pela manhã, quando houve pedido por semente de alho, ao casal, e, em outro dia, descobri que D. Dinorá havia recebido uma muda de pimentão amarelo. O fragmento a seguir ilustra o dia em que presenciei o pedido de semente de alho ao Seu Oscar e à D. Dinorá.

Um senhor também que trabalha na feira, no outro pavilhão (já tinha deixado o questionário com ele), passou na banca e pediu para o casal se eles não tinham semente de alho, pois, no ano passado, plantou em julho e deu muito bom. Depois saiu, e seu Oscar me falou que é bom pegar semente para plantar depois de um tempo de outro lugar; segundo ele, “revigora a terra” (DIÁRIO DE CAMPO, 04 de maio de 2013).

É oportuno destacar que a carne que D. Dinorá usa para fazer agnolini⁵⁵ é comprada na banca de um feirante do outro salão (ou pavilhão). Em conversas com D. Dinorá, descobri que havia ganhado mudas da banca de outro grupo de feirantes. Ressaltamos que o grupo que deu as mudas de pimentão foi o mesmo que, em conjunto com o casal, conseguiu a certificação de produção orgânica. A seguir, apresento o trecho que ilustra o momento em que soube que D. Dinorá havia ganhado uma muda:

D. Dinorá me contou dos pimentões, que não consegue plantar, acaba nascendo bicho dentro. Disse que tinha plantado quinze mudas e nenhuma delas pegou. Contou também que ganhou uma muda de pimentão amarelo. Ganhou a muda da banca ao lado do Seu Lúcio, do Paulo, pelo que entendi. Ganhou e plantou, no outro dia, tinha bicho saindo de dentro. Seu Oscar ouviu e complementou dizendo que os bichos pareciam baratas. O casal falou que não tem sorte pra essas coisas. Seu Oscar, sentado, disse: “é que no fundo a gente sabe o que é [...] a gente não faz como muitos fazem por aí de colocar adubo químico, por isso!” (DIÁRIO DE CAMPO, 18 de maio de 2013).

D. Dinorá tem um celular que usa para se comunicar com suas freguesas. Nas embalagens dos produtos que vendem, como bolachas, massas, há uma etiqueta que contém o seu nome, preço, número de celular, o nome do grupo do qual fazem parte, e, em outros itens, como leite e queijo, há uma etiqueta menor com apenas o nome do grupo e o preço. Na entrevista realizada dia 23 de outubro de 2014, Seu Oscar relatou que colocar, em cada produto, uma etiqueta com o nome do grupo ou algo que o identificasse sempre foi uma ação que defendeu em reuniões na Feira. Ambos acreditam que, se todos os grupos tivessem essa identificação, seria melhor para a Feira, mas contam que encontraram resistência em relação a isso.

Interessantes também eram as ligações que D. Dinorá recebia, em seu celular, de clientes desmarcando encomendas, pois não iam ir pegar naquela manhã. D. Dinorá explicava-me que isso era muito bom para ela, porque, então, vendia para outro consumidor, e não sobrava mercadoria.

Assim, entre conversas e observações, fui descobrindo certas táticas e estratégias usadas por D. Dinorá para não voltar com produtos para a casa. Ela usa um caderno pequeno para controlar suas vendas e encomendas. Alguns de seus produtos acabam sendo vendidos somente por pedido, como, por exemplo, ovo, leite e frango. Relatou-me, certo dia, que as encomendas a ajudam a não voltar com “sobras”. As encomendas também auxiliam, segundo

⁵⁵ É uma massa recheada, conhecida também por Capeleti. É “encontrada na maioria dos estabelecimentos gastronômicos da Região de Colonização Italiana (...) na sua variação correspondente à sopa de Agnolini” (FIGUEIREDO, 2010, p.2).

D. Dinorá, a organizar de maneira que todos os fregueses sejam contemplados, uma vez que não conseguem suprir a demanda de alguns produtos, pois, atualmente, são eles apenas que vêm “tocando a Feira”. Já presenciei também fregueses pedindo mais de um litro de leite, e D. Dinorá dizer que apenas deu para trazer um, pois, segundo o casal, preferem fazer assim e trazer leite para todos os fregueses que encomendaram, ou seja, existe uma preocupação do casal com o freguês, pois procuram não deixar nenhum sem o produto.

Percebemos que a Feira é um universo dinâmico que dialoga com outras questões da sociedade. No dia 08 de maio de 2013, foi descoberta a distribuição de leite adulterado, no Rio Grande do Sul, assim, nos sábados seguintes, o assunto sobre esse fato circulava na Feira. D. Dinorá contou-me que, depois dessa adulteração do leite, os fregueses não reclamaram mais do preço, e a procura aumentou; vendia um pet de 2 litros por R\$2,30. No dia 11 de maio de 2013, contou a mim e a seu esposo que olhou, no supermercado, o preço da caixinha do leite da marca Elegê: estava dois reais e pouco. Seu Oscar, nesse dia, ficou surpreso, pois achava que era mais barato o leite de caixinha. O casal decidiu, então, aumentar o preço do leite (juntamente com o casal de feirantes ao lado de sua banca). Esse fato nos revela que eles levaram em consideração os preços do supermercado local e a demanda do momento para modificar o preço do leite. Na entrevista, enfatizaram que buscam sempre colocar um preço justo em seus produtos, conforme podemos verificar no trecho a seguir:

Oscar: a vontade de comprar e vender era tão grande que ninguém que sabe.

Dinorá: o vício tomo conta, né.

Oscar: o vício tomo conta, e comprar e vender é mais fácil e joga pelo mercado. Hoje joga muito o preço pelo mercado, lá no mercado tá tanto porque eu vou vender a tanto, eu disse nós vamos trazendo lá de casa e de lá nós podemos vender mais barato, né. Ah, mas no mercado tá tanto [...] aí, quando todo mundo joga assim [...] vamo dá o exemplo, assim, o ovo. Quando tá falta de ovo, tão vendendo a 5 pila [...].

Silvana: aham.

Oscar: [...] eu vendo a 4,50, cinquenta centavos menos, pela minha consciência de produtor e também aproveito pra ganhar um dinheiro, né, porque normalmente é assim que funciona o mercado [...] (Entrevista com Seu Oscar e Dona Dinorá, 2014).

Nesse trecho, Seu Oscar demonstra que sua consciência de produtor não deixa aumentar muito o preço do seu produto. Nesse sentido, é oportuno expormos que Chayanov (1981) relativizou conceitos usados por economistas clássicos, estudando o que denominou de economia camponesa, e, assim, por meio do seu trabalho, podemos interpretar que, mesmo o camponês interagindo com o mercado, ambos terão suas especificidades, por exemplo, no caso de seu Oscar, sua percepção de gerar lucro é diferenciada da do grande empresário capitalista, pois a obtenção do lucro mais elevado não se aplica, mas, sim, o lucro que satisfaça a necessidade da família (mais que isso é “ganância”, em suas palavras). Vejamos.

Seu Oscar: É que a gente criou uma ética com o consumidor.
 D. Dinorá: nós temos clientes bons.
 Oscar: a gente não produz em quantidade hoje.
 Dinorá: pouco, mas qualidade.
 Oscar: em cima da qualidade. Pode tu esperar pro outro sábado, mas eu não vou fazer uma coisa mal feita só pra [...]
 Dinorá: [...] pra dizer que te entreguei, né
 Oscar: [...] Que nem agora, nós paramo ali, diminuiu o leite, as pessoas diminui quem pega dois litro pega um, quem pega três pega dois, então, as próprias pessoas se controlam, o consumidor se controla.
 Dinorá: eu vou pegar menos porque eu peguei de outro e não gostei, então, eu espero.
 Oscar: **O próprio consumidor é fiel contigo. Então, tu vai mudar pra que? Vai querer gananciar? Ah, vou comprar outra vaca e vou botar ali e vou fazer dinheiro: Não! Nós não pensamos mais assim. No início a gente conseguiu com tudo essas coisas, a gente apanhou bastante [...] que nem com as vendas, quantas vendas nós fizemo pra esses pontos que não nos pagavam [...].** Levo o produto lá e quando tu ia recebe, ah hoje não tem [...], sim, mas aquele dinheirinho tu precisava pra comprar farinha e [...] (Entrevista com Seu Oscar e Dona Dinorá, 2014, grifo nosso).

Partindo do exposto anteriormente, podemos observar que Seu Oscar interpreta como ganância vender mais do que necessita, ou melhor, é possível compreender que o ganho do colono está em função de sua sobrevivência. Já para o “tipo ideal” de empresário capitalista, descrito por Weber (2004) o ganho teria outro significado, nas palavras do autor:

ganhar dinheiro e sempre mais dinheiro, no mais rigoroso resguardo de todo gozo imediato do dinheiro ganho, algo tão completamente despido de todos os pontos de vista eudemonistas ou mesmo hedonistas e pensado tão exclusivamente como fim em si mesmo, que, em comparação com a ‘felicidade’ do indivíduo ou sua ‘utilidade’, aparece em todo caso como inteiramente transcendente e simplesmente irracional. O ser humano em função do ganho como finalidade da vida, não mais o ganho em função do ser humano como meio destinado a satisfazer suas necessidades materiais (WEBER, 2004, p. 46).

Assim, segundo Weber (2004), o empresário capitalista disciplinaria sua ação na tentativa de não ter desperdícios e gastos supérfluos com o objetivo de lucrar. Ressaltamos que, na perspectiva desse autor, o capitalismo é um sistema econômico que tem como característica a busca pelo lucro por meio da organização racional do trabalho.

Ao longo da minha permanência na banca, presenciei momentos que se repetiam todos os sábados, pela manhã, naquele espaço. Observei que muitos feirantes compravam pacote de sacolas plásticas de um homem que passava na Feira comercializando. Havia também, em um determinado momento, uma senhora que circulava pela Feira tocando um sino. Esse fato significava que iria começar alguma reunião, e, devido a isso, alguns feirantes se dirigiam à sala onde aconteciam as reuniões. Geralmente, eram os homens que participavam e as mulheres ficavam cuidando das bancas.

Em relação ao final da Feira, cabe a cada feirante "arrumar" sua banca. A partir das 11 horas, alguns feirantes já começam a fazer limpeza; no local, há vassouras, as quais são utilizadas para tirar os restos de alimentos que ficam caídos no chão. O casal guarda tudo com a maior calma, retiram a toalha que trazem para colocarem em cima da banca. Seu Oscar traz o seu automóvel para frente do pavilhão e, aos poucos, leva as caixas e o que sobrou de mercadoria ao carro. Geralmente, retornam para casa antes da 13 horas. Também, ao final da Feira, é recolhida, por alguns feirantes que passam em cada banca, uma comissão por grupo de 8% de sua venda para manter o local, pagar água, luz, limpeza, manutenção. Seu Oscar contou que essa porcentagem não é tão fixa, que pode colaborar com quanto quiser.

Durante a semana, o casal fica organizando a próxima Feira (o sábado seguinte). Segundo D. Dinorá, no início da semana, já prepara os produtos, às vezes, com o auxílio de vizinhas, da filha. No dia 04 de maio de 2013, na Feira, contou que, na terça-feira, havia feito agnolini (massa tipicamente italiana, ou nas palavras de D. Dinorá, "é de gringo") e, na quarta-feira, um casal comprou tudo, tendo que fazer novamente, no dia seguinte; assim, pediu ajuda novamente para as vizinhas.

Diante desse contexto, na sequência, apresentamos, a partir da visita realizada na propriedade do casal, um pouco mais sobre como foram aprendendo a comercializar, naquele espaço, e também, a partir de fotografias⁵⁶, relatamos brevemente a rotina semanal em função da Feira.

3.1.2 Uma visita à propriedade rural do casal de feirantes

Silvana: então, vocês podem dizer que o que faz [...] vocês continuar na feira: é a qualidade do produto [...]?

D. Dinorá: a qualidade do produto, o cliente fiel [...].

Seu Oscar: a confiança do cliente na gente.

D. Dinorá: é.

Seu Oscar: [...] aquela confiança que a gente fez o trabalho, por exemplo, assim, de formiguinha, de conquistá [...], vocês mesmo podem lembrar quantas vezes eu insisti com vocês virem aqui?

D. Dinorá: [...] vêm lá conhecer!

Seu Oscar: [...] vêm lá conhecer, e assim, eu faço com os clientes, vem conhecer! Vem ver!

D. Dinorá: tem muita gente que conhece, que vem aqui [...]. (Entrevista com Seu Oscar e Dona Dinorá, 2014).

⁵⁶Procuramos apresentar as imagens de maneira que "narrem" ou "relatem" um pouco da rotina dos feirantes, em função do Feirão Colonial.

Esse fragmento da entrevista demonstra os vários convites recebidos para conhecermos a propriedade do casal de feirantes, bem como o fato de ser habitual os consumidores irem visitar a propriedade. Outra reflexão que o trecho nos proporciona é a importância da confiança do cliente nos produtos comercializados pelo casal, ou melhor, em uma “ética com o consumidor”⁵⁷, que iremos, ao longo deste subcapítulo, explicar.

No dia 23 de outubro de 2014, fui, juntamente com as integrantes da pesquisa Daniele e Jamile e com meu pai, que nos levou de carro, conhecer o local (figura 26) em que vivem D. Dinorá e Seu Oscar. Disseram-nos com calma e detalhadamente como iniciaram na Feira e como ela foi importante para satisfazer as necessidades da família.



Figura 26 – A foto (a) representa a frente da propriedade rural, e a foto (b), a horta ao lado direito da entrada.

Fonte: Arquivo da pesquisa “Na feira: produção, distribuição e consumo entre agricultoras feirantes na região central do Rio Grande do Sul”; fotografias capturadas pela pesquisadora Silvana, no dia 23 de outubro de 2014.

Ao chegarmos à propriedade, percebemos que o portão de entrada estava aberto, meu pai já foi abrindo, e eu com receio disse: “não abre, deixa eu ligar para a D. Dinorá primeiro”. Liguei avisando que estávamos ali, e ela falou que o portão estava aberto, que poderíamos ir entrando, pois estavam no fundo da propriedade. Olhei para meu pai e as meninas e disse:

⁵⁷ Expressão usada na entrevista por Seu Oscar, expondo que não produzem em quantidade, mas em qualidade.

“bah, tu tinha razão, dava para irmos entrando”; meu pai respondeu: “mas eu sei, eu já morei pra fora”. Então lembrei que eles haviam dito que deixavam sem chave o portão e que nós poderíamos entrar.

Mostraram a horta que têm em frente da casa; havia alguns moranguinhos, pimentões. Conhecemos toda a propriedade deles, acompanhamos também algumas de suas atividades rotineiras (figuras 27 a 30), como tirar leite das vacas, recolher os ovos do galinheiro. Vimos também a fábrica de bolachas e massas caseiras (figura 31).



Figura 27 – Atividade rotineira: recolhendo ovos.

Fonte: Arquivo da pesquisa “Na feira: produção, distribuição e consumo entre agricultoras feirantes na região central do Rio Grande do Sul”; fotografias capturadas pela pesquisadora Jamile Costa, no dia 23 de outubro de 2014.



Figura 28 – Atividade rotineira: guardando os ovos para a venda na Feira.

Fonte: Arquivo da pesquisa “Na feira: produção, distribuição e consumo entre agricultoras feirantes na região central do Rio Grande do Sul”; fotografias capturadas pela pesquisadora Jamile Costa, no dia 23 de outubro de 2014.



Figura 29 – Atividade rotineira: tirando o leite e armazenando para depois vender.

Fonte: Arquivo da pesquisa “Na feira: produção, distribuição e consumo entre agricultoras feirantes na região central do Rio Grande do Sul”; fotografias capturadas pela pesquisadora Silvana, no dia 23 de outubro de 2014.



Figura 30 – Atividade rotineira: guardando o leite.

Fonte: Arquivo da pesquisa “Na feira: produção, distribuição e consumo entre agricultoras feirantes na região central do Rio Grande do Sul”; fotografias capturadas pela pesquisadora Silvana, no dia 23 de outubro de 2014.



Figura 31 – A pequena fábrica de bolachas e massas caseiras.

Fonte: Arquivo da pesquisa “Na feira: produção, distribuição e consumo entre agricultoras feirantes na região central do Rio Grande do Sul”; as quatro primeiras fotografias foram capturadas pela pesquisadora Silvana, e as duas últimas, pela integrante Jamile Costa, no dia 23 de outubro de 2014.

A entrevista foi realizada em uma roda de chimarrão com bolachas feitas por D. Dinorá (bolacha de mel e as pintadas, também comercializadas na Feira). Iniciamos a entrevista falando sobre seus pais, que eram agricultores, e logo nos relataram um pouco sobre como conheceram o Feirão Colonial e a maneira como iniciaram as atividades nesse espaço.

Quando perguntei se o preço chamava os clientes, os dois foram categóricos em dizer que “o preço é uma coisa variável”. D. Dinorá, então, disse que teve uma época em que os preços no Feirão eram tabelados, ainda com poucos agricultores e existindo apenas um pavilhão. Aconteciam reuniões, ao final da feira, nas quais decidiam os preços dos produtos, se aumentariam ou continuariam com o mesmo, e todos vendiam conforme o preço limite que havia sido estabelecido em conjunto, mas mesmo assim alguns vendiam mais produtos que outros.

Nesse período, começaram a vender também coisas do hortifrúti. Contaram que uma melhor apresentação visual do seu produto e a forma de exposição na Feira aumentou a venda com os preços tabelados. A seguir, destacamos o depoimento do casal sobre a mudança na apresentação do produto e o aumento das vendas:

D. Dinorá: nós entramos com um senhor lá de Agudo que já era feirante ali, né, entramos junto no grupo dele e coisa e tal. [...] o pepino não era lavado, ele tinha aqueles espinhosinhos, sabe, daí, quando eles se esfregam com o outro, eles se machucam, daí, fica machucado [...] fica feinho, né. Quando nós vimos aquilo, 'bah, mas olha ali, nós podia também levá' [...].

Seu Oscar: temperos era uma loucura [...].

D. Dinorá: [...] Aí nós começamos também, só que nós embalava, lavava bem o pepino e embalava tudo em pacotinho de meio quilo, chegava de manhã na feira [...] ali já tava com o precinho e a etiqueta em cima, já tava limpo, lavado e ensacado, só passava a sacola, aí, pa pa pa, chegava oito e meia, nove horas não tinha mais nada na nossa mesa. E aí? [...] Começou a crescer o olho, porque aquela que chegou ontem tá vendendo tudo e eu que to já faz 2, 3 anos tá sobrando, né [...]. Aí nós fomos crescendo, mas sempre tentando melhorar, [...] bah, mas lá eu vi, às vezes, em outras feiras, tinha assim e assim [...] vamos melhorar [...] (Entrevista com Seu Oscar e Dona Dinorá, 2014).

O fragmento supracitado ilustra o saber do negócio sendo aprendido pelo casal por meio de sua vivência na Feira. Relataram que sempre buscaram melhorar a partir do conhecimento que iam adquirindo, ao observar outras feiras, como também que ensacar os pepinos em pacotes de meio quilo, colocar os preços, etiquetar, facilitou e aumentou a venda. Assim, percebemos que o camponês, no ambiente da feira, “vivenciando diferentes situações, melhores condições terá para maximizar a utilização dos fundos de que dispõe e se aproveitar da rede de relações sociais à qual pode ter acesso” (GARCIA, 1984, p. 173). Melhor dizendo,

aprender a comercializar é estar na feira, observando e adquirindo prática com os saberes empíricos que ali circulam.

Podemos verificar, na fala transcrita anteriormente, outros camponeses que estavam na Feira há mais tempo, porém, não vendiam mais produtos que o casal. Desse modo, o fato de Seu Oscar já ter trabalhado em uma fábrica de bolachas (como veremos mais adiante) e o casal já ter experiência em vendas desse produto, em seus 18 pontos de venda, ou por outras situações que vivenciaram, podem ser compreendidos à luz do conceito de *habitus* desenvolvido por Bourdieu (1996).

Entendemos *Habitus* (BOURDIEU, 1996, p. 128) como disposições estruturantes (mentais e objetivas) adquiridas, incorporadas pelos agentes, não apenas como um repositório coletivo de construções sociais que ocorrem no presente sob as luzes de um passado incorporado, mas como um sistema de disposições duráveis (estrutura estruturada) predispostas a funcionar como geradoras de práticas e representações (estrutura estruturante). Nesse sentido, podemos compreender as mudanças realizadas pelos feirantes (descritas acima), as quais acabaram por aumentar as suas vendas, quando foram aplicadas como parte do processo denominado de *habitus*.

Assim, o conceito de *habitus* nos ajuda a compreender que quanto mais tempo o agricultor familiar vivenciar a feira, ou seja, vender, passear, olhar, negociar, mais irá desenvolver gradativamente o saber do negócio, isto é, apreender paulatinamente a partir de sua visão de mundo, das técnicas de apresentação do produto, como lidar rapidamente com o dinheiro, da maneira de se dirigir e comunicar com os consumidores a estabelecer relações de confiança que ajudam a enfrentar dificuldades futuras, de fazer uso do celular para um melhor atendimento, entre outros.

Segundo o casal, eles produzem de acordo com a demanda que observam. O agnolini, por exemplo, tem mais saída no inverno, sendo essa estação o período mais forte de venda para eles. Aprenderam também, ao longo da vivência na Feira, que, entre os produtos do hortifrúti e as massas e bolachas, estas últimas eram a melhor opção de venda, com a exceção de alguns produtos como moranguinho, que continuaram levando:

Seu Oscar: [...] depois começemo a levar tudo, tudo anotadinho [...] sempre, sempre anotadinho. Aí tu sabe, mesmo pra nós sabê , ah tal época é época do agnolini, temos que nos envolver mais no agnolini, que o agnolini é aquela procura naquela época [...] se organizemo nesse sentido. Tentamo pelo menos [...] do jeito que dá, ah tal época vai mais bolacha, tal época vai mais massa, então, vamo trabalha em cima disso. A horta, vocês que conhecem a feira, tu vê que vem gente de caminhão com alface, com verduras, né, então, não adianta eu querer a mínima coisa ali, investir ali, encher a horta de alface ou coisa assim que eu não vou tê uma renda disso, sabe. [...] aí, a gente focou, o que que nós podemos fazer da horta que dá dinheiro? Ah, o

moranguinho, vamo investir no moranguinho. Porque o nosso moranguinho é assim, [...] posso levar uma caixinha assim que eu vou vender, o mesmo a alface. Nós, até esse ano, levamo alguns pés, pouco, mas eu sei que se eu levar um pé eu sei que eu vou vender aquele um pé. Só que não é viável pra mim, ficar investindo, insistindo naquilo ali (Entrevista com Seu Oscar e Dona Dinorá, 2014).

Nesse trecho, percebemos que, para terem maior conhecimento da demanda, passaram a levar tudo “anotadinho” e, assim, organizaram a quantia a comercializar no Feirão, investindo no que achavam viável, como massas, especialmente o agnolini, bolachas. Nesse sentido, percebemos, como já exposto anteriormente, que a socialização do saber do negócio acontece da vivência na própria Feira.

Sobre as bolachas, nos contou que a opção por não vendê-las em pacotes de um quilo⁵⁸ deu-se por acharem que agradaria mais o consumidor da Feira:

Seu Oscar: e o pessoal tinha muita [...] eu trabalhei em uma indústria de biscoito, antes. Então eu tenho conhecimento de comércio grande, né, lidava com vendas enormes de biscoitos e aí [...], quando nós começemo a feira, eu me lembro o Giacomini, os outros pessoal que vendia, eles vendiam de quilo.

Dona Dinorá: pacote grande de bolacha.

Seu Oscar: quilo de bolacha, né, e, quando nós começemo, eu disse: 'não nós temo que fraciona porque tu não vai comprar, na dúvida tu não vai comprar um quilo de bolacha, e se ela não é boa? Né, daí, tu tem um quilo daquele troço ali. Fizemos de gramas, etiqueta e nome [...] (Entrevista com Seu Oscar e Dona Dinorá, 2014).

No fragmento supracitado, observamos o uso do termo ‘fracionar’ por seu Oscar, quando explana o seu conhecimento anterior em “vendas enormes” e discorre que, por já ter trabalhado em uma indústria de biscoito, optou por diminuir a quantia vendida e colocar etiqueta e nome do grupo em cada pacote. Além disso, podemos compreender as atitudes descritas, até o momento, de D. Dinorá e Seu Oscar como empreendedoras, no sentido de terem iniciativa e buscarem inovar na comercialização. A noção de empreendedor para Schumpeter (1982) se refere aos indivíduos cuja função é realizar novas combinações entre diferentes fatores de produção e novas tecnologias não necessariamente sendo capitalistas, mas, sim, indivíduos inovadores. No caso do casal, o fato de arriscarem em novas maneiras de apresentar e vender seus produtos (fracionar, diminuir a venda de leite por consumidor) possibilita interpretarmos como ações empreendedoras.

Também observamos a preocupação do casal em agradar o cliente vendendo produto de qualidade. Vejamos.

⁵⁸ Em 2014, as bolachas (broa de mel, a pintada, bombom) eram vendidas em pacotes com 200 gramas, os merengues, com 100 gramas, e as massas caseiras, com 500 gramas.

Dinorá: [...] mas pra nós o forte é o inverno, por causa da agnolini [...]
 Oscar: É que a gente criou uma ética com o consumidor.
 Dinorá: nós temos clientes bons.
 Oscar: a gente não produz em quantidade hoje.
 Dinorá: pouco, mas qualidade.
 Oscar: em cima da qualidade. Pode tu esperar pro outro sábado, mas eu não vou fazer uma coisa mal feita só pra [...].
 Dinorá: [...] pra dizer que te entreguei, né.
 Oscar: [...] Que nem agora, nós paramo ali, diminui o leite, as pessoas, diminui quem pega dois litro pega um, quem pega três, pega dois, então, as próprias pessoas se controlam; o consumidor se controla.
 Dinorá: eu vou pegar menos, porque eu peguei de outro e não gostei, então, eu espero.
 Oscar: O próprio consumidor é fiel contigo. Então, tu vai mudar pra que? Vai querer ganância. Ah, vou comprar outra vaca e vou botar ali e vou fazer dinheiro. Não, nós não pensamos mais assim. No início, a gente conseguiu com tudo essas coisas, a gente apanhou bastante [...] que nem com as vendas: quantas vendas nós fizemo pra esses pontos que não nos pagavam. Levo o produto lá e quando tu ia recebe, ah hoje não tem; tem [...] sim, mas aquele dinheirinho tu precisava pra comprar farinha [...] (Entrevista com Seu Oscar e Dona Dinorá, 2014).

Segundo Seu Oscar e D. Dinorá, desde quando começaram no Feirão, tinham a pretensão de ter a certificação de produção orgânica, a qual conseguiram em julho⁵⁹ de 2014, por meio da certificação participativa. Perguntei se havia ocorrido alguma mudança na venda de seus produtos, depois disso, e Seu Oscar foi enfático em responder que não, até porque as maiores vendas que tem são com bolachas, massas e leite. Acrescentou que acredita que, ali na Feira, a certificação de produção orgânica ainda não é algo valorizado pelos consumidores, mas a tendência é que seja, e que a relação de confiança face a face é o que proporciona a venda. Vejamos a seguir um fragmento do seu depoimento:

Oscar: [...] então, não agrega valor [...], porque a consciência do nosso consumidor, até tem consciência do produto orgânico, mas, se jogou no bolso, eles também perdem a consciência [risos]. Então, não tem aquilo assim, eu pagaria mais [...] então, não conseguimos ganha nada a mais por isso. A única vantagem é aquela coisa: eu sei que o que eu como [...] de manhã cedo, eu pego aqui, vou lá na horta, pego uma laranja, um pêssego [...] eu passo lá na horta, tô comendo moranguinho, vai lá no fundo, arranca uma cenoura, limpo na calça e vou comer porque eu sei que não preciso me preocupar com isso (Entrevista com Seu Oscar e Dona Dinorá, 2014).

Assim, compreendemos que o “pegar a feira” exige certos conhecimentos que são aprendidos no dia a dia de trabalho. Ao longo da minha permanência, na banca do casal, percebi o conhecimento e a amizade deles com os seus fregueses, bem como a de outros feirantes com seus clientes e entre os próprios feirantes. A partir disso, verificamos a circulação de relações duradouras e impessoais na feira. Verificamos a existência de troca de

⁵⁹ Em junho de 2014, já tinham a certificação de produção orgânica, mas foi lançado oficialmente em julho de 2014 na FEICCOP.

saberes, conversas não apenas sobre questões mercadológicas e econômicas, mas também informações sobre a forma como o produto foi plantado ou produzido, trocas de receitas, dicas de preparo do alimento, entre outros.

Vimos também que o objetivo prioritário do casal de feirantes, ao adentrar na Feira, consistiu em satisfazer as necessidades da família; fazer parte daquela é aprender a maneira de expor seus produtos em dia de Feira, de conquistar freguesia. Podemos compreender que é aos poucos que o saber do negócio vai sendo aprendido pelo feirante, o qual se dá ao longo da sua vivência na Feira, por exemplo, traz o produto em menor quantia ou embalado porque percebeu que vende mais, como também utiliza o celular, enfeita a sua banca e começa a vender por encomenda.

3.2 O “Guardião de sementes”⁶⁰

[...] por gostar e por ter mais segurança financeira, ou seja, uma entrada de renda semanal (Seu Lúcio, em resposta a pergunta do questionário “Por que escolheu esta atividade?”, 2013).

O trecho anterior revela os motivos que levaram Seu Lúcio a escolher a atividade da feira, ou seja, por gostar e pela renda semanal que obtém a partir dela. O preenchimento do questionário por ele foi realizado no momento em que o conheci no Feirão, como também em meio a entrevistas informais sobre suas táticas de venda. Logo depois, Maria Rita Py Dutra e eu fomos convidadas a conhecer sua propriedade, em Pinhal Grande, visita esta que ocorreu em 12 de maio de 2014, quando realizamos filmagens, entrevistas e tiramos fotos.

O senhor Lúcio mora em Pinhal Grande – RS, é casado, descendente de italianos, tem 47 anos, dois filhos (um filho que cursa Agronomia, na UFSM, e uma filha que estuda no ensino médio, nessa cidade), usufruí 32 hectares⁶¹ de terra e trabalha há 19 anos⁶² no Feirão Colonial com sua esposa e filhos. Conheceu a Feira por meio de seus pais que vendiam alguns

⁶⁰ Cito “Guardião de sementes”, pois foi um termo usado por um consumidor da Feira, em conversa com a pesquisadora Maria Rita, quando se referiu ao Seu Lúcio.

⁶¹ No questionário preenchido, em 22 de março de 2013, Seu Lúcio nos relatou que usufruía de 10 hectares de terra. Na visita realizada em sua propriedade, dia 12 de maio de 2014, expôs que tinha 32 hectares, pois arrendava alguns de seu pai, mas apenas cultivava 15 hectares.

⁶² Durante o ano de 2015, completará 20 anos de feira, pois começou a “pegar feira” em 1995.

produtos. Os pais de Seu Lúcio conheceram a Feira a partir da ligação, principalmente de sua mãe, com a Igreja Católica. A mãe do Seu Lúcio teve conhecimento da Feira a partir de um programa de rádio, em que Dom Ivo comentou sobre a mesma. Contou-nos que, apenas depois de casado, começou a realmente “levar a sério” a comercialização, nesse local, quando viu, então, uma alternativa de sustento. Relatou a nós que, quando começou a ir vender seus produtos em Santa Maria, foi o salário da sua esposa como professora pelo município que sustentou a família, pois o dinheiro com a venda, na Feira, em suas palavras, “não dava nem para pagar a gasolina da viagem”.

Inicialmente, trabalhou com a venda de peixes, embutidos e, depois de 1998, mudou o seu principal produto de venda para o feijão. Cabe fazer uma ressalva sobre a mudança de produto do Seu Lúcio: o final de 1998 foi um ano complicado para os participantes do Feirão Colonial, devido à troca de partido no governo. Quando terminava o mandato do então governador Antônio Britto (PMDB) – que foi sucedido por Olívio Dutra (PT) –, apareceu a fiscalização da Vigilância Sanitária, no Feirão (dia 31 de dezembro de 1998), e muitas mudanças na agroindústria da Feira aconteceram, como a rotulagem dos produtos, a partir da criação do selo Sabor Gaúcho, Sabor da Terra. No caso do Seu Lúcio, ele parou de vender peixe devido ao fato de não conseguir seguir as normas que recomendavam, pois acabaria tendo um custo muito elevado, o qual, no momento, não poderia gastar.

Atualmente, tem como principal produto o feijão, mas comercializa também outros, como laranja e milho verde. Muitos desses alimentos são itens da propriedade do seu pai e de associados do seu grupo que moram em Pinhal Grande ou em localidades bem próximas. Na entrevista, nos contou sobre os associados e fez uma declaração, nos revelando as lutas de força que acontecem:

Ali nós somos 20 associados, mas são em oito famílias, por exemplo, o casal são dois associados. A gente fez isso pra dar o impacto do número também [...] sabe como que é um deputado, um vereador, quando ele vem fazer a campanha, ele não quer saber quantas famílias, mas quanto eleitor tem [...] e isso dá impacto e deu resultado pra nós. Nós somos vinte associados, mas envolve oito famílias basicamente (Entrevista com Seu Lúcio, 2014).

Além disso, Seu Lúcio mencionou que faz cinco anos que a venda da Feira vem crescendo: no ano passado, vendeu 700 sacos de feijão; também nos relatou que seu filho André tem se interessado em continuar com essa prática. A seguir destacamos um fragmento do depoimento desse feirante, o qual esclarece sobre os benefícios atuais da Feira:

Assim, só pra dar uma ideia, o ano passado eu girei com mais de 700 sacos de feijão [...] este ano, eu já vou alcançar 500 sacos, antes da metade do ano de giro, e eu

tenho que fazer estoque, produzir, colher, adquirir pra poder fazer estoque pro ano inteiro, né, então, certamente vai ultrapassar mil sacos de feijão [...] isso comercializar só de feijão, fora outros produtos. Até o André agora tá em Santa Maria, tá mais perto, tá de sábado a sábado ajudando, já é ramos da atividade dele, tá se interessando, vendo resultado. Então ele começou a fazer, de uns dois anos pra cá, uma planilha, né, uma média de vendas, os custos, as sobras e [...] pra ver se no investimento do caminhão havia [...], mas ele tá assim entusiasmado [...], diz “[...] pai, e eu pensando em fazer agronomia” e eu disse “faça agronomia, depois tu vê, vai te servir se tu voltar pra cá”. E, assim, a feira está dessa forma (Entrevista com Seu Lúcio, 2014).

No início do relato, o agricultor expõe que seu produto principal comercializado na feira, o feijão, não está mais dando prejuízo, pelo contrário, se tornou até uma atividade que vem despertando o interesse de seu filho. Nesse sentido, podemos pensar a atividade da feira como uma alternativa para a reprodução social do campesinato. Seu Lúcio também demonstra, nesta fala, o seu domínio e conhecimento sobre a sua venda, podendo fazer projeção que em 2014 iria “girar” muito mais sacos de feijão que 2013, enfatizando a importância de “produzir”, “colher”, “adquirir”, para poder fazer estoque.

Diante do relato supracitado de Seu Lúcio, percebemos o quanto o trabalho com a feira está trazendo benefícios à família e também que é um trabalho familiar, em que o filho é um aprendiz. Assim, na sequência, apresentamos mais sobre essa atividade, por meio da transcrição de conversas e observações realizadas durante a feira com Seu Lúcio.

3.2.1 Entre conversas e observações: a banca do grupo de Seu Lúcio

No dia 01 de fevereiro de 2014, no Feirão, Daniele e eu tivemos uma longa conversa com Seu Lúcio sobre a sua atividade na Feira. Estávamos em pleno verão, e essa já estava com pouco movimento, então, neste dia, foi possível conversarmos com mais calma. Os produtos que o feirante vende não estavam todos na banca, como milho verde, abóbora, laranja e outras frutas, mas algumas variedades de feijões tomavam conta desse espaço.

Contou-nos que a demanda, no inverno, é muito maior, o que veio ao encontro de nossas observações até então, pois percebemos que a movimentação, em dias frios, é bem maior do que a do mês de fevereiro, pois há uma sazonalidade na Feira que acompanha os

ritmos da cidade e que, dependendo destes, há mais ou menos clientes⁶³. No inverno, nos relatou que chega a vender 15 quilos de laranja por sábado. Para ele, ali na Feira, “é bastante seguro até [...] mais do que lavoura tradicional”. Muitos produtos que comercializa são excedentes do seu pai, como vinho, batata inglesa e alho, mas, nesse dia que conversamos, esses produtos não estavam expostos em sua banca.

Seu Lúcio comercializa diversas variedades de feijões, pois, conforme nos relatou, “viu”, pelo seu tempo trabalhando em feira, que era um produto que a clientela sempre procurava, ou seja, o escolheu pois é um alimento básico, pelo qual sempre haverá procura. Para ele, vender feijão é mais vantajoso do que vender embutidos. Em suas palavras: “não é algo básico do dia a dia [...] o feijão é básico, algo que gira... tem sempre demanda [...]”. Nesse sentido, podemos dizer que, ao longo da permanência de Seu Lúcio na Feira, foi aprendendo a perceber quais os produtos eram aqueles que realmente os consumidores vinham à Feira comprar, pois, conforme disse, é um alimento básico, não pode faltar na mesa. Desse modo, também podemos denominar a atitude de Seu Lúcio como empreendedora, pois, por meio da observação, intuiu qual produto seria mais vantajoso para ele e arriscou. Abordaremos mais adiante essa questão.

De acordo com Seu Lúcio, os produtos “*in natura*” são mais práticos e fáceis de vender diretamente na Feira. Falou-nos que, quando trabalhava com peixe e fazia o salsichão de peixe, tinha de acertar o cozimento e que, dependendo do dia, “não saía boa coisa”. Nas conversas, também explicou que considera mais vantajoso trabalhar na Feira do que com a plantação de fumo e soja, pois este tipo de atividade apresenta muito risco e despesa (“estiagem, chuvarada, envolvimento com a safra”, etc.). A plantação da soja envolveria manutenção de máquinas. Já a plantação de feijão exige um mínimo de terra, o que não se daria com a soja; para ele, a soja é “uma ilusão”.

Seu Lúcio chegou a ter 20 variedades de feijões. Segundo ele, “isso atrai [...]”, e, sobre os preços do feijão, nos contou que coloca o “preço do mercado [para] o feijão normal, os outros diferentes tu pode agregar valor”. Seu Lúcio, ao nos relatar esse fato, mostra que utiliza como parâmetro o preço do mercado, agregando valor apenas para os feijões que não são os “normais”, os tradicionais.

Além de atrair o consumidor, por meio da variedade de feijões, afirmou que, para fidelizar o cliente, busca manter a qualidade e a ética, de modo que, se o consumidor pergunta

⁶³ Os meses de janeiro e fevereiro compreendem o período de férias na Universidade Federal de Santa Maria. Servidores públicos, professores e alunos, geralmente, não ficam na cidade, acarretando um período de pouco movimento no comércio de Santa Maria.

se tem veneno, ele é sincero e diz que usa um pouco na produção. Diz, ainda, que tem estratégias para vender, “jeito de mostrar os produtos, os preços”, por exemplo, quando chega um cliente novo, ele não fala o preço dos feijões diferenciados (os mais caros) primeiro, mas, sim, sobre as várias variedades de feijões (figura 32) com que trabalha, para só depois mostrar o tradicional (o mais barato), e, em seguida, informar o preço daqueles. E brinca, falando que jamais vai chegar dizendo “de cara”, para um consumidor novo, o preço, senão ele não leva.



Figura 32 – Tipos de feijões vendidos na banca do feirante Lúcio.

Os feijões mais tradicionais encontram-se perto da balança, os outros, em sacos plásticos, mais à direita.

Fonte: Arquivo da pesquisa “Na feira: produção, distribuição e consumo entre agricultoras feirantes na região central do Rio Grande do Sul”; fotografia capturada pela pesquisadora Silvana, no dia 01 de fevereiro de 2014.

Por meio dessa conversa informal, podemos conhecer mais a atividade da feira e notar o enorme conhecimento adquirido por Seu Lúcio, o qual aprendeu, ao longo desses 19 anos, comercializando na Feira onde seu pai também vendia produtos. Vimos também a iniciativa em mudar o produto principal, apostando em uma nova possibilidade que pode ser compreendida como uma atitude empreendedora à luz da noção de empreendedor de

Schumpeter (1982). Para este autor, o empreendedor escolhe caminhos que, muitas vezes, “o sucesso de tudo depende da intuição, da capacidade de ver as coisas de um modo que depois prove ser correto, mesmo que não possa ser estabelecido no momento” (SCHUMPETER, 1982, p. 60).

Em relação à sua rotina, destacou que, um dia por semana, vai ao "armazém" (trata-se do lugar em que estão armazenados os feijões, ver figura 33) e dá uma olhada, uma conferida nos grãos e na qualidade. Mostra, para nós, os feijões que não teve tempo de conferir e que estavam “quebrados”. Falou-nos, também, que os grãos que não atingem uma qualidade boa são vendidos para a Cooperativa Central de Desenvolvimento Rural (COOPERCEDRO).



Figura 33 – Locais de trabalho e as atividades relacionadas com a armazenagem do feijão.

As fotos buscam expor a rotina semanal de seu Lúcio para vender o feijão na feira: ir ao armazém verificar a qualidade dos grãos; para isso, utiliza uma máquina que o auxilia, e deixa alguns feijões em frente a sua propriedade para a secagem.

Fonte: Arquivo da pesquisa “Na feira: produção, distribuição e consumo entre agricultoras feirantes na região central do Rio Grande do Sul”; fotografia capturada pela pesquisadora Silvana, no dia 12 de maio de 2014.

Em relação ao fiado, expôs a nós que “um que outro pede para pagar no outro sábado”; segundo Seu Lúcio, o cliente “fiel”, aquele assíduo, ele aceita “pendurar” para o outro sábado e também para aqueles que vêm comprar para vender em fruteiras, restaurantes.

No dia 01 de fevereiro de 2013, enquanto conversávamos com Seu Lúcio, educadamente, ele pediu licença a nós para atender um consumidor, pois seus filhos estavam

atendendo outros fregueses. Percebi que ele pegou uma sacola com duas caixas de ovos, na qual havia um nome escrito: Aline (ou Alice). Pensei: eles fazem encomendas também. Nesse mesmo dia, nossa conversa foi interrompida algumas vezes; além da situação descrita anteriormente, ocorreu outra interrupção de um cliente, que, em tom de brincadeira, disse que queria falar com urgência com o Seu Lúcio. Nesse momento, ouvimos uma voz, vinda dos fundos do pavilhão, de outro senhor (alto e grisalho) que também queria falar com Lúcio. Este nos falou que o homem era dono de um restaurante e estava na Feira para comprar dele. Seu Lúcio pediu que aguardássemos e foi, juntamente com o freguês, ao fundo do pavilhão, onde estava sua caminhonete com os sacos de feijão que este tinha vindo buscar.

Diante do exposto, tivemos a intenção de expor a perspectiva de Seu Lúcio sobre sua atividade na feira e experiência nas vendas. Também explanamos sobre as interações que foram observadas, em um dia de feira, na banca do feirante.

A seguir, aprofundamos mais algumas questões, a partir da visita à propriedade rural desse agricultor.

3.2.2 Uma visita ao Sítio Somavilla

A visita foi realizada em um dia ensolarado e, apesar de a viagem ter sido cansativa, o aprendizado foi motivador. Maria Rita Py Dutra, meu pai e eu fomos recebidos por Seu Lúcio e sua filha, no centro da pequena cidade de Pinhal Grande-RS, emancipada em 1991, com 4.471 habitantes⁶⁴. Depois, Seu Lúcio nos conduziu a um restaurante simples e aconchegante, pertencente a um parente seu. Em seguida, conhecemos a sua propriedade (figura 34), a qual é um pouco afastada do centro da cidade, e a casa dos seus pais (figura 35), que residem ao lado. Ao entrarmos no local em que reside, há uma placa com a seguinte escrita: “Sítio Somavilla” (figura 34), pois sua propriedade faz parte da rota turística da Quarta Colônia.

⁶⁴ Dado do Censo Demográfico do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE): <http://www.cidades.ibge.gov.br/painel/painel.php?lang=&codmun=431447&search=|pinhal-grande>. Acessado dia 12 de fevereiro de 2015.



Figura 34 – Imagem da entrada da propriedade onde mora o Seu Lúcio.

Fonte: Arquivo da pesquisa “Na feira: produção, distribuição e consumo entre agricultoras feirantes na região central do Rio Grande do Sul”; fotografias capturadas pela pesquisadora Silvana, no dia 12 de maio de 2014.



Figura 35 – Foto tirada na propriedade rural do pai de seu Lúcio, o senhor à esquerda.

Fonte: Arquivo da pesquisa “Na feira: produção, distribuição e consumo entre agricultoras feirantes na região central do Rio Grande do Sul”; fotografia capturada pela pesquisadora Silvana, no dia 12 de maio de 2014.

Realizamos a entrevista depois de conhecermos sua rotina e propriedade, sendo realizada na varanda, ao lado da sua casa, onde havia vários sacos de feijão e uma balança. Na entrevista, Seu Lúcio iniciou nos contando sobre sua família e que atualmente é o único dos irmãos que mora ao lado do pai e trabalha na feira.

Contou-nos como foi, aos poucos, ganhando espaço na Feira, ao vender os feijões, e descobrindo, por meio da variedade de produtos e exposição deles, que poderia conquistar freguesia, conforme verificamos no relato que segue:

Teve um período que a gente comprou uma kombi [...] era um espaço maior pra levar a carga, mas era uma atividade secundária, não era a principal, e nós tocava igual na **lavoura** [...] plantava, vendia produto por fora, mas aí a gente foi vendo, como eu digo assim, as brechas de mercado, né, a demanda [...] começamos a dar a atenção ao que o consumidor quer e notei que se abriu um espaço para o feijão. Aí, comecei a trabalhar com variedades, de alguma forma atrair o consumidor com variedades, enfeitar a banca, né, chamar atenção. Viam um lá, provavam isso e tal [...] e aí começou a ter demanda, né (Entrevista com Seu Lúcio, 2014).

Percebemos, pela fala de Seu Lúcio, que foi pela vivência na Feira que percebeu “as brechas de mercado” e, assim, foi focando no consumidor, buscando, por meio da variedade, atrair o freguês. Vimos as estratégias que ele usa para vender seu produto; algumas delas são as seguintes: “variedade”, “enfeitar a banca”, “chamar a atenção”. Podemos interpretar como “as brechas de mercado” o que Schumpeter (1982) denominou de novas combinações. Vejamos:

1) a introdução de um novo bem – ou seja, um bem com que os consumidores ainda não estiverem familiarizados – ou de uma nova qualidade de um bem. 2) Introdução de um novo método de produção, ou seja, um método que ainda não tenha sido testado pela experiência no ramo próprio da indústria de transformação, que de modo algum precisa ser baseada numa descoberta cientificamente nova, e pode consistir também em nova maneira de manejar comercialmente uma mercadoria. 3) Abertura de um novo mercado, ou seja, de um mercado em que o ramo particular da indústria de transformação do país em questão não tenha ainda entrado, quer esse mercado tenha existido antes ou não. 4) Conquista de uma nova fonte de oferta de matérias-primas ou de bens semimanufaturados, mais uma vez independente do fato de que essa fonte já existia ou teve que ser criada. 5) Estabelecimento de uma nova organização de qualquer indústria, como a criação de uma posição de monopólio (por exemplo, pela trustificação) ou a fragmentação de uma posição de monopólio (SCHUMPETER, 1982, p. 48-49).

Diante disso, podemos inferir que Seu Lúcio percebeu a abertura de espaço para vender feijão e investiu nessa opção, fazendo novas combinações, na comercialização, no Feirão. Assim, é possível interpretar que o feirante se insere no item 4, pois trouxe uma nova fonte de oferta.

Em relação à concorrência, nos expôs que ela existe, mas busca focar no seu trabalho e “não derrubar o companheiro”. Em suas palavras:

E no fundo ali todo o mercado é assim, por mais que qualquer um possa dizer, é feira da economia solidária [...], mas o comércio em si não é solidário, o comércio tem disputa [...]. Então, a gente vai concorrer com o que e como? [...] em qualidade, em variedade, em apresentação, em atendimento, tem tantas formas de não derrubar o companheiro [...] ou alguma concorrência desleal, mas vamos entrar melhorando, né. E isso aí, a própria Irmã, os próprios colegas da liderança, de início, eles transmitiam isso pra nós [...] ah, se o outro não quer melhorar num todo, no geral a apresentação [...] "faça o teu", diz a Irmã, "cuida do teu, que ele vai ver que tu tá ganhando dinheiro [...] e vai querer ver o que tem lá", e de fato é isso. Então, essa forma de concorrência que a gente tem, né [...] também de apresentação, de variedades de atendimento e de tá sempre lá (Entrevista com Seu Lúcio, 2014).

No seu relato, enfatiza a importância de o feirante estar sempre presente aos sábados, não faltar para “não deixar o cliente na mão”, pois precisam do consumidor. Fala em comércio novamente, sobre como disputa através da qualidade, variedade e apresentação do produto. Ainda no fragmento acima, vemos Seu Lúcio problematizando o nome “Economia Solitária”, pois, para ele, o comércio não é solidário, há disputas, e o que busca fazer é “não derrubar o companheiro” e concorrer pondo em prática as suas táticas de venda e com ética. Percebemos que a forma de inserção de Seu Lúcio, no mercado, aceita as práticas de mercado (lógica de mercado), mas não tem as mesmas características: produz familiarmente para o mercado, o ganho é usado para a família, não sendo um ganho particular. As relações de reciprocidade também estão presentes, como veremos a seguir.

Ao longo da entrevista, enfatizou a peculiaridade do comércio, na Feira, por proporcionar uma relação diferenciada entre o consumidor e o produtor rural, e de como essa interação contribui para a venda:

[...] a gente sente a satisfação do consumidor, de muito consumidor, eles têm um contato muito aberto assim com nós, conversam e têm uma amizade [...] a gente nota uma satisfação neles, em adquirir um produto direto nosso, direto do produtor, né, seja uma fruta. Tem uns que dizem "ah o senhor não vende da Ceasa?", [ele responde] "mas a senhora acha, olha aí o verde, o aspecto do produto, da fruta", quem é que não vê que é novinho, apanhado na véspera [...] é tanta coisa assim que [...] o consumidor parece que é fiel a nós. Ele tem uma satisfação de adquirir aquele produto (Entrevista com Seu Lúcio, 2014).

Percebemos, em seu relato, que, para ele, a comercialização direta entre agricultor e freguês propicia uma interação e relação de proximidade. Desse modo, verificamos que a confiança no produto não se dá a partir de rótulos ou marcas, mas, sim, por meio da interação face a face, sendo esse o diferencial em relação ao comércio “convencional”.

A partir do exposto, podemos fazer uma comparação com as feiras estudadas por Portilho e Castañeda (2011) e destacadas no subcapítulo anterior. A relação “cara a cara” origina valores como respeito, reconhecimento e amizade, isto é, valores éticos e afetivos são

produzidos a partir da venda direta com o produtor (SABOURIN, 2009, p. 238). Ou seja, a Feira é um lugar praticado, onde há produção de sentidos (CERTEAU, 1998).

*

Buscamos, neste capítulo, refletir sobre os vários saberes e racionalidades que circulam na Feira. Assim, discorreremos sobre as trocas de receitas, dicas de preparo de alimento, informações sobre a forma como o produto foi plantado ou produzido, entre outros. Observamos que a venda direta pelo produtor possibilita uma relação de sociabilidade e a construção da confiança pelo consumidor da qualidade do produto, e que, além da lógica da troca mercantil, relações de reciprocidade coexistem no espaço. Vimos também que essa vivência proporciona ao feirante a aprendizagem do saber do negócio, e que Dona Dinorá, Seu Oscar e Seu Lúcio adentraram na Feira com o objetivo de satisfazer a necessidade da família.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo desta dissertação, buscamos expor de que maneira o camponês que comercializa sua produção, no Feirão Colonial de Santa Maria-RS, vem interagindo com as práticas de mercado e, assim, compreender as várias racionalidades e saberes que estão presentes no espaço dessa feira.

Para a devida análise proposta, realizamos uma pesquisa etnográfica entre início de 2013 e final de 2014. Nesse período, houve a observação participante na Feira, três meses de "estágio" em uma banca de feirantes e visitas às propriedades rurais de três feirantes com realização de entrevistas. Entre março e junho de 2013, ocorreu a entrega de 49 questionários (sendo 35 respondidos). A partir da coleta e reflexão dos dados, percebemos que grande parte desses feirantes vinha de um campesinato europeu, em que predominavam a pequena propriedade rural e a policultura.

Em relação à interação do grupo estudado com o mercado, percebemos que sua inserção é diferenciada da do empresário capitalista. Observamos que a forma de inserção no mercado pelos camponeses aceita a lógica de mercado, mas que isso não significa a transformação do camponês em um capitalista, ou seja, as atitudes são diferenciadas. Vimos que grande parte dos feirantes agricultores produzem familiarmente para o mercado, o ganho é usado para a família, não sendo um ganho individualizado.

No espaço da Feira, identificamos vários saberes e racionalidades que circulam, além da troca mercantil, como: as trocas de receitas, dicas de preparo de alimento, informações sobre a forma como o produto foi plantado ou produzido, entre outros. Notamos a presença de relações de auxílio entre os feirantes como também que a venda direta pelo camponês, na Feira, possibilita uma relação de sociabilidade e a construção da confiança pelo consumidor da qualidade do produto, e que, além da lógica da troca mercantil, relações de reciprocidade coexistem no espaço. Assim, podemos expor que a vivência na Feira proporciona ao feirante a aprendizagem do saber do negócio, e que grande parte dos camponeses adentrou no Feirão com o objetivo de satisfazer as necessidades da família. Esse fato esclarece que a integração no mercado não diminui a campesinidade.

Em síntese, acreditamos que as mudanças ocorridas, na atualidade, em decorrência da modernidade, como, por exemplo, a redução de sistemas locais de comercialização e ampliação de relações desencaixadas (GIDDENS, 1991), não atuam apenas em um sentido de

homogeneização. Concordamos com Sahlins (1997), quando este expõe que haveria dois processos simultâneos, um deles seriam as forças da modernidade (a globalização, a industrialização), atuando no sentido de uma homogeneização, já o outro seria a construção, por um grupo, de seus próprios significados em meio ao processo de modernização (SAHLINS, 1997, p. 57). Assim, compreendemos que o camponês que comercializa na Feira não deixa de ser camponês por dialogar com o mercado, pois sua campesinidade ou ethos de colono interferem na condução econômica destes.

Observamos, desta forma, o quanto a Feira é um espaço importante para sociabilidade, bem como para a obtenção de conhecimento acerca do mundo urbano, do mercado e também da condição dos feirantes enquanto camponeses. Verificamos também que esses, no Feirão Colonial, por meio de suas práticas, conseguem fazer com que coexista o sistema de reciprocidade, o qual cria vínculos sociais (considerado uma prática tradicional camponesa) e a lógica das trocas mercantis.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BALBINOT, E. **O modelo de gestão de um empreendimento de economia solidária: o projeto Esperança/Cooesperança**. Santa Maria: Ed. Palloti, 2012.

BERTUCCI, J.; SILVA, R. **Vinte anos de economia popular solidária: trajetória da Cáritas Brasileira dos PACs à EPS**. Brasília: Cáritas Brasília, 2010.

BONI, V.; QUARESMA, S. J. Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas em Ciências Sociais. **Revista Eletrônica dos Pós-Graduandos em Sociologia Política da UFSC**, v. 2, n. 1 (3), p. 68-80, jan./jul. 2005.

BOURDIEU, P. **La société traditionnelle: attitudes à l'égard du temps et conduite économique**. In: Sociologie du Travail, 1963.

_____. **O poder simbólico**. São Paulo: Difel, 1989.

_____. **Pierre Bourdieu: Sociologia**. Renato Ortiz (Org.). São Paulo: Ática, 1983.

_____. **Razões Práticas: Sobre a teoria da ação**. Campinas: Papius, 1996.

BRUMER, A. Gênero e Agricultura: a situação da mulher na agricultura do Rio Grande do Sul. **Estudos Feministas**, Florianópolis, p. 205-227, jan./abr. 2004.

CALDEIRA, T. Uma inclusão pelo lado não respeitável da pesquisa de campo. Ciências Sociais Hoje. 1. **Trabalho Cultura no Brasil**. Recife, Brasília, CNPq ANPOCS, 1981.

CARNEIRO, M. J. 'Rural' como categoria de pensamento. **Revista Ruris**. Campinas, n. 1, v. 2, p. 9-38, 2008.

_____. Herança e gênero entre agricultores familiares. **Revista Estudos Feministas**, n. 1, v. 9, p. 22-55, 2001.

_____. Ruralidade: novas identidades em construção. **Estudos sociedade e agricultura**. Rio de Janeiro: CPDA-UFRRJ, n.11, out. 1998.

CERTEAU, M. de. **A invenção do cotidiano**: Artes de fazer: Petrópolis: Vozes, 1998.

CHAYANOV, A. Sobre a teoria dos sistemas econômicos não capitalistas. In: SILVA, J. G.; STOLKE, V. (Org.). **A questão agrária**. São Paulo: Brasiliense, 1981.

COLOMÉ, F. **Gramáticas do consumo**: eticidade e engajamento político no sul do Brasil. 2013, 160 fs., Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) - Programa de Pós- Graduação em Ciências Sociais da Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2013. (Orientação: Professor Doutor Ricardo Mayer).

CRUZ, F. T. **Produtores, consumidores e valorização de produtos tradicionais**: um estudo sobre qualidade de alimentos a partir do caso do Queijo Serrano dos Campos de Cima da Serra – RS. 2012, 292 fs. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Rural) – Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2012.

CRUZ, F. T.; KRONE, E.; MENASCHE, R. “A gente vê comentar”: relações de proximidade e de confiança como certificadoras da qualidade do queijo serrano. In: VII ENCONTRO NACIONAL DE ESTUDOS DO CONSUMO – ENEC, 2014, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro: PUC, 2014. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/pgdr/arquivos/914.pdf>>. Acesso em: 30 set. 2014.

DAMATTA, R. **Relativizando**: uma introdução à antropologia social. Rio de Janeiro: Rocco, 1987.

DAMBRÓSIO, L.; PAULI, R. I. P. Economia Solidária: o caso do programa “Projeto Esperança/COOESPERANÇA”. In: CONGRESSO SOBER, 2009, Porto Alegre. **Anais eletrônicos...** Porto Alegre: SOBER, 2009, p. 1-17. Disponível em: <<http://www.sober.org.br/palestra/13/1272.pdf>>. Acesso em: 30 de set. 2014.

DOURADO, I. P. **Economias Solidárias**: três níveis de representação e múltiplos sentidos. 2010, 142 fs. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul- PUCRS, Porto Alegre, 2010. (Orientação da Professora Doutora Lúcia Helena Alves Müller).

FERNANDES, D. M. M. Perspectiva da agricultura familiar em um processo de transição. **Jornal da 10ª Feira Latino Americana de ECOSOL e 21ª FEICOOP**, Santa Maria, 17 jul., 2014. p. 24-25.

FIGUEIREDO, F. B. Referências Imateriais: o estudo do Agnolini. In: VI SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO NO MERCOSUL. Saberes e fazeres no turismo: Interfaces, 2010, Caxias do Sul. **Anais eletrônicos...** Caxias do Sul: UCS, 2010. Disponível em: <http://www.ucs.br/ucs/tpIVSeminTur%20eventos/seminarios_semintur/semin_tur_6/gt13/arquivos/13/Referencias%20Imateriais%20o%20estudo%20do%20Agnolini.pdf>. Acesso em: 09 mar. 2015.

FONSECA, C. Quando cada caso não é um caso: pesquisa etnográfica e educação. **Revista Brasileira de Educação**, n. 10, p. 58-78, jan. 1999.

FOOTE-WHITE, W. **Sociedade de esquina**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

FORDE, D.; DOUGLAS, M. Economia Primitiva. In: SHAPIRO, H. **Homem, cultura e sociedade**. Rio de Janeiro: Editora Fundo de Cultura, 1972.

FROEHLICH, J. M.; DILLIUS, P. R.; VENDRUSCOLO, R. Território Quarta Colônia/RS: patrimônio cultural e gastronomia em foco. In: 7º COLÓQUIO DE TRANSFORMAÇÕES TERRITORIAIS, 2008, Curitiba. **Anais eletrônicos...** Curitiba, 2008, Disponível em: <http://www.augm-cadr.org.ar/archivos/7mo-coloquio/mesa_5/20080290.pdf>. Acesso em: 20 jul. 2014.

GARCIA, M. F. **Feira e Trabalhadores Rurais**: as feiras do brejo e do agreste paraibano. 1984, 237 fs. Tese (Doutorado em Antropologia) – Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social do Museu Nacional, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1984. (Orientação: Professor Doutor Moacir Palmeira).

GEERTZ, C. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1989.

GIDDENS, A. **As consequências da modernidade**. São Paulo: Ed. UNESP, 1991.

GODOLPHIM, N. A fotografia como recurso narrativo: problemas sobre a apropriação da imagem enquanto mensagem antropológica. **Horizontes antropológicos**, Porto Alegre, ano 1, n. 2, p. 161-185, jul./set. 1995.

HALBWACHS, M. **A Memória Coletiva**. São Paulo: Vértice Editora Revista dos Tribunais, 1990.

LEBARÓN, F. A formação dos economistas e a ordem simbólica mercantil. **Revista Espaço e Diálogo e Desconexão**. Araraquara, n. 2, v. 4, p. 1-35, jan./jul. 2012.

LÉVI-STRAUSS, C. **As Estruturas elementares do parentesco**. Petrópolis: Vozes, 1982.

_____. Introdução à obra de Marcel Mauss. In: MAUSS, M. **Sociologia e Antropologia**. São Paulo: Cosac Naify, 2003.

MAGNANI, J. G. C. Quando o campo é a cidade: fazendo antropologia na metrópole. In: MAGNANI, J. G. C.; TORRES, L. de L. (Orgs.). **Na metrópole: textos de antropologia urbana**. São Paulo: EDUSP, 1996.

MALINOWSKI, B. **Argonautas do Pacífico Ocidental**. 3. ed. São Paulo: Abril Cultural, 1984. (Os pensadores).

MARTINS, J. de S. **Sociologia da fotografia e da imagem**. São Paulo: Contexto, 2011.

MAUSS, M. Ensaio sobre a dádiva. In: _____. **Sociologia e Antropologia**. São Paulo: Cosac Naify, 2003.

MENASCHE, R. Risco à Mesa: Alimentos Transgênicos, No Meu Prato Não? **Campos: Revista de Antropologia Social**. Curitiba, n. 1, v. 5, p. 111-129, 2004.

MENDRAS, H. **Sociedades Camponesas**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

MICHELOTTI, F.; SOUZA, H.; Almeida, A. P. de O. Estratégias de Comercialização e Reprodução Camponesa no Sudeste Paraense: a participação do Assentamento Palmares II na Feira do Produtor Rural de Parauapebas/PA. In: 4º ENCONTRO DA REDE DE ESTUDOS RURAIS, 2010, Curitiba. **Anais eletrônicos...** Curitiba: UFP, 2010, Disponível em: < http://www3.ufpa.br/campusmaraba/index/cache/publicacoes/fernando_michelotti_fcama_4.pdf>. Acesso em: 20 jun. 2013.

MOTTA, E. de S. **Trajetórias e transformações no mundo da economia solidária**. 2010, 280 fs. Tese (Doutorado em Antropologia Social) – Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social do Museu Nacional, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2010. (Orientação: Professor Doutor Federico Neiburg).

MOURA, M. M. **Camponeses**. 2. ed. São Paulo: Ática, 1988.

OLIVEIRA, R. C. O Trabalho do Antropólogo: olhar, ouvir, escrever. **Revista Antropologia**. São Paulo: USP, v. 39, n. 1, p. 13-37, 1996.

PARK, R. E. A Cidade: sugestões para a investigação do comportamento humano no meio urbano. In: VELHO, O. G. (Org.). **O fenômeno urbano**. Rio de Janeiro: Editora Guanabara, 1987, p. 26-67.

PEIRANO, M. **A favor da etnografia**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1995.

PEREIRA, S. M. **Entre histórias, fotografias e objetos: imigração italiana e memórias de mulheres**. 2008, 279 fs. Tese (Doutorado em História) - Programa de Pós-Graduação em História, Universidade Federal Fluminense, Niterói-RJ, 2008. (Orientação: Professora Doutora Ângela de Castro Gomes).

POLANYI, K. A. **A Grande Transformação: as origens de nossa época**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

POLLAK, M. Memória e identidade social. **Estudos Históricos**. Rio de Janeiro, v. 5, n. 10, p. 201-215, 1992.

PORTILHO, F.; CASTAÑEDA, M. Certificação e confiança face a face em feiras de produtos orgânicos. **Revista de Economia Agrícola**, São Paulo, v. 58, n. 1, p. 11-21, 2011.

QUEIROZ, R. As feiras. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 21 dez. 2002.

RIBEIRO, A. E. M.; ANGULO, J. L. G.; NORONHA, A. F. B. et al. A feira e o trabalho rural no Alto Jequitinhonha. **Revista Unimontes Científica**, Montes Claros, MG, v. 5, n. 1, p. 53-66, 2003.

ROCHA, A. L. C.; ECKERT, C. A cidade como sede de sentidos. **Illuminuras**. Porto Alegre, n. 20, v. 9, 2008, p. 1-15.

SABOURIN, E. **Camponeses do Brasil: entre troca mercantil e a reciprocidade**. Rio de Janeiro: Garamond, 2009.

SABOURIN, E. Marcel Mauss: da dádiva à questão da reciprocidade. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, n. 66, v. 23, fev. 2008, p. 131-138.

SAHLINS, M. O “pessimismo sentimental” e a experiência etnográfica: por que a cultura não é um “objeto” em via de extinção (parte I). **Revista Mana**, Rio de Janeiro, v. 3, n. 1, p. 41-73, abr. 1997.

SAMAIN, E. "Ver" e "Dizer" na tradição etnográfica: Bronislaw Malinowski e a fotografia. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, ano 1, n. 2, p. 23-60, jul./set. 1995.

_____.; FELIZARDO, A. A fotografia como objeto e recurso de memória. **Discursos fotográficos**, Londrina, v. 3, n. 3, p. 205-220, 2007.

SAMAIN, E. Para Que A Antropologia Consiga Tornar-se Visual, com uma breve bibliografia seletiva. In: FAUSTO NETO, A.; BRAGA, J. L.; PORTO, S. D. (Orgs.). **Brasil: Comunicação, Cultura e Política**. Rio de Janeiro: Diadorim, 1994.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico**: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

SEYFERTH, G. As contradições da liberdade: análise de representações sobre a identidade camponesa. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, n. 18, 1992.

SEYFERTH, G. Herança e estrutura familiar camponesa. **Boletim do Museu Nacional**, Rio de Janeiro, n. 50, 1985.

SEYFERTH, G. Identidade camponesa e identidade étnica (um estudo de caso). **Anuário Antropológico/91**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1993.

SEYFERTH, G. **Imigração e Cultura no Brasil**. Brasília: UNB, 1990.

SHANIN, T. A definição do camponês: conceituações e descontinuações. **Estudos CEBRAP** 26. São Paulo, p. 43-80, 1980.

SIMMEL, G. A Metrópole e a Vida Mental. In: VELHO, O. G. (Org.). **O Fenômeno Urbano**. Rio de Janeiro: Guanabara, 1987, p. 11-35.

SONTAG, S. **Ensaio sobre a fotografia**. São Paulo: Editora Ardor, 1977.

TEDESCO, J. C. Economia de circuitos curtos, da qualidade e dos territórios étnicos: uma análise da dinâmica produtiva e mercantil na Rota das Salamarias – Norte e Noroeste do RS. **Revista Extensão Rural**. Santa Maria: UFSM, v. 21, n. 3, set./dez. 2013.

_____. **Terra, trabalho e família**: racionalidade produtiva e ethos camponês. Passo Fundo: EDIUPF, 1999.

VAZ SILVA, T. Etnografando mercados: trabalho, sociabilidade e lazer no Ver-o-Peso. **Somanlu**, ano 11, n. 1, 2011.

VEDANA, V. **Fazer a Feira**: estudo etnográfico das “artes de fazer” de feirantes e fregueses da Feira-Livre da Epatur no contexto da paisagem urbana de Porto Alegre. 2004, 251 f. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) - Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social, Universidade Federal do Rio Grande Sul, Porto Alegre, 2004. (Orientação: Professora Doutora Cornelia Eckert).

_____. **No mercado tem tudo que a boca come**. Estudo Antropológico da duração das práticas cotidianas de mercado de rua no mundo urbano contemporâneo. 2008, 258 f. Tese (Doutorado em Antropologia Social) - Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2008. (Orientação: Professora Doutora Cornelia Eckert).

VELHO, O. G. **A Utopia Urbana**: um estudo da antropologia social. 6. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.

_____. Observando o Familiar. In: NUNES, E. (Org.). **A aventura Sociológica**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

_____. (Org.). **O Fenômeno Urbano**. Rio de Janeiro: Guanabara, 1987.

VENDRUSCOLO, R. ‘**Somos da Quarta Colônia**’: os sentidos de uma identidade territorial em construção. 2009, 209 f. Dissertação (Mestrado em Extensão Rural) - Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural, Universidade Federal de Santa Maria, 2009. (Orientação: Professor Doutor José Marcos Froehlich).

VIANA, M.; FILHO, O.; MOREIRA, J. “Fala aí, freguês”: Estratégias de comunicação na Feira Livre de Itapetinga – Bahia. **Caderno de Pesquisa Interdisciplinar em Ciências Humanas**, v. 11, n. 99, 2010.

WANDERLEY, M. N. A emergência de uma nova ruralidade nas sociedades modernas avançadas – o “rural” como espaço singular e ator coletivo. **Estudos Sociedade e Agricultura**, Rio de Janeiro, n. 15, 2000, p. 87-145.

_____. Agricultura familiar e campesinato: rupturas e continuidade. **Estudos Sociedade e Agricultura**, Rio de Janeiro, n. 21, outubro 2003.

_____. Raízes históricas do campesinato brasileiro. In: XX Encontro Anual da ANPOCS, 1996, Caxambu. **Anais eletrônicos...** Caxambu, 1996, Disponível em: < <http://www.reformaagrariaemdados.org.br/sites/default/files/Ra%C3%ADzes%20Historicas%20do%20Campesinato%20Brasileiro%20-%20Maria%20de%20Nazareth%20Baudel%20Wanderley%20-%201996.pdf>>. Acesso em 20 jun. 2013.

WEBER, M. **A ética protestante e o ‘espírito’ do capitalismo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

WILKINSON, J. A agricultura familiar ante o novo padrão de competitividade do sistema alimentar na América Latina. **Estudos Sociedade e Agricultura**, Rio de Janeiro, n. 21, 2003.

WIRTH, L. O Urbanismo como Modo de Vida. In: VELHO, O. G. (Org.). **O Fenômeno Urbano**. Rio de Janeiro: Guanabara, 1987, p. 90-113.

WOLF, E. **Sociedades Camponesas**. Rio de Janeiro: Zahar, 1976.

WOORTMANN, K. ‘Com parente não se negueia’: o campesinato como ordem moral. **Anuário Antropológico/87**. Brasília: Editora UNB, 1990a., p.11-73.

_____. Migração, família e campesinato. **Revista Brasileira de Estudos de População**, Campinas, v. 7, n. 1, 1990b, p. 35-53.

ZANINI, M. C. **Italianidade no Brasil Meridional**: a construção da identidade étnica na região de Santa Maria-RS. Santa Maria: Ed. UFSM, 2006.

ZANINI, M. C.; SANTOS, M. de O. O trabalho como “categoria étnica”: um estudo comparativo da ascensão social de imigrantes italianos e seus descendentes no Rio Grande do Sul (1875-1975). **REMHU**, Brasília, Ano XVII, n. 33, p.175-196, 2009.

ZARRIA ICAZA, A.; FREITAS, M. (Org.). **O projeto Esperança/Coesperança e a construção da economia solidária no Brasil**. Relato de uma experiência. Porto Alegre: Cáritas Brasileira, 2006.

ANEXOS

Anexo A – Roteiro do Questionário

ROTEIRO DE QUESTÕES DO PROJETO DE PESQUISA

NA FEIRA: PRODUÇÃO, DISTRIBUIÇÃO E CONSUMO ENTRE AGRICULTORAS FEIRANTES NA REGIÃO CENTRAL DO RIO GRANDE DO SUL

PESQUISADORA: MARIA CATARINA CHITOLINA ZANINI- UFSM

BOLSISTA: SILVANA OLIVEIRA

EMAIL: zanini.ufsm@gmail.com

QUESTIONÁRIO PARA FEIRANTES

NOME OU PSEUDÔNIMO: _____ IDADE: _____

DATA DE PREENCHIMENTO: _____ CASADO(A): _____

FILHOS: _____ ESCOLARIDADE: _____ RELIGIÃO: _____

PRATICANTE: _____ ORIGEM: () ITALIANA () ALEMÃ () OUTRA. QUAL?

1. DESDE QUANDO O SR.(A) TRABALHA NA FEIRA? CONTE - NOS TAMBÉM SE O SR.(A) TRABALHA NOUTRA FEIRA? QUAL? _____

2. POR QUE ESCOLHEU ESTA ATIVIDADE? _____

3. MAIS PESSOAS DE SUA FAMÍLIA TRABALHAM COMO FEIRANTES? () SIM () NÃO QUANTAS? _____

POR QUE ESCOLHERAM ESTA ATIVIDADE? _____

4. QUAIS OS PRODUTOS QUE O(A) SR.(A) TRAZ PARA A FEIRA? _____

5. QUAL O TAMANHO DE SUA PROPRIEDADE? EM QUE LOCALIDADE ESTÁ SITUADA? QUAL O TIPO DE SOLO? _____

6. QUANTAS PESSOAS DA FAMÍLIA TRABALHAM NA TERRA? POR QUÊ? _____

7. QUANTOS FILHOS (POR SEXO) ESTUDAM? EM QUAIS SÉRIES?

8. QUAIS IMPLEMENTOS AGRÍCOLAS A FAMÍLIA TEM? _____

9. QUEM DIRIGE O TRATOR? POR QUÊ? _____

10. COMO A FAMÍLIA CONSEGUIU ADQUIRIR OS IMPLEMENTOS? _____

11. QUEM FAZ USO DA ROÇADEIRA? POR QUÊ? _____

12. A FAMÍLIA UTILIZA A ENXADA? EM QUAIS ATIVIDADES? QUEM MAIS UTILIZA?

13. A FAMÍLIA POSSUI ALGUM TIPO DE COLHETADEIRA? QUAL? _____

14. EM CASA, CITE OS ELETRODOMÉSTICOS QUE A FAMÍLIA POSSUI:

- FORNO ELÉTRICO: () SIM () NÃO. QUANDO É USADO?

- PROCESSADOR DE ALIMENTOS: () SIM () NÃO. QUANDO É USADO?

- FORNO DE MICROONDAS: () SIM () NÃO. QUANDO É USADO?

15. PARA FAZER O PÃO E AS MASSAS, HÁ MAQUINÁRIOS QUE AUXILIAM? QUAIS?

16. PARA FAZER OS EMBUTIDOS (SALAME, ETC...), HÁ MAQUINÁRIOS QUE AUXILIAM? QUAIS? _____

17. PARA FAZER OS QUEIJOS, HÁ MAQUINÁRIOS QUE AUXILIAM? QUAIS? _____

18. QUAIS MAQUINÁRIOS A FAMÍLIA NECESSITARIA ADQUIRIR? POR QUÊ? _____

19. FALE UM POUCO ACERCA DO PREPARO DOS ALIMENTOS PARA A FEIRA

Ex: PÃO (TEMPO DE PREPARO, GASTOS, QUANDO PREPARA, QUANTOS TRAZ PARA A FEIRA, POR QUANTO VENDE, ESTAS COISAS).

VERDURAS -

FRUTAS -

PÃES -

BOLACHAS-

CUCAS -

MACARRÃO -

CAPELETTI -

DE ONDE VEM A RECEITA DO CAPELETTI ? _____

BEBIDAS -

SALAME -

MORCILIA -

DE ONDE VEM A RECEITA DO SALAME E DA MORCILIA? _____

QUEIJO - _____

DE ONDE VEM A RECEITA DO QUEIJO? _____

DOCES -

DE ONDE VEM A RECEITA DOS DOCES? _____

COMPOTAS -

DE ONDE VEM A RECEITA DAS COMPOTAS? _____

20. QUAIS RECEITAS O(A) SR(A) MUDOU PARTINDO DAS DICAS, SUGESTÕES E GOSTOS DOS CLIENTES DA FEIRA? _____

POR QUÊ? _____

21. HÁ ALGUM OUTRO PRODUTO QUE O(A) SENHOR(A) VENDE NA FEIRA E QUE NÃO FOI CITADO NESTE QUESTIONÁRIO? QUAL? _____

22. QUAIS PRODUTOS O(A) SR.(A) COMPRA PARA USO PRÓPRIO UTILIZANDO OS GANHOS DA FEIRA?

23. POR QUE O(A) SR.(A) COMPRA ESTES PRODUTOS? _____

24. QUAIS MARCAS DE PRODUTOS O(A) SR.(A) PREFERE? _____

25. POR QUÊ? _____

26. A FAMÍLIA TODA TRABALHA NA ELABORAÇÃO E PREPARO DOS PRODUTOS OU ALGUM MEMBRO TRABALHA MAIS? _____

27. POR QUÊ? _____

28. PARA O(A) SR.(A), QUE MELHORAS TROUXE O TRABALHO NA FEIRA?

29. O(A) SR.(A) SE CONSIDERA FEIRANTE? POR QUÊ?

30. O(A) SR.(A) SE CONSIDERA AGRICULTOR(A)/ TRABALHADOR(A) RURAL OU OUTRA DENOMINAÇÃO? _____

31. O(A) SR.(A) ACHA QUE A MULHER RURAL É VALORIZADA NA FAMÍLIA?

()SIM () NÃO

POR QUÊ? _____

32. HÁ DIFERENÇA NO TRATAMENTO POR PARTE DO CLIENTE SE (O)A FEIRANTE É HOMEM OU MULHER? () SIM () NÃO

POR QUÊ? _____

33. GOSTARÍAMOS QUE NAS LINHAS SEGUINTE(S) O(A) SR. (A) DEIXASSE ESCRITAS ALGUMAS PALAVRAS DE SUA LIVRE EXPRESSÃO SOBRE A CONDIÇÃO DE FEIRANTE. _____

MUITO OBRIGADA.

Solicitaria, igualmente, que escrevessem o quanto quiserem, não há limites para as respostas. AS IDENTIDADES (NOMES) SERÃO, IGUALMENTE, MANTIDAS EM SIGILO PELO PESQUISADOR, CASO ESTA SEJA A VONTADE DO ENTREVISTADO.

Anexo B – Carta de Apresentação

DE: Coordenadora de Projeto de Pesquisa /UFSM
PARA: Feiras e Feirantes Santa Maria e região
ASSUNTO: Carta de Apresentação

Prezados senhores:

Santa Maria, 17 de fevereiro de 2013.

Vimos, por meio deste, apresentar a pesquisadora Silvana Silva de Oliveira, minha orientanda na UFSM e pesquisadora do projeto NA FEIRA: PRODUÇÃO, DISTRIBUIÇÃO E CONSUMO ENTRE AGRICULTORAS FEIRANTES NA REGIÃO CENTRAL DO RIO GRANDE DO SUL. Os termos éticos da pesquisa serão acordados com a pesquisadora que tem o compromisso de respeitar todos os acordos feitos com os senhores, bem como entregar o resultado de nossa pesquisa ao final desta.

Atenciosamente,

Maria Catarina C. Zanini
Coordenadora projeto/Professora Departamento de Ciências Sociais UFSM
Email: zanini.ufsm@gmail.com

Anexo C – Termo de Autorização de Uso de Imagem**TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM**

Eu, _____ portador do
RG _____ residente na cidade de _____,
AUTORIZO o uso da minha imagem em todo e qualquer material entre fotos, e outros meios de comunicação ou mídias, para ser utilizada na pesquisa de mestrado em Ciências Sociais na Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) pela acadêmica Silvana Silva de Oliveira e no projeto de pesquisa “Na feira: produção, distribuição e consumo entre agricultoras feirantes na região central do Rio Grande do Sul” coordenado pela professora Doutora Maria Catarina C. Zanini..

Santa Maria, ____ de _____, de _____.