

FAZER A FEIRA E CONVERSAR: ESTUDO DAS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS DE FEIRANTES E CONSUMIDORES - VIÇOSA-MG

HAZ LA FERIA Y HABLA: ESTUDIO SOBRE LAS REPRESENTACIONES SOCIALES DE JUSTOS Y CONSUMIDORES - VIÇOSA-MG

GOING TO FARMERS' MARKET AND TALKING: STUDY ON THE SOCIAL REPRESENTATIONS GIVEN BY FARMERS' MARKET VENDORS AND CONSUMERS - VIÇOSA-MG

Parley Lopes Bernini da SILVA¹
Rogério Tadeu de Oliveira LACERDA²

RESUMO: O artigo analisa os significados atribuídos às feiras por vendedores e consumidores, sob a égide socioantropológica. Para tal, a revisão bibliográfica e a aplicação de questionários semiestruturados na Feira Livre da Estação e na Feira de Economia Solidária e Agricultura Familiar – Quintal Solidário (ambas no município de Viçosa-MG) são os alicerces deste trabalho. A análise, ancorada na Teoria das Representações Sociais, permite mapear aspectos polissêmicos das representações sobre os alimentos, da produção econômica e das relações socioculturais que se estabelecem nesses espaços de hibridação frente às vivências contemporâneas. O estudo conclui que vendedores e consumidores atribuem diferentes significados econômicos e de interação social às feiras ora direcionados às questões econômicas ora as trocas culturais que nela são oportunizadas.

PALAVRAS-CHAVE: Feira-livre. Representações Sociais. Viçosa-MG.

RESUMEN: El artículo analiza los significados atribuidos a las ferias por vendedores y consumidores, bajo la égida socio-antropológica. Para ello, la revisión de la literatura y la aplicación de cuestionarios semiestructurados en la Feira Livre da Estação y la Feria Economía Solidaria y Agricultura Familiar – Quintal Solidário (ambas en el municipio de Viçosa -MG) son las bases de este trabajo. El análisis, anclado en la Teoría de las Representaciones Sociales, permite mapear aspectos polisémicos de las representaciones sobre la alimentación, la producción económica y las relaciones socioculturales que se establecen en estos espacios de hibridación frente a las experiencias contemporâneas. El estudio concluye que vendedores y consumidores atribuyen diferentes significados de interacción económica y social a las ferias, a veces dirigidas a cuestiones económicas, y otras a intercambios culturales que se hacen posibles en ellas.

PALABRAS CLAVE: Mercado abierto. Representaciones Sociales. Viçosa-MG.

¹ Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Florianópolis – SC – Brasil. Mestrado em Extensão Rural (PPGER-UFV). ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9278-1235>. E-mail: parley.bernini@posgrad.ufsc.br

² Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Florianópolis – SC – Brasil. Docente do Programa de Pós-graduação em Administração (PPGAdm-UFSC), Pós-doutorado pela Escola Politécnica da Universidade de São Paulo. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5151-172X>. E-mail: rogerlacerda@gmail.com



ABSTRACT: *The article analyzes the meanings attributed to farmers' markets by sellers and consumers, under the socio-anthropological aegis. To this end, the literature review and the application of semi-structured questionnaires at the Estação Livre Farmers' market and the Solidarity Economy and Family Agriculture Farmers' market – Quintal Solidário (both in the municipality of Viçosa-MG) are the foundations of this work. The analysis, anchored in the Theory of Social Representations, allows mapping polysemic aspects of representations about food, economic production and sociocultural relations that are established in these spaces of hybridization in face of contemporary experiences. The study concludes that sellers and consumers attribute different economic and social interaction meanings to farmers' markets, sometimes directed to economic issues, and sometimes to cultural exchanges made possible in this space.*

KEYWORDS: *Farmers' Markets. Social Representation. Viçosa-MG.*

Introdução

Os estudos que tratam da formação das feiras-livres e mercados na história são de uma variedade ímpar tendo como historicamente aceito que o aparecimento das feiras data do século XI, com a abertura de vias comerciais entre oriente e ocidente tendo por rota de trânsito o Mar Mediterrâneo, lugar de desenvolvimento comercial protagonizado pelos burgos (SACCO DOS ANJOS; GODOY; CALDAS, 2005). Em meados do século XIII, quando as rotas terrestres se tornaram ameaçadoras, as vias marítimas ganharam importância e no século XIV a fixação dos mercados em centros de relevância populacional (tal qual Londres) fez diminuir a importância das feiras (PEDRO; COULON, 1985). Buscando o significado da palavra, Minnaert (2008 *apud* CUERVO; HAMANN; PIZZINATO, 2019, p. 293) informam que “a feira é um espaço que engloba um cenário de práticas sociais que fomenta e se dá pela relação interpessoal. A palavra ‘feira’ vem do latim *feria*, que significa ‘dia de festa’, é um local de vendas, trocas, encontros e conversas”.

Além das trocas comerciais, a feira é reconhecida como espaço de relações interpessoais onde se intensifica “o contato face a face através do elo entre produção e consumo” (GUIMARÃES; DOULA, 2018, p. 02). Esse aspecto não se limitou ao cenário europeu, mas foi mantido também nas Américas. No contexto histórico brasileiro, assumem o papel de oportunizar às populações urbanas o abastecimento de alimentos com os mais variados produtos oriundos da agricultura, da pecuária, da pesca e do artesanato. Mascarenhas (2008 *apud* GUIMARÃES, DOULA, 2018, p. 08) apontam que além da tradição ibérica, a feira-livre brasileira herda “práticas africanas populares chamadas de quitandas, do quimbundo kitanda, que significa mercado, constituídas por “agrupamentos de negras ao ar livre, acoradas ou dispendo de tabuleiros, que comercializam produtos de pequenas lavouras e pescas”.



Como referenciado por Cuervo; Hamann e Pizzinato (2019, p. 285), “a feira pode ser entendida usualmente como o grupo de pessoas que ‘fazem a feira’ – produtores(as), consumidores(as), e outras –, que compartilham interesse pelo seu espaço”. Assim, nela se faz presente a abertura ora ao velho ora ao novo, num movimento de maleabilidade e hibridação. Da Enfatizando as interações culturais que a ela propicia, Sacco dos Anjos, Godoy e Caldas (2005, p. 19) consideram que uma de suas características é ser “um espaço social detentor de atributos peculiares que, presumivelmente, asseguram sua persistência na sociedade contemporânea”.

Entender sua persistência implica em contextualizar que no atual cenário de industrialização dos alimentos temas pertinentes à segurança alimentar assumem relevância no plano político e institucional (SACCO DOS ANJOS; GODOY; CALDAS, 2005) e é nas feiras que os atributos do que é tido por “natural”, “rural” e “saudável” se tornam mais visíveis em sua diversidade e abundância. Além desses atributos, as feiras possibilitam a manutenção da cultura alimentar e da identidade regional (PEREIRA; BRITO; PEREIRA, 2017), aproximando consumidores e compradores. Menasche (2004) ressalta que na atualidade a qualidade dos alimentos é medida e reforçada quando associados ao campo, ora que são conexos ao que é desejável. De tal maneira, a ligação com a origem rural do alimento:

parece condensar todas as vantagens que distinguem o alimento desejável do alimento industrializado. [...] Os alimentos que vêm de fora são considerados os melhores. Das verduras, é dito que “até a folha é mais macia”. A galinha, a carne e o leite, “não têm comparação”, “é outro gosto”, as do supermercado não chegam “nem a seus pés” (MENASCHE, 2004, p. 122).

Assim, a importância e persistência das feiras-livres se explicam, primariamente, pelas novas orientações do consumidor que busca não apenas o que se nomeou por *food security*³ mas também os *safety food*. Em segundo lugar, contrastando com as relações impessoais e anônimas dos supermercados, as feiras são caracterizadas como espaços sociais de troca de saberes e práticas mercantis orientadas pelo reconhecimento mútuo entre feirantes e fregueses (GUIMARAES; DOULA, 2018).

Há de se considerar que antes de “chegar à feira” é necessária uma série de atividades (plantio, colheita, distribuição, transporte, dentre outras) e quando se “está na feira” há uma aproximação entre consumidor e feirante - produtor e comerciante ao mesmo tempo -, o que

³ Entende-se os *food security* como aqueles com “orientação genérica em prol da ampliação da disponibilidade e garantia ao acesso a alimentos social e culturalmente referenciados” e os *safety food* como aqueles com “garantias em relação à qualidade dos alimentos e ausência de riscos à saúde para o universo de consumidores” (SACCO DOS ANJOS; GODOY; CALDAS, 2005, p. 05).



também implica “na manutenção de um espaço à viabilização da agricultura familiar regional” (SACCO DOS ANJOS; GODOY; CALDAS, 2005, p. 19). Atualmente, para o consumidor, saber onde, por quem e como são produzidos os alimentos são fatores que indicam segurança alimentar, consumo consciente e status diferenciado.

Pesquisadores brasileiros destacam que as feiras-livres permitem um estreitamento cultural entre o rural e o urbano (CARNEIRO, 1998; MENASCHE, 2004). Atividades profissionais, econômicas, de lazer, educacionais e culturais se aproximam num fluxo que envolve trocas de mercadorias, palavras, memórias e visões de mundo (COUTINHO; DOULA, 2014). Cuervo, Hamann e Pizzinato (2019), destacam que a feira é espaço de comunicação interpessoal no qual:

estabelece-se pelo contato face a face uma ética relacional, envolvendo ocupação do espaço, produtos, pessoas, significados, conhecimentos compartilhados. É nesse processo que a rede estabelecida gera relações de confiança e marca, por exemplo, a legitimidade da qualidade dos alimentos (CUERVO; HAMANN; PIZZINATO, 2019, p. 293).

Seguindo a linha analítica dos valores simbólicos envolvidos no espaço das feiras, este artigo se justifica ao buscar compreender quem são os indivíduos que “fazem a feira”; como constroem as relações sociais e quais significados são atribuídos a duas feiras: a Feira de Economia Solidária e Agricultura Familiar (conhecida como Quintal Solidário), promovida pela Universidade Federal de Viçosa (UFV) e a Feira-livre na Estação, promovida pela Prefeitura Municipal de Viçosa, cidade localizada na Zona da Mata de Minas Gerais.

Algumas particularidades, como a prioridade de oferta de produção agroecológica local, a economia solidária e a vinculação dessas feiras com pesquisadores da Universidade Federal de Viçosa e redes de movimentos sociais justificam a escolha desses espaços para a análise aportada pelo uso da Teoria da Representações Sociais.

Caracterização das feiras

A Feira-livre da Estação é noturna, realizada na parte central da cidade de Viçosa, no espaço conhecido como Balaustrada, um guarda-corpo que circunda a Estação Ferroviária. A criação da Balaustrada data de 1924. A Estação foi construída em 1912, em trecho da Estrada de Ferro Leopoldina, e atualmente funciona como espaço cultural. A Estação foi tombada pela Prefeitura Municipal como patrimônio histórico-cultural em 1993 e a Balaustrada em 1999 (IPATRIMÔNIO, 2022).



A Feira da Estação, além da presença dos agricultores credenciados pela prefeitura, conta com a participação da Rede Raízes da Mata (RRM), fundada em 2011, com o objetivo de aproximar produtores (as) agroecológicos aos consumidores. A rede, mobilizada pelos grupos de agroecologia da Universidade Federal de Viçosa (UFV), Centro de Tecnologias Alternativas Zona da Mata (CTA-ZM) e Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares (ITCP-UFV), dentre outros, se propõe valorizar a produção local segura e incentivar o “surgimento de novas experiências” em Viçosa (ARANTES *et al.*, 2018, p.07).

A participação da RRM é justificada ao se considerar que a atual homogeneização do mercado agroalimentar não se atém às realidades locais e a padrões de qualidade. Dessa forma, promove-se um espaço alternativo, abarcando quem produz, quem consome e os pesquisadores da universidade e centros de pesquisa, visando promover “convívio social entre produtores/as e relação da Rede e dos/as produtores/as com outros atores sociais, acesso a mercados para produtos agroecológicos e possibilidade de a comunidade local adquirir produtos agroecológicos” (ARANTES *et al.*, 2018, p.07). Especificamente, a Feira da Estação, criada em 2017, têm compromisso de “oferecer hortifrutigranjeiros produzidos no município por agricultores familiares, livres de agrotóxicos e irrigados com água tratada para garantir a sanidade dos alimentos quanto à presença de vermes como coliformes fecais e outros parasitos que infestam o meio aquático” (FOLHA DA MATA, 2018, n.p.).

Já a Feira de Economia Solidária e Agricultura Familiar, ou Quintal Solidário, foi criada em 2016 pela ITCP-UFV⁴ juntamente com a Seção Sindical dos Docentes da UFV (ASPUV). Trata-se de um projeto de extensão desenvolvido pela UFV que objetiva “valorizar e promover produtos e serviços de empreendimentos econômicos solidários e agricultoras/es familiares a fim de promover geração de trabalho e renda, integração entre produtores(as) e consumidores(as)” (LIMA COSTA; STROPPA MOREIRA, 2019, p.134).

Nesse projeto, pautas como agroecologia, segurança alimentar e sustentabilidade são destacadas como distintivas. Sendo realizado no *campus* universitário da UFV, tem a participação dos feirantes por seleção pública, desenvolvida por edital contemplando “Empreendimentos Econômicos Solidários (grupos, associações, cooperativas) e Agricultores(as) Familiares” (LIMA COSTA; SANTOS; PRIORE, 2019, p. 11). De acordo com Costa *et al.* (2019, p. 12):

⁴ “A Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares da Universidade Federal de Viçosa - ITCP-UFV é um programa de extensão, interdisciplinar [...] Desde sua criação, a ITCP-UFV vem assessorando grupos populares que desenvolvem diversas atividades econômicas, no âmbito da agricultura familiar, do artesanato, da reciclagem popular, alimentação, prestação de serviços, entre outras” (LIMA COSTA; SANTOS; PRIORE, 2019, p. 14).



O perfil das iniciativas envolvidas é variado, englobando movimentos sociais, redes de prossumidores, pacientes da saúde mental e participantes de projetos de inclusão social. No total, são 35 barracas/bancadas divididas em três setores: a) Artesanato (14); Alimentos minimamente processados (12) e Hortifruti (09). [...]. Além da comercialização a feira pretende ser um espaço de convivência e integração social, abrindo as portas da Universidade Federal de Viçosa para comunidade de Viçosa por meio de atrações culturais, espaço para crianças e ofertas de oficinas. A programação cultural da Feira, por exemplo, busca a valorização das atrações locais e desde o início do Quintal já foram realizadas diferentes atividades como apresentações musicais, oficinas de dança, cirandas, coral e capoeira.

De forma geral, tanto a Feira da Estação como o Quintal Solidário partem da premissa de se tornarem espaços diferenciados de consumo, de valorização da produção local e agroecológica e, no caso do Quintal, de economia solidária. De acordo com idealizadores do Quintal Solidário, a economia solidária abarca uma variedade de ações coletivas de cooperação e solidariedade. Assim, “como crítica ao modelo econômico do lucro particularizado, a economia solidária propõe suprimir as desigualdades criadas pela produção e distribuição, priorizando interesses grupais e solidários através de assessoria técnica e científica, legal e afins” (LIMA COSTA; SANTOS; PRIORE, 2019, p. 10-11).

Também objetiva facilitar o acesso às atividades geradoras de renda “em que o objetivo econômico é acompanhado por objetivos sociais que produzem vínculos sociais e de proximidade” (LIMA COSTA; STROPPIA MOREIRA, 2019, p. 135). Trata-se “de um sistema de articulação entre produtores(as), comerciantes(as) e consumidores(as) a partir de relações de confiança, transparência e proximidade” (LIMA COSTA; SANTOS; PRIORE, 2019, p. 11).

Ainda como crítica à “mera lógica utilitária inerente ao mecanismo do mercado a economia solidária postula que a responsabilidade de autogestão dos processos econômicos seja coletiva” (LIMA COSTA; STROPPIA MOREIRA, 2019, p. 135-36) e apoia a inserção conjunta dos diversos atores num comércio que envolva “a produção e o consumo segundo valores de sustentabilidade e justiça (LIMA COSTA; SANTOS; PRIORE, 2019, p. 11). Destaca-se que no âmbito dessas iniciativas, entre 2009 a 2013 a agricultura familiar “correspondia a 52,6% da atividade econômica solidária, como exposto pelo Sistema Nacional de Informações em Economia Solidária (Sies)” (LIMA COSTA; SANTOS; PRIORE, 2019, p. 11). Além desses aspectos da produção e da comercialização, a economia solidária se volta a especificidades de demandas do consumidor atual, que é mais exigente na sua decisão de compra, pois:

Agora, em sua avaliação, esse consumidor considera um conjunto de fatores como preço e qualidade, origem, procedência, sustentabilidade, relação com o meio ambiente, com os colaboradores e comunidades participantes do processo. Assim, diferentes oportunidades se apresentam para o pequeno



produtor. [...] o país concentra possibilidades concretas para os agricultores familiares que, ao mesmo tempo em que são produtores de alimentos e outros produtos agrícolas, desempenham a função de conservadores da biodiversidade (BITTENCOURT, 2018, n. p.).

Ao caracterizar ambas as feiras, é perceptível a influência de pesquisadores e de conceitos científicos na concepção e condução desses projetos, criando-se um perfil diferenciado ou alternativo em relação à feira convencional. A partir dessas considerações o artigo investiga as representações sociais de feirantes e consumidores sobre os alimentos, a produção econômica e as relações socioculturais que se estabelecem em ambos os espaços. O percurso metodológico da investigação, de caráter qualitativo, envolveu pesquisa bibliográfica e aplicação de questionários semiestruturados a feirantes e consumidores, em 2020. Os dados são analisados através da Teoria das Representações Sociais.

Representações sociais como formas de conhecimento e interpretação

O marco da teoria das representações é creditado a Émile Durkheim, no início do século XX com o conceito de Representações Coletivas, tendo sua reformulação por Serge Moscovici em 1961 (LOPES, 2013) como Representações Sociais. Moscovici, ao contrário de Durkheim, que entendia as representações como formas de conhecimento estáveis, coletivas, coercitivas e homogêneas, propõe a estudar as diferentes configurações de significados e de ação criadas por grupos sociais heterogêneos os quais vivem numa mesma sociedade. Seus estudos abriram perspectivas investigativas em diferentes disciplinas (ARRUDA, 2002), posto que Serge Moscovici priorizou as especificidades dos fenômenos representacionais da sociedade moderna (JODELET, 2001).

As representações sociais (e seu estudo) estabelecem uma interface entre as dimensões sociais, culturais e psicológicas, exibindo um status transversal com diversas áreas de pesquisa como a Antropologia e Sociologia. É, de tal modo, uma teoria de vinculação (ligação e coesão), onde “a vigilância exercida pelo grupo sobre o indivíduo diminui à medida que os vínculos entre eles se tornam mais densos e recíprocos” (MOSCOVICI, 2001, p. 56). São construídas devido à necessidade de conhecer, compreender, ajustar, dominar, informar ou identificar o que o sujeito tem a sua volta. Assim, a Teoria das Representações Sociais busca tratar os fenômenos, observáveis diretamente ou reconstruídos, por intermédio da ciência, legitimada como explicação dos processos cognitivos e das interações sociais. Para Sêga (2000):



As representações sociais se apresentam como uma maneira de interpretar e pensar a realidade cotidiana, uma forma de conhecimento da atividade mental desenvolvida pelos indivíduos e pelos grupos para fixar suas posições em relação a situações, eventos, objetos e comunicações que lhes concernem. É um conhecimento prático que dá sentido aos eventos que nos são normais, forja as evidências da nossa realidade consensual e ajuda a construção social da nossa realidade (SÊGA, 2000, p. 128-29).

Como proposto por Jodelet (2001, p. 17), as representações sociais “nos guiam no modo de nomear e definir conjuntamente os diferentes aspectos da realidade diária, no modo de interpretar esses aspectos, tomar decisões e eventualmente, posicionar-se frente a eles de forma defensiva”. De tal forma não são algo fiel e fidedigno, “nem a parte subjetiva do objeto, nem a parte objetiva do sujeito” (SÊGA, 2000, p. 129), mas sim a coesão entre o mundo, seus objetos e os sujeitos que lhes conferem significados.

A teoria das representações sociais focaliza as formas e conteúdo do conhecimento, priorizando os aspectos cognitivos, emocionais e comunicativos que intervêm na criação, modificação e circulação das imagens e dos significados, daí seu particular interesse pelos discursos, dentre eles os orais, escritos, imagéticos ou propagados pelas diferentes mídias, por exemplo (JODELET, 2001). Outro aspecto da teoria pondera que “deve ser estudada articulando elementos afetivos, mentais e sociais ao lado da cognição, da linguagem e da comunicação” (JODELET, 2001, p.26), pois a visão de mundo do sujeito (ou do grupo social) e suas ações são explicitadas através do recurso representacional.

Representar implica “agir sobre o mundo e o outro, o que desemboca em suas funções e eficácia sociais” (JODELET 2001, p. 28). Igualmente, implica em dar sentido ao que é vivido e experimentado (PESAVENTO, 1995), marcando pertencas sociais que possibilitam identidades aos membros de uma comunidade, haja vista que “a natureza consensual de uma representação é geralmente parcial e localizada” (LOPES, 2013, p. 25159). A dinamicidade das representações sociais reside no fato de elas serem interpretações de uma realidade, que se modifica no tempo, bem como pela própria circulação dos indivíduos em diferentes grupos sociais, ou seja, embora se torne “um instrumento referencial que permite a comunicação em uma mesma linguagem, a representação está aberta “à possibilidade da polissemia, onde ora se apresentam temas inovadores que provocam conversões de experiências, de percepções que conduzem a uma nova visão” (SÊGA, 2000, p. 130), ora se preserva a rigidez das formas de pensar e agir já testadas e sancionadas.

Assim, a partilha social alude a um mecanismo de determinações conexas à estrutura e às relações em que dividir uma ideia (ou linguagem) é afirmar vínculos sociais e identificações sujeitos a reformulações e validações constantes (JODELET, 2001). Em síntese, e como



colocado por Serge Moscovici (2001, p. 55), as “representações ressaltam os fatos e interpretam uma realidade” que “é socialmente construída e o saber é uma construção do sujeito, mas não desligada da sua inscrição social” (ARRUDA 2002, p. 151). A partir desses pressupostos, a utilização da teoria das representações sociais neste artigo implica em entender as feiras como fenômeno onde produção, comercialização, consumo e interpretações enquanto elementos indissociáveis (SACCO DOS ANJOS; GODOY; CALDAS, 2005) passíveis de discursos, interpretações e disputas.

Procedimento metodológico

A pesquisa apresenta a uma análise qualitativa aportada na Teoria das Representações Sociais. Como metodologia foram utilizadas a revisão bibliográfica e a pesquisa de campo, com observação e aplicação de questionários nos espaços das duas feiras descritas anteriormente, entre agosto e setembro de 2020. Aplicou-se um questionário semiestruturado a 5 feirantes que participam da Feira Livre da Estação e 5 para feirantes do Quintal Solidário.

Tendo 15 questões, indagava suas representações do que é a feira livre; os significados que atribuem à prática de feirante; como conjuga sua participação na feira e sua vida privada; questões relacionadas à sobrecarga de trabalho (casa/feira), dentre outros aspectos a fim de que pudessem expressar opiniões, delinear circunstâncias ou organizar associações de ideias ao que se indagava. Sua aplicação se deu entre março e abril de 2020.

Outro questionário semiestruturado foi aplicado a 20 consumidores frequentadores (10 em cada feira) no mesmo período que dos feirantes, em ambos os casos de forma não intencional. Apresentava também 15 questões com as mesmas questões dos feirantes (com exceção apenas da questão relacionada à sobrecarga de trabalho, sendo substituída por “defina a feira numa palavra”).

Na análise utilizou-se o *software* IRAMUTEQ e suas funções “Análise de Similitude” (que consiste na elaboração de um tracejo que permite identificar o que é comum e o que é específico nas falas de feirantes e consumidores sobre a feira) e “Nuvem de Palavras” (na qual se dispõe o conjunto de locuções em dimensões dessemelhantes, considerando-se que as palavras em maior tamanho indicam máxima importância no *corpus* textual, retiradas conjunções; preposições e numerais), objetivando agrupar as falas dos entrevistados - inseridas em sua integridade - “com a finalidade relacional, comparando produções diferentes em função de variáveis específicas que descrevem quem produziu o texto” (CAMARGO; JUSTO, 2013, p.03).



O artigo tem sua abordagem qualitativa, caracterizada como o conjunto de técnicas interpretativas que busca descrever e compreender o caráter subjetivo do sujeito/objeto, estudando suas particularidades e experiências (MINAYO, 2009). Tal escolha advém ao fato que, às vistas de Godoy (1995), o pesquisador apropria-se da natureza qualitativa quando há diversos atores envolvidos nos múltiplos processos sociais e com diferentes percepções sobre a realidade social que necessitam de uma análise particularizada, a qual nem sempre se obtém quantitativamente (MINAYO, 2009).

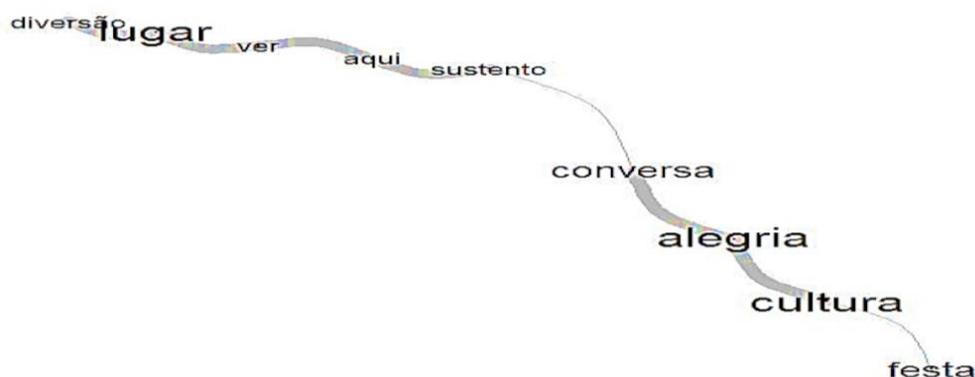
É, por fim, é um método científico de investigação que foca no caráter subjetivo do sujeito/objeto analisado, estudando as suas particularidades e experiências individuais. (JACCOUD; MAYER, 2008). A justificativa para seu uso adveio ao fato de que por este instrumento pode-se coletar do sujeito suas visões de mundo a partir da realidade que se tem, ora que a aplicação “com os usuários é uma forma de compreender qualitativamente suas motivações e expectativas” (FABERLUDENS, 2011, p. 5), ancorada na análise de conteúdo.

A análise de conteúdo é tida como aporte descritivo e interpretativo, amplamente utilizada pela Teoria das Representações Sociais, já que nos discursos (orais, escritos, visuais) as representações se materializam, ou seja, torna-se possível uma análise das ideias e das diferentes visões de mundo que as narrativas veiculam (JODELET, 1993; 2001; MOSCOVICI, 2003; ARRUDA, 2014), haja vista que “tudo que é dito ou escrito é passível a análise de conteúdo” (HENRY; MOSCOVICI, 1986, p. 36, tradução nossa).

Resultados e discussão

A partir da questão aberta que indagava aos feirantes e aos consumidores o significado da feira e sua importância, obteve-se um conjunto de termos que denotam representações de sentido positivo, tanto na dimensão econômica para os feirantes, como na dimensão cultural, para os consumidores (Figura 1):

Figura 1 – Análise de similitude para o significado da feira



Fonte: Dados da pesquisa, 2020

Os termos identificados no canto superior esquerdo correspondem às respostas dos feirantes, que entendem a feira como espaço propriamente físico, como “lugar” e “sustento”. Verifica-se que há uma interpretação de que é neste espaço que se dá o escoamento e comercialização de seus produtos e é através dele que sua atividade é reconhecida por parte de quem os adquire (SATO, 2007; SILVA; SILVA, 2016; BORTOLO; MELO; FERREIRA, 2019). Assim, a feira é lugar de trabalho, mas este trabalho conjuga as tarefas anteriores da produção agropecuária e do transporte (COUTINHO; DOULA, 2014), que permite maior aproximação do rural com o urbano. Pelo trabalho na feira, os feirantes retiram a renda do seu sustento (ao mesmo tempo em que contribuem para o sustento alimentar dos consumidores), mas esse não é um espaço onde o trabalho é visto por seus aspectos negativos; ao contrário, o termo diversão indica informalidade e uma interpretação lúdica da atividade.

Os termos dispostos no canto inferior direito foram enunciados pelos consumidores, sendo as palavras de maior evocação “conversa”, “alegria”, “cultura” e “festa”. Pode-se entender que as representações destes sujeitos priorizam a feira no âmbito das práticas e dinâmicas socioculturais, de comunicação e aprendizado, onde quem comercializa aprende com quem adquire e o contrário também se faz (SACCO DOS ANJOS; GODOY; CALDAS, 2005; CUERVO; HAMANN; PIZZINATO, 2019). Nessa prática cultural verifica-se que a conversa é o exercício fundamental de troca e interconhecimento, o que contrasta com a impessoalidade e o anonimato das relações estabelecidas nos supermercados.

Ao se questionar aos consumidores sobre a sensação de estar na feira, termos ligados ao bem-estar são destacados, detalhando emoções positivas que indicam as trocas pessoais que se sobrepõem ao simples ato de comprar e consumir (Figura 2).

Figura 2 – Nuvem de palavras – consumidores



Fonte: Dados da pesquisa, 2020

Termos como “cultural”; “gente”; “alegria”, “bem-estar” e “felicidade” demonstram a vontade dos consumidores em estar nesses espaços justamente por permitirem sensação de acolhimento se comparados com outros estabelecimentos comerciais. Termos como “gente”, “amigos”, “parentes” indicam familiaridade e intimidade. Deve-se considerar que nessas feiras, como visto anteriormente, além do comércio de alimentos, há apresentação de atividades artísticas e culturais onde palavras como “atração”, “animado”, “cultural” e “alegria” reforçam o significado da feira como “lugar” de espetáculo cultural e de identidade regional (SÊGA; 2000; PEREIRA; BRITO; PEREIRA, 2017; CUERVO; HAMANN; PIZZINATO, 2019). De igual modo, ao questionar “o que significa estar na feira” aos feirantes (Figura 3), as respostas indicam um conjunto diferente de termos, que constroem uma narrativa sobre o trabalho e sobre a feira como “lugar” de “sustento”, como mostrado na Figura 1

Figura 3 – Nuvem de palavras – feirantes



Fonte: Dados da pesquisa, 2020

Na imagem verifica-se que termos relacionados ao trabalho remetem à valorização da atividade agrícola, do “plantar” e da preocupação em ofertar alimentos sem “agrotóxico” que reforçam a ideia de *food security* e de *safety security* e que simbolicamente atestam uma agricultura que oferta alimentos saudáveis e naturais (CARNEIRO, 1998; MENASCHE, 2004; SACCO DOS ANJOS; GODOY; CALDAS, 2005). Vale lembrar que ambas as feiras têm a oferta de produtos agroecológicos como objetivo e critério de triagem dos feirantes.

Há ainda destaque para termos como “pais”, “irmão”, “ocupação” e “profissão” indicando uma relação direta com a transmissão geracional da atividade. A transmissão da profissão e das barracas perpassa gerações de feirantes, seja nas feiras livres, seja nos mercados municipais (GUIMARÃES; DOULA, 2018). Assim, quando se perguntou aos feirantes quem/o que influenciou a ser feirante, 70% dos entrevistados afirmaram que tiveram os pais como referência; 20% não apontaram quem os motivou e 10% aludiram à família, sem especificar a figura materna ou paterna no discurso. Alguns relatos, transcritos a seguir, apresentam semelhanças quanto à influência geracional, notadamente entre feirantes que trabalham na Feira da Estação:

Meu pai, e hoje a gente trabalha junto. Tem quarta que ele vem e na outra eu que venho trabalhar (E1, Homem, Feira Livre da Estação).

Minha família (pai e mãe) é toda da roça (...) e por isso é o que aprendi a fazer, não tive a oportunidade de estudar mais que a 3ª série sabe, mas incentivo muito meus filhos. Falo assim ó: se quiser ficar na feira pode, mas é importante estudar muito. É melhor a mão inchada que a enxada na mão. (E3, Mulher Feira Livre da Estação).

As falas dos feirantes da Estação confirmam uma representação orientada a uma realidade social construída e compartilhada (JODELET, 2001; LOPES, 2013), na qual a herança profissional e a identidade familiar validam uma ideia coletiva do vínculo de sucessão e continuidade com o grupo ao qual os indivíduos pertencem. Ser feirante é um elo simbólico entre os parentes, notadamente entre pais e filhos, que pressupõe a passagem geracional de um patrimônio que permite criar relações de afetividade com as pessoas que frequentam a feira e com o próprio “lugar” onde o trabalho se concretiza com a afirmação de que “É algo da família né? Já veio de berço e a gente vai seguindo. Acho que ninguém aqui tá na feira por tá, é algo da família. Eu acho” (E4, Mulher, Feira Livre da Estação).

Já os feirantes do Quintal Solidário, apesar de alguns respondentes ratificarem a influência familiar e geracional, apresentam também a preocupação em não se sentir “desocupado”; sendo a feira o caminho para aqueles que já se aposentaram e desejam um outro ofício, como ao ler “Não tive [influenciadores] como te disse, comecei mesmo assim que aposentei. Queria alguma coisa para distrair” (E6, Homem, Quintal Solidário); “Meu pai que também teve o meu avô e assim vai. Já é algo da família e eu estou tentando trazer meu filho, mas ele disse que quer primeiro ter uma faculdade e depois pensa nisso” (E7, Homem, Quintal Solidário) e “Minha aposentadoria [risos]. Era isto ou ficar no ócio” (E8, Homem, Quintal Solidário).

Comparando-se as falas, verifica-se que a feira pode assumir o significado de “trabalho” e meio de ganhar o “sustento” para alguns feirantes, mas também de “ocupação” e oportunidade de empreendedorismo que, como visto anteriormente, é incentivada pelos idealizadores do projeto de extensão do Quintal Solidário. Essa polissemia é confirmada ainda ao buscar-se compreender “o que representa vender os produtos na feira” para os feirantes de ambos espaços:

É o final de um trabalho difícil. Tem que acordar cedo, deixar tudo bem preparado, pegar carro, deslocar até aqui, montar a barraca e quando o pessoal chega a gente precisa tá lá com o sorriso no rosto né? Não é uma coisa fácil, mas saber que tem essas pessoas que vem aqui e valorizam nosso esforço é bom demais né? (E3, Mulher, Feira Livre da Estação).

É minha oportunidade de ter dinheiro, de ajudar meu filho e de poder comprar o que quero, eu quem decido o que vou ter. Consegui pela feira até ter um cartão de crédito e agora aceito maquininha (E4, Mulher, Feira Livre da Estação).

É mais um *hobby*, minha renda independe da venda desses alimentos, mas é importante para muitos aqui, não questiono isso (E5, Homem, Quintal Solidário).

É onde posso me distrair, ver gente nova e reencontrar alguns velhos amigos, né? A gente que fica só por conta do trabalho mal vê a esposa [risos]. Vender por vender mesmo não tem tanta importância. (E6, Homem, Quintal Solidário).

Os feirantes que atuam na Feira Livre da Estação a representam como oportunidade de melhoria da sua condição econômica, principalmente as mulheres, que atribuem à atividade uma chance de autonomia financeira. Já para os feirantes que participam do Quintal Solidário, a atividade é complementar e secundária na dimensão econômica, porém importante como espaço de socialização. Ao questionar aos consumidores “o que representa adquirir os produtos da feira”, as respostas apresentaram uma nucleação a respeito da qualidade do que é ofertado para o consumo (Figura 4):

Figura 4 – Nuvem de palavras – consumidores e o que representa adquirir tais produtos



Fonte: Dados da pesquisa, 2020

Palavras como “bom”, “comer”, “cuidado”, “cultivar” e “segurança alimentar” indicam proximidades de significados que remetem à garantia da produção agrícola e da atenção necessária ao plantio, mas também de um “pós campo”, a etapa final do alimento que vai para o consumo, com atributos de uma seguridade que não se encontra nos supermercados (CUERVO; HAMANN; PIZZATO, 2019). Tal seguridade é evocada por quem produziu, ou seja, nos discursos dos feirantes, mas também certificada pelos atores institucionais que promovem ambas as feiras. Assim, nas representações dos consumidores, o produto das feiras é tido “como puro e, dessa forma, saudável. Os adjetivos relacionados ao natural seriam atribuídos aos alimentos frescos, ou aos provenientes da feira, ou aos orgânicos, ou aos trazidos de fora” (MENASCHE, 2004, p. 121).

A última pergunta, direcionada a feirantes e consumidores de ambas as feiras, pautava-se em verificar a hipótese apontada por Cuervo, Hamann e Pizzinato (2019) de que a persistência das feiras no tempo, a despeito da comodidade e da variedade de produtos que um supermercado agrega em um mesmo espaço, se deve à possibilidade da conversação. Foi solicitada a opinião dos entrevistados sobre a frase “as pessoas conversam mais nos mercados de produtores locais do que em supermercados” (CUERVO; HAMANN; PIZZINATO, 2019, p. 293). As respostas indicam um consenso afirmativo, ou seja, há o sentido de uma representação positiva dessa característica da feira, enaltecida pelos diferentes atores e que reforça a imagem de que naquele espaço mercadorias, pessoas e palavras circulam:

É só você olhar pro lado e vê isso acontecendo. É a gente falando com outro feirante, com quem compra. Enfim, é algo mais íntimo que ir no mercado né? (E6, Homem, feirante, Quintal Solidário).

Quando vou no mercado Y, por exemplo, se não estiver com meu filho ou qualquer parente, pego o que tenho que comprar e volto pra casa. Por isso gosto da feira porque todo mundo tá sorrindo (E1, Mulher, consumidora, Feira Livre da Estação).

Sem dúvida! Porque você fica na cara do feirante e assim a gente pode perguntar da procedência dos produtos. Às vezes eles mesmos já fazem isso e é muito bom porque a gente fica sabendo o que é saudável. Você vai no mercado e não tem essas coisas. Pior, tem mercado aqui que nem olha a validade dos produtos, sabia? Eu só fiquei sabendo quando tinha comprado chocolate pro meu namorado e tava vencido (E3, Mulher, consumidora, Feira Livre da Estação).

Aqui tem algo muito bom: é quase difícil não falar algo nem que seja um “oi” com alguém porque a todo momento a gente escuta um feirante falando algo que faz a gente rir, tipo: “um morango para o docinho”, essas coisas (E5, Mulher, consumidora, Quintal Solidário).

As falas, por fim, permitem compreender a valorização das feiras como espaços de fala e circulação de mensagens e representações, notadamente quando comparados aos supermercados, qualificados negativamente como espaços de silêncio, anonimato e impessoalidade pois “Ir no mercado é isolar de conversa. Aqui a gente brinca com tudo e tudo é festa né?” (E9, Mulher, feirante, Quintal Solidário) e “A gente que vai no mercado mal olha pro lado. O máximo que a gente faz é falar obrigado com quem tá no caixa ou procurar alguém que trabalha no mercado quando não acha algo. Eu acho o mercado um lugar cheio de gente e vazio de conversa” (E3, Mulher, feirante, Feira Livre da Estação).

Assim, além de um lugar para consumo de um produto propriamente dito, há em torno das feiras uma construção simbólica sobre a confiança, o crédito atribuído às palavras e à

possibilidade do lúdico em meio a transações comerciais ora que “É aqui que a gente conhece nosso cliente, estabelece uma intimidade e conhece outros feirantes. Eu mesmo tenho duas pessoas que toda quarta estão aqui para comprar ou bater papo. É uma relação muito gostosa!” (E2, Homem, consumidor, Feira Livre da Estação).

Considerações Finais

A abordagem de um objeto tal qual a feira possibilita diversas análises que interseccionem desde a busca histórica de suas transformações e adaptações a contextos diferenciados, seu papel e importância nos campos sociais, econômicos, políticos e ambientais, bem como sua perpetuação ante a um cenário de industrialização alimentícia elevada e o “boom” do comportamento *fast food*.

Nesta pesquisa priorizou-se analisar as representações diferenciadas sobre o que “fazer” a feira significa, ora destacando para os feirantes a sua função econômica, ora sua função socializadora. O mesmo ocorreu com os consumidores, que não informaram de maneira unidimensional suas concepções sobre consumir na feira, valorizando tanto a qualidade dos alimentos, como as atividades socioculturais.

Ambas as feiras se constituem como propostas diferenciadas pela atuação de atores institucionais oriundos de uma universidade, pelo perfil agroecológico e de economia solidária, mas tais atributos não foram igualmente ressaltados como distintivos pelos frequentadores desses espaços, sejam feirantes ou consumidores. A oferta de alimentos frescos, saudáveis, de origem rural, ponto enfatizado pelos participantes, é um atributo que caracteriza as feiras em geral, e fazem arte do imaginário social sobre esses espaços, como demonstrou a bibliografia.

Também como mostraram outros trabalhos, a particularidade da feira reside em sua oposição aos supermercados, não apenas no que se refere às mercadorias ofertadas, mas principalmente pelo tipo de relações sociais que são possíveis em cada um desses espaços, de distanciamento e impessoalidade ou de proximidade e familiaridade. É nesse sentido que esta pesquisa aprofundou a compreensão da feira como espaço de conversação, e no caso específico das feiras aqui analisadas, espaço de espetáculo pois nele ocorrem atividades artísticas e culturais que ligam feirantes e consumidores a uma mesma identidade regional. Assim, tanto quem vende quanto quem compra retoma, sem saber, o sentido original do termo “*feira*”: festa. E como festa, a feira propicia momentos lúdicos de pertença social.

Há de se considerar também que a pesquisa apresenta sua originalidade ao aplicar-se num tema o qual detém de poucas análises particulares: a feira enquanto lugar de trocas sociais



e econômicas que, por sua vez, podem ser enquanto fator de melhora social (como apresentado pelos respondentes da feira livre da Estação) ou escape do ócio (conforme fala dos comerciantes do Quintal Solidário). Mais ainda, o aporte da Teoria das Representações sociais enquanto instrumento para análise de discurso, bem como seu delineamento de pesquisa utilizando o *software* Iramuteq oportunizaram uma avaliação do fenômeno para além das questões sociais e de lazer. Com o uso da ferramenta evidenciou-se questões objetivas como o fato de os consumidores recorrerem as feiras uma vez que entendem que nela estará alimentos seguros para o consumo - pois ali estarão frente a frente de quem os produz -, diferentemente de adquirem em hipermercados.

Para finalizar, é importante salientar os limites da pesquisa aqui descrita e a impossibilidade de generalizações, indicando que há necessidade de investigar outros perfis de feiras, para efeito comparativo. Aqui, a análise ancorada pela teoria das representações sociais procurou contemplar a interpretação de diferentes atores do que “fazer a feira” significa; a circularidade da comunicação frequente entre consumidores e feirantes explica representações similares, haja vista serem construídas a partir de experiência pessoal e coletiva do grupo que vivencia e conversa sobre uma mesma realidade.

AGRADECIMENTOS: O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001. Os autores também agradecem a disponibilidade e acolhida por parte dos feirantes e consumidores presentes na Feira Livre de Viçosa e Quintal Solidário.

REFERÊNCIAS

ARANTES, A. *et al.* O papel da extensão universitária na criação da Rede Raízes da Mata. **Anais do VI CLAA, X CBA e V SEMDF**, v. 13, n. 1, jul. 2018. Disponível em: <http://cadernos.aba-agroecologia.org.br/index.php/cadernos/article/view/97>. Acesso em: 06 maio 2020.

ARRUDA, A. Teoria das representações sociais e teorias de gênero. **Cad. Pesqui.**, São Paulo, n. 117, p. 127-147, nov. 2002. DOI: <https://doi.org/10.1590/S0100-15742002000300007>

BITENCOURT, D. Artigo - Agricultura familiar, desafios e oportunidades rumo à inovação, **EMBRAPA**, 2018. Disponível em: <https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/31505030/artigo---agricultura-familiar-desafios-e-oportunidades-rumo-a-inovacao>. Acesso em 27 abr. 2020.



BORTOLO, C. A.; MELO, D.; FERREIRA, G. H. C. Os distintos usos e usuários na feira livre do bairro Major Prates no município de Montes Claros-MG. **Revista Geofronter**, Campo Grande, v. 1, n. 5, p. 77-89, fev. 2019. Disponível em: <https://periodicosonline.uems.br/index.php/GEOF/article/view/3531/pdf>. Acesso em 28 out. 2019.

CAMARGO, B. V.; JUSTO, A. M. **Tutorial para uso do software de análise textual IRAMUTEQ**. 2013. Disponível em: <http://www.iramuteq.org/documentation/fichiers/tutoriel-en-portugais>. Acesso em 01 set. 2019.

CARNEIRO, M. J. O ideal rurbano: campo e cidade no imaginário de jovens rurais. *In*: SILVA, F. C. T. (org.). **Mundo rural e política**: ensaios interdisciplinares. Rio de Janeiro: Editora Campus, 1998. p. 97-117.

COUTINHO, M. M.; DOULA, S. M. Representações sociais sobre a Aids entre jovens rurais e urbanos de Minas Gerais. **Semina: Ciências Sociais e Humanas**. v. 35, n. 2, p. 77-90, 2014. DOI: <http://dx.doi.org/10.5433/1679-0383.2014v35n2p77>

CUERVO, M. R.; HAMANN, C.; PIZZINATO, A. Feira agroecológica enquanto comunidade de prática: redes de sociabilidade, consumo e resistência. **Sociedade e Cultura**, v. 22, n. 1, 2019. DOI: <https://doi.org/10.5216/sec.v22i1.43743>

FABERLUDENS. **Métodos de pesquisa etnográfica**. 2011. Disponível em: http://www.ligiafascioni.com.br/wpcontent/uploads/2011/05/aula3_metodos_pesquisa_etnografica.pdf. Acesso em 03 jan. 2020.

FOLHA DA MATA. **Feira livre noturna completou nove meses em Viçosa**. 2018. Disponível em: <https://www.folhadamata.com.br/noticia-feira-livre-noturna-completou-nove-meses-em-vicoso-2929>. Acesso em 07 maio 2020.

GODOY, A. S. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. **Revista de Administração de Empresas**, v. 35, n. 2, p. 57-63, 1995.

GUIMARÃES, T. T. D.; DOULA, S. M. Memória e identidade: o processo de sucessão e herança no Mercado Municipal de Montes Claros – MG, 2018. Brasil. **Mundo Agrário**, v. 19, n. 40, e078, 2018. DOI: <https://doi.org/10.24215/15155994e078>

HENRY, P.; MOSCOVICI, S. Problèmes de l'analyse de contenu. **Langages**, 3e année, n. 11, p. 36-60, 1986. Disponível em: https://www.persee.fr/doc/lgge_0458-726x_1968_num_3_11_2900. Acesso em 26 jun. 2022.

IPATRIMÔNIO, Patrimônio Cultural Brasileiro. **Viçosa – Balaustrada**. Disponível em: <http://www.ipatrimonio.org/vicoso-balaustrada/#!/map=38329>. Acesso em 10 nov. 2022.

JACCOUD, M.; MAYER, R. A observação direta e a pesquisa qualitativa. *In*: POUPART, J. *et al.* (org.). **A Pesquisa qualitativa**. Enfoques epistemológicos e metodológicos. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.



JODELET, D. Représentations sociales: un domaine en expansion. In: JODELET, D. (Ed.) **Les représentations sociales**. Tradução: Tarso Bonilha Mazzotti. Paris: PUF, 1989, p. 31-61. Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) - Faculdade de Educação, 1993.

JODELET, D. **Representações sociais**: um domínio em expansão. Rio de Janeiro: Editora EdUERJ, 2001.

LIMA COSTA, B. A.; SANTOS, C. C. B.; PRIORE S. E. Aproximando produção e consumo: a experiência do projeto de extensão “Quintal Solidário”. **Revista ELO - Diálogos em Extensão**, v. 8, n. 1, 2019. DOI: <https://doi.org/10.21284/elo.v8i1.1189>

LIMA COSTA, B. A.; STROPPA MOREIRA, M. A. Sentidos e contradições do trabalho de mulheres artesãs na economia solidária: estudo de caso de uma feira em Viçosa, Minas Gerais, Brasil. **Otra Economía**, v. 12, n. 22, p. 133-152, 2019. Disponível em: <https://revistaotraeconomia.org/index.php/otraeconomia/article/view/14817/9467>, Acesso em 05 maio 2020.

LOPES, T. J. S. As representações sociais e a educação. In: CONGRESSO NACIONAL DE EDUCAÇÃO, 11., 2013. **Anais [...]**. 2013. Disponível em: http://educere.bruc.com.br/ANAIS2013/pdf/9077_6744.pdf. Acesso em 04 out. 2019.

MENASCHE, R. Risco à Mesa: Alimentos Transgênicos, No Meu Prato Não? **Campos - Revista de Antropologia**, [S.l.], v. 5, n. 1, p. 111-129, jun. 2004. DOI: <http://dx.doi.org/10.5380/cam.v5i1.1638>

MINAYO, M. C. S. **Pesquisa Social**: teoria, método e criatividade. 21. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

MOSCOVICI, S. Das representações coletivas às representações sociais: elementos para uma histórica. In: JODELET, D. **Representações sociais**: um domínio em expansão. Rio de Janeiro: Editora EdUERJ, 2001. p. 45-66.

MOSCOVICI, S. **Representações sociais**: investigações em psicologia social. 3. ed. Tradução: Pedrinho A. Guareschi. Petrópolis, RJ: Vozes, 2003.

PEDRO, F. C. P.; COULON, O. M. A. F. **As Rotas Comerciais e as Feiras Medievais**, 1985. Disponível em: http://www.miniweb.com.br/historia/artigos/i_media/rotas_comerciais.html. Acesso em 10 set. 2019.

PEREIRA, V.; BRITO, T.; PEREIRA, S. A feira livre como importante mercado para agricultura familiar em Conceição do Mato Dentro (MG). **Revista Ciências Humanas**, Taubaté, v. 10, n. 2, p. 67-78, dez. 2017. DOI: <https://doi.org/10.32813/rchv10n22017artigo6>

PESAVENTO, S. J. Em busca de uma outra história: imaginando o imaginário. **Revista Brasileira de História**, São Paulo, v. 15, n. 29, 1995. Disponível em: https://www.anpuh.org/arquivo/download?ID_ARQUIVO=3770. Acesso em: 28 out. 2019.



SACCO DOS ANJOS, F.; GODOY, W. I.; CALDAS, N. V. **As feiras-livres de Pelotas sob o império da globalização: perspectivas e tendências**. Pelotas, RS: Editora e Gráfica Universitária, 2005.

SÊGA, R. A. O conceito de representação social nas obras de Denise Jodelet e Serge Moscovici. **Anos 90**, Porto Alegre, v. 8, n. 13, jul. 2000. DOI: <https://doi.org/10.22456/1983-201X.6719>

SATO, L. Processos cotidianos de organização do trabalho na feira livre. **Psicologia e Sociedade**, v. 19, n. esp. 1, 2007. DOI: <https://doi.org/10.1590/S0102-71822007000400013>

SILVA, I. T.; SILVA, A. B. A feira livre na contemporaneidade: estudo de caso em uma pequena cidade paraibana. **Revista GeoSertões**, Cajazeiras, v. 1, n. 2, p. 6-20, nov. 2016. Disponível em: <http://revistas.ufcg.edu.br/cfp/index.php/geosertoos/article/view/36/pdf>. Acesso em: 28 out. 2019.

Como referenciar este artigo

SILVA, Parley Lopes Bernini da; LACERDA, Rogério Tadeu de Oliveira. Fazer a feira e conversar: Estudo das representações sociais de feirantes e consumidores - Viçosa-MG. **Estudos de Sociologia**, Araraquara, v. 27, n. 00, e022032, 2022. e-ISSN: 1982-4718. DOI: <https://doi.org/10.52780/res.v27i00.15758>

Submetido em: 16/05/2022

Revisões requeridas em: 22/06/2022

Aprovado em: 25/07/2022

Publicado em: 21/12/2022

Processamento e editoração: Editora Ibero-Americana de Educação.

Revisão, formatação, normalização e tradução.

