

FEIRAS ALIMENTARES E MERCADOS TERRITORIAIS: A ESTRUTURA E O FUNCIONAMENTO DAS INSTITUIÇÕES DE ORDENAMENTO DAS TROCAS LOCAIS

Maria Sirlene da Cruz¹

 <https://orcid.org/0000-0002-4216-4834>

Sergio Schneider²

 <https://orcid.org/0000-0002-4353-6732>

RESUMO

O artigo tem como objetivo apresentar as instituições (normas tácitas e formais) que conformam as feiras no Vale do Jequitinhonha e no norte do estado de Minas Gerais. Essas feiras podem ser compreendidas como mercados territoriais a partir do conjunto de instituições, atores, estruturas e das relações de poder que se constituem no território. Com base na revisão de literatura sobre as feiras e nos referenciais da abordagem institucional de mercados, destacou-se que as relações de confiança, a qualidade e a diversidade de produtos são algumas das principais dimensões pelas quais funcionam e se estruturam as feiras e os mercados locais. O estudo também tentou mostrar que, embora os mercados locais se ordenem em torno de regras e normas próprias, eles estão imersos em um sistema externo de regulação pelos quais operam os mercados globais, tais como normas oficiais de controle, de inocuidade sanitária, leis e preços que geram pressão nos sistemas agroalimentares localizados.

Palavras-chave: Instituições Sociais. Mercados Territoriais. Feiras. Minas Gerais.

FOOD FAIRS AND TERRITORIAL MARKETS: STRUCTURE AND FUNCTIONING OF LOCAL TRADE MANAGEMENT INSTITUTIONS

ABSTRACT

The Article's objective is to present the institutions (tacit and formal norms) that conform the fairs in Jequitinhonha and in the north of Minas Gerais. These fairs can be understood as territorial markets based on the set of institutions, agents, structures and power relations constituted in the territory. Based on a literature review about Fairs and in the reference of institutional approach of the market, we highlight trust relationship, product quality and diversity as the main dimensions in which Street Fairs and Local Markets work and structure. The study also tried to show that although local markets are organized around their own rules and regulations, they are still immerse in an external regulatory system through which the global markets operate, such as official health safety control norms, laws and prices that pressures local agrifood systems.

Keywords: Social Institutions. Territorial Markets. Fairs. Minas Gerais.

FERIAS DE ALIMENTOS Y MERCADOS TERRITORIALES: ESTRUCTURA Y FUNCIONAMIENTO DE LAS INSTITUCIONES LOCALES DE GESTIÓN DEL COMERCIO

RESUMEN

El artículo tiene como objetivo presentar las instituciones (reglas tácitas y formales) que se ajustan a las ferias de Jequitinhonha y al norte de Minas Gerais. Estas ferias pueden ser comprendidas como mercados territoriales a partir del conjunto de instituciones, agentes, estructuras y de las relaciones de poder que se constituyen en el territorio. Con base en una revisión de literatura sobre las Ferias y

¹ Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. E-mail: sirlenecruz.mg@gmail.com.

² Professor Titular de Sociologia, de Desenvolvimento Rural e de Estudos da Alimentação na Universidade Federal do Rio Grande do Sul. E-mail: schneide@ufrgs.br.

en las referencias de la labor de institucional de mercados, destacamos que las relaciones de confianza, calidad y diversidad de productos son algunas de las principales dimensiones por las cuales funcionan y estructuran las ferias y los mercados locales. El estudio también intentó mostrar que aunque los mercados locales se ordenen al rededor de las reglas y normas propias, ellos están inmersos en un sistema externo de regulación, por lo que operan los mercados globales, así como normas oficiales de control de seguridad sanitaria, leyes y precios que generan presión en los sistemas agroalimentarios localizados.

Palabras clave: Instituciones Sociales. Mercados Territoriales. Férias. Minas Gerais.

INTRODUÇÃO

No Brasil e, sobretudo, em Minas Gerais, existe uma longa tradição de estudos sobre feiras e espaços locais de comercialização da agricultura familiar. Esses estudos revelaram a importância das feiras para o abastecimento alimentar e para a economia local e regional, uma vez que elas ofertam alimentos em quantidade e qualidade para a população urbana, geram ocupação e receitas para inúmeras famílias agricultoras e contribuem para a valorização e fortalecimento dos circuitos locais de produção e consumo que emergem nos territórios (Ribeiro, 2007; Cruz *et al.*, 2022).

Notadamente, já existe um estado da arte sobre feiras que abriga trabalhos importantes como os de Heredia (1979) e Garcia (1983), que demonstraram a importância da feira como uma estratégia para a reprodução social das famílias agricultoras na região Nordeste do Brasil. Palmeira (2014), que também estudou as feiras nordestinas, sobretudo no estado do Pernambuco, destacou que esses mercados emergiram em um contexto de transformação social com o fim do sistema de moradia nos engenhos de açúcar.

Não se sabe ao certo o número de feiras existentes no país, mas uma coisa é certa: feira é um movimento corriqueiro na maioria dos pequenos municípios brasileiros. Um levantamento realizado pela Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural (EMATER), no estado de Minas Gerais, no ano de 2017, apontou que existem feiras, no mínimo, em 70% dos 853 municípios do estado.

A maior parte dos estudos sobre feiras em Minas Gerais foi realizada na região do Vale do Jequitinhonha, nordeste do estado. As principais contribuições para analisar essas feiras foram encontradas nos estudos³ de Angulo (2002), Ribeiro (2004; 2007; 2019), Noronha (2003), Servilha (2008), Araújo e Ribeiro (2018) e Cruz (2019). Esses autores ressaltaram que as feiras integram um conjunto de estratégias para a reprodução dos modos de vida, denotam sociabilidade por reunir grupos sociais diversos, e consolidam relações sociais, econômicas e culturais no contexto histórico e espacial em que estão inseridas.

³As feiras do Jequitinhonha são estudadas desde o início dos anos 2000 e grande parte destes estudos foi desenvolvida pela equipe de pesquisadores do Núcleo de Pesquisa e Apoio à Agricultura Familiar (NPPJ), vinculado à Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Um dos estudos seminais sobre o assunto pode ser encontrado em Ribeiro, E. M. (org.). *Feiras do Jequitinhonha: mercados, cultura e trabalho de famílias rurais no semi-árido de Minas Gerais*. Fortaleza: BNB, 2007.

As feiras do Jequitinhonha e do norte de Minas Gerais, em sua maioria, ocorrem aos sábados e funcionam em espaços próprios situados no centro das cidades (Ribeiro, 2007). Cruz (2019, p.57), que analisou as feiras dos municípios de Chapada do Norte, Itamarandiba, Minas Novas, Turmalina e Veredinha, no Jequitinhonha, destacou que o trabalho na feira se associa à família e não ao indivíduo. A autora ressaltou ainda que, na média, 90% dos feirantes eram agricultores familiares e o perfil etário, desses feirantes, predominava entre 46 e 60 anos. A presença de mulheres feirantes também foi evidenciada, cumprindo papel importante na produção e nos negócios da família. O mesmo estudo indicou que o preço dos produtos é definido logo no início da feira, por meio de consultas rápidas entre si, de modo a estabelecer o “preço que corre na feira”, como costumam dizer.

Nos anos recentes, o estudo das feiras passou a ganhar um novo impulso a partir das análises sobre o papel dos mercados locais, sobretudo, devido ao crescimento das estratégias de aproximação entre produtores e consumidores. Essa discussão ganhou luz a partir dos trabalhos sobre cadeias curtas (Gazolla; Schneider, 2017; Belletti; Marescotti, 2020) e redes alimentares alternativas (Goodman; Dupuis; Goodman, 2012). Os estudiosos passaram a destacar a importância das relações de proximidade desses mercados, enfatizando os aspectos como qualidade dos produtos e as relações interpessoais entre vendedores e compradores, sendo esta uma característica central dos mercados locais. A crítica de que a dinâmica capitalista moldou as injustiças e desigualdades nos sistemas agroalimentares (McMichael, 2009) fornece um apelo para os estudiosos abordarem as transições nesses sistemas de forma mais justa, inclusiva e sustentável (Sonnino; Marsden, 2006), reforçando a ideia de “comida do lugar” e de uma crescente valorização dos sistemas alimentares localizados (Shermer, 2015).

Um aspecto que chama atenção na literatura recente sobre o tema é que, por mais que as feiras funcionem e operem em um espaço local determinado, um lugar, a sua dinâmica de funcionamento vai muito além do local. Neste sentido, estudiosos têm chamado atenção para a dimensão territorial dessas iniciativas de comercialização (Timmer, 1997; Schneider *et al.*, 2022). Outro aspecto recorrente na literatura é que as feiras são vistas como espaços informais de comercialização, ocupados, predominantemente, por pequenos agricultores familiares ou mesmo comerciantes de pequeno porte. Não raro, as feiras locais acabam sendo identificadas pelo senso comum como “a feirinha dos agricultores familiares” (Mavedzenge *et al.*, 2008; Del Pozo-Vergnes, 2013; Gonzáles, 2018; Huaita Alfaro, 2018; Sherwood *et al.*, 2018).

As feiras podem ser consideradas uma expressão da dinâmica dos mercados alimentares em nível local e territorial. Não obstante, o espaço das feiras não existem isoladamente, nem sem estabelecer contato com o ambiente externo ou com a economia em geral. Nesta perspectiva, estabelecem relações com outros tipos de mercados, embora funcionem a partir de regras e códigos particulares, que lhe conferem identidade. Um estudo recente de Cassol (2018) sobre as feiras de

Campina Grande, Paraíba, Caruaru, Pernambuco e Passo Fundo, no Rio Grande do Sul, demonstrou que, no ambiente das feiras, se estabelecem formas particulares e bem próprias de regulação e normatização das trocas, o que faz emergir um conjunto de regras formais e informais que funcionam como instituições de governança desses espaços de comércio.

Com o intuito de compreender as interações entre as feiras e as outras estratégias de comércio, Schneider (2016) sugeriu a construção de uma tipologia dos mercados, utilizando critérios e indicadores que funcionam como dispositivos de controle e regulação. Segundo o autor, nesta tipologia, as feiras podem ser entendidas como mercados territoriais e fazem parte de um tipo de mercado que se caracteriza por dispositivos institucionais de regulação e ordenamento, que se assentam em relações sociais caracterizadas por alto grau de interpessoalidade e reciprocidade, tais como confiança, reputação, procedência e amizade.

Ploeg, Ye e Schneider (2012) também destacaram que as feiras se caracterizam por uma forte imersão e dependência das regras econômicas, como preço e qualidade. Os autores elucidam que as feiras integram os mercados locais, ou também chamados de mercados imersos. De acordo com eles, existe, neste tipo de mercado, a imersão destas atividades comerciais em regras e normas que são fortemente arraigadas na cultura e no modo de vida local.

A partir desta contextualização, o presente artigo tem como objetivo discutir as instituições que configuram os mercados territoriais, tais como as feiras e os mercados locais do Jequitinhonha e do norte de Minas Gerais. É importante dizer que as feiras são a expressão de como os mercados funcionam e, nesse trabalho, não trata-se apenas das feiras livres da agricultura familiar, mas engloba os mercados locais nos quais produtores e vendedores realizam trocas mercantis. Portanto, do ponto de vista analítico, um dos argumentos defendido aqui é que as feiras apresentam-se como mercados territoriais e estão fortemente enraizadas em instituições informais, por meio das quais são definidas regras e normas de funcionamento desses espaços de comércio. A literatura consultada sobre as feiras evidencia que há instituições que regulam esses mercados, embora não sejam tratadas como tal. Nesse sentido, este trabalho propõe identificar essas instituições e descrever como elas operam na estruturação desses mercados locais.

Este artigo está dividido em três seções, além desta introdução. A primeira apresenta uma discussão sobre a relação entre mercados, instituições e território, considerando que as feiras locais operam a partir de normas e regras tácitas e formais que podem ser adequadamente interpretadas pela abordagem institucional dos mercados. Nesse sentido, a contribuição de Polanyi (2000; 2012) tornou-se referência para o estudo contemporâneo dos mercados com a retomada do conceito de imersão (*embeddedness*) por outros estudiosos. Outra contribuição essencial encontra-se nos estudos de Hodgson (1994) e Ostrom (1990) para compreender os mercados como instituições. Com base nestes

trabalhos, procura-se orientar o debate em torno dos mecanismos que ordenam as interações sociais nos mercados alimentares como bens públicos.

Na segunda seção do artigo, apresenta-se uma revisão dos estudos sobre as feiras do Jequitinhonha e do norte de Minas Gerais, com o propósito de demonstrar quais são as instituições que estruturam e fazem funcionar as feiras. E, a partir da identificação de quais são essas instituições, descreve-se como elas operam nesses espaços.

Na terceira e última seção do artigo, analisa-se e discute-se como as feiras e os mercados locais do Jequitinhonha e norte de Minas Gerais se relacionam com as instituições externas nas quais estão imersas, como os preços, as informações, a qualidade regulada pela inocuidade sanitária, assim como as leis e as certificações dos órgãos de controle estatal. O objetivo é mostrar que malgrado as feiras e mercados se estruturam em torno de normas e regras – portanto, instituições – próprias, que elas usam como referência para a valorização dos produtos comercializados, há todo um sistema externo – ou, para usar a expressão de Polanyi (2000), um mercado autorregulado – que gera pressão, coerção e, às vezes, conflitos. E, por fim, serão apresentadas as considerações finais.

MERCADOS, INSTITUIÇÕES E TERRITÓRIO

Os estudos recentes sobre mercados alimentares têm pautado as discussões sobre as novas formas de produção e consumo de alimentos, e, mais que isso, demonstram a preocupação com as mudanças pelas quais têm passado os sistemas agroalimentares. A emergência do debate pode ser interessante para o desenvolvimento rural a partir de alguns referenciais do campo de conhecimento da sociologia econômica e das ciências sociais.

Os esforços para compreender os diferentes tipos de mercados e como eles se organizam parte de uma revisão de literatura que se assenta em vários estudos sobre o tema, sobretudo, da abordagem institucional de mercados. Nesse sentido, as contribuições de Polanyi (2000; 2012) têm sido essenciais e influenciaram outros estudiosos da nova sociologia econômica, como Mark Granovetter (1985), que retoma o conceito de enraizamento (*embeddedness*) para explicar que os mercados emergem no contexto de imersão social em que as redes de relações sociais são pré-estabelecidas, o que faz pensar que a sociedade exerce influência na economia.

Um recurso metodológico para estudar mercados imersos encontra-se no trabalho de Salvate (2019), que analisou cinco dimensões através dos indicadores: distintividade, multifuncionalidade, conectividade, governança e infraestrutura sociomaterial. Contudo, seu trabalho aponta para a necessidade de novos estudos empíricos com enfoque sobre a dimensão territorial, para além do já conhecido na literatura como circuitos curtos, cadeias curtas, sistemas agroalimentares localizados ou redes alimentares alternativas, conforme os trabalhos de Hinrichs (2003), Renting, Marsden e Banks (2003), Sonnino e Marsden (2006), Gazolla e Schneider (2017) e Belletti e Marescotti (2020).

Nesse sentido, um avanço nos estudos para discutir a dimensão territorial dos mercados pode ser encontrado na abordagem da Cesta de Bens e Serviços Territoriais (CBST), proposta por Pecqueur (2001; 2005), que sugere a análise dos sistemas alimentares na perspectiva do seu lugar no espaço, considerando que a valorização dos recursos e ativos específicos de um dado território são fundamentais nos processos de desenvolvimento territorial (Mollard, 2001). No Brasil, esse enfoque é relativamente recente e está sendo utilizado em pesquisas para analisar a capacidade dos atores locais em criar uma oferta heterogênea e coerente com os atributos territoriais (Cazella *et al.*, 2020).

A discussão da dimensão territorial dos mercados refere-se ao alcance geográfico dos espaços nos quais transcorrem relações de troca e intercâmbio de bens, produtos e mercadorias. Um território pode ser definido como o espaço no qual agentes e atores atuam de modo a se apropriarem de seu controle, promoverem formas de dominação ou até mesmo imprimirem uma determinada identidade àquele espaço. Neste sentido, o território expressa o modo pelo qual as relações de poder existentes e atuantes em um determinado espaço são colocadas em prática (Raffestin, 1986; 1993; Lopes de Souza, 2009; 2013; Saquet, 2004). Não se deve confundir território com região, uma vez que esta se refere aos atributos físicos e geográficos presentes em determinado espaço. É preciso ter presente que um território pode ter múltiplos níveis e até camadas sobrepostas, geralmente denominadas escalas, que podem ser locais, regionais, nacionais ou globais (Haesbaert, 1999; 2004; Schneider; Tartaruga, 2004; Theis; Galvão, 2011).

A dimensão territorial dos mercados, ou simplesmente “os mercados territoriais”, implica aceitar que as trocas e as interações mercantis entre sujeitos, atores e agentes estão ancoradas ou são influenciadas pelo espaço no qual elas ocorrem. Mas não se trata do espaço-região, que pode ser aferido por critérios como distância, altitude, longitude, etc, mas do espaço-território. Assim, um mercado territorial é sempre um mercado construído pelos atores que nele se encontram e sobre ele atuam. Logo, os mercados territoriais são mercados socialmente construídos, no sentido de que resultam da ação e da interação de sujeitos e agentes em um determinado espaço físico, no qual transcorrem trocas, intercâmbios e negócios de compra, venda, permuta, empréstimo, entre outros.

Entende-se que as feiras locais podem ser entendidas como mercados territoriais no quais comparecem agentes interessados (vendedores, compradores e outros) em fazer trocas e exercer seu poder de mercado, que é o poder de vender, comprar, permutar, barganhar, pechinchar e etc. Nesse sentido, esses mercados, assim como as feiras, apresentam uma dimensão territorial na medida em que as instituições que governam esses mercados são instituições baseadas nas percepções de como as relações sociais e mercantis ocorrem. As trocas e interações se dão em um determinado lugar (físico, geográfico) e neste ocorrem e transcorrem relações de poder, porque a posição de cada ator não é simétrica e igual. Não raro existem dominação e coerção. Então, sempre que se identificam e

se analisam as relações de poder que ocorrem em um determinado espaço entre determinados atores, pode-se dizer que este espaço é, na verdade, um território (Raffestin, 1993; Lopes de Souza, 2009).

O estudo e a análise da estrutura e do funcionamento dos mercados enquanto territórios nos quais transcorrem estes negócios está em pleno desenvolvimento e ainda carece de novos estudos e aprofundamentos. Em recente trabalho, Schneider, Almeida e Salvate (2022) realizaram um estudo sobre a dimensão territorial do mercado da manga Ubá, em Minas Gerais, e buscaram confrontar esta abordagem com a da Cesta de Bens e Serviços Territoriais, proposta por Pecqueur (2001). Os/as autores/as destacaram que um aspecto comum em ambas as abordagens está no fato de que as trocas mercantis em nível territorial são fortemente marcadas pela imersão das relações sociais e econômicas em valores compartilhados por aqueles que vivem naquele ambiente. As regras vigentes nesses espaços de troca não são apenas o preço, a concorrência e a simetria de informação, mas também a qualidade do produto, a confiança mútua e a solidariedade. Outro elemento comum nestas abordagens é que os mercados territoriais operam como um bem público ou, como afirmou Elinor Ostrom (1990), um recurso de uso comum que funciona como uma instituição baseada em regras formais e informais, através das quais os agentes interagem e fazem negócios.

Um estudo recente da FAO (2021a), com base nas sugestões feitas pelo Comitê de Segurança Alimentar (CFS, 2016), foi pioneiro no uso do termo ou conceito de mercados territoriais. Esse trabalho apresentou uma proposta metodológica para mapeamento dos mercados territoriais com o objetivo de fornecer informações sobre a dinâmica de mercados que estão geograficamente próximos dos locais de produção. O relatório da FAO reconheceu a importância do acesso de pequenos agricultores a estes tipos de mercados, bem como sua importância para atentar às mudanças nos padrões alimentares que tendem a conectar produção e consumo nos sistemas alimentares territoriais. Sugere a concepção e implementação de políticas públicas que promovam o desenvolvimento das localidades e das regiões.

Nos dias atuais em que a humanidade enfrenta os desafios de uma pandemia global, os mercados territoriais figuram-se ainda mais importantes para a segurança alimentar e nutricional dos territórios. Utilizando o instrumento de mapeamento de mercados territoriais, a FAO (2021b) realizou um estudo na Tanzânia e demonstrou que o impacto da Covid-19 recaiu diretamente no abastecimento de alimentos, o qual foi comprometido pelo fechamento de fronteiras e pela suspensão temporária de algumas atividades. Isso ocasionou a redução na procura por alimentos, afetando não só os produtores, mas também grupos de pessoas vulneráveis daquele país. No entanto, o estudo destacou que apoiar os mercados territoriais pode ser uma estratégia viável, o que implica melhorar a compreensão dos mecanismos de funcionamento desses mercados e estabelecer políticas públicas que possam estimular seu crescimento.

A proposta do CFS (2016) e da FAO (2021a), em aprimorar o debate em torno do conceito “*territorial markets*”, dialoga com a abordagem de mercados imersos (*nested markets*) sugerida por Ploeg, Ye e Schneider (2012), que discutem esses mercados como espaços concretos de interação social entre produtores e consumidores, nos quais as trocas de produtos e serviços acontecem. É notório que o estudo sobre mercados territoriais encontra-se em processo de construção e, portanto, ganham relevância os estudos empíricos. Desse modo, as feiras contribuem para a formação de “sistemas alimentares localizados”, que têm sido destacados na literatura como *city-region food systems*, termo em inglês para designar sistemas alimentares cidade-região (SACR), que é outra abordagem pertinente que se propõe a analisar os vínculos entre alimentos, pessoas e demais recursos nos espaços rurais, urbanos e periurbanos de uma dada região geográfica (Blay-Palmer *et al.*, 2020).

Nesse contexto, os mercados alimentares tendem a se organizar com base nos mecanismos de governança que podem ser compreendidos a partir da análise de Ostrom (1990) dos recursos de uso comum (*Common-Pool Resource - CPR*), noção amplamente reconhecida pela capacidade dos atores desenvolverem arranjos institucionais locais para a gestão dos recursos naturais. Assim, pode-se dizer que os mercados, tais como as feiras, funcionam como bens públicos (os valores e regras são bens públicos), diferentemente dos mercados globais em que as relações entre agentes econômicos (vendedores e compradores) são puramente privadas, diferenciando-se pelos mecanismos de regulação. Nesse sentido, a governança dos processos de interação social e apropriação dos valores gerados por grupos de agricultores podem ser autogeridos, o que, na prática, cria um ambiente de benefícios comuns e tende a evitar o surgimento de conflitos e oportunismo.

A abordagem de uma nova economia institucionalista para compreender os mercados como instituições, apresentada por Hodgson (1994) contesta a racionalidade do pensamento econômico ortodoxo e defende que são as instituições que estruturam a vida social. Em síntese, esse autor descreve as instituições como um sistema de normas (valores) que estruturam a interação social, podendo elas ser formais ou informais, e define mercado como “um conjunto de instituições sociais em que se verifica normalmente um grande número de trocas e mercadorias de um tipo específico, sendo estas trocas facilitadas e estruturadas pelas instituições” Hodgson (1994, p. 175). Assim, para o autor, os mercados não se limitam simplesmente a um local onde há trocas de mercadorias e se realizam transações econômicas.

A partir das abordagens apresentadas, na próxima seção destaca-se a evidência de dimensões/instituições que desempenham papel importante na estruturação das feiras do Jequitinhonha e norte de Minas de Gerais. Para estudá-las, adotou-se a tipologia desenvolvida por Schneider (2016), que classificou esses tipos de mercados como “mercados territoriais”.

AS FEIRAS DO JEQUITINHONHA E DO NORTE DE MINAS GERAIS

As feiras estão presentes no cotidiano da maioria dos municípios de Minas Gerais e cumprem um papel importante ao estreitar as relações de produção e consumo no território. Em particular, nas regiões norte e nordeste do estado, há uma longa tradição de feiras que muito sintetiza a dinâmica desses mercados em pequenos municípios. Para Dayrell (2000), os agricultores dessas regiões carregam um estilo étnico próprio em que a racionalidade produtiva não está totalmente dissociada da natureza. Esse autor ressaltou que, quando o agricultor participa nos mercados municipais, na verdade está se apresentando como alguém que produz alimentos para a sociedade local e é justamente ali que garante o seu reconhecimento social.

Os estudiosos das feiras nessas regiões destacaram que estes mercados locais estão fortemente arraigados nas relações interpessoais e nos hábitos alimentares costumeiros que se baseiam na pauta diversificada que inclui desde os produtos da horta, do quintal, das lavouras, da indústria doméstica rural e do agroextrativismo – que são praticamente os produtos “dados” pela natureza. Essa variedade de produtos nas feiras condiz com a biodiversidade local e muito do conhecimento tradicional no processo produtivo e no beneficiamento dos produtos artesanais, isto explica, em parte, a relação entre comida, ecologia, cultura e a identidade territorial (Ribeiro, 2007; 2019; Cruz, 2019; Galizoni, *et al.*, 2019).

O Jequitinhonha e norte de Minas são territórios com forte presença de agricultores familiares e o conhecimento destes sobre a natureza permite a apropriação dos recursos presentes no Cerrado e em áreas do Semiárido de forma mais sustentável. Para Borges *et al.* (2020), os produtos das lavouras, da horticultura e das agroindústrias rurais predominam nos mercados locais e se renovam de acordo com a sazonalidade que acompanham as safras. Nas feiras, as relações socioeconômicas e culturais são sedimentadas pela forte interação social, de modo que conformam uma complexa circulação de mercadorias, alimentos, pessoas e artefatos diversos que se misturam num mesmo espaço, cultura, sabores, tons e cores (Angulo, 2002; Noronha, 2003; Ribeiro, 2007; Servilha, 2008; Cruz, 2019).

A maior parte dos estudos das feiras nessas regiões surgiu a partir dos anos 2000. As feiras dos municípios de Minas Novas, Turmalina e Veredinha, por exemplo, foram estudadas mais de uma vez, o que permite acompanhar e comparar as principais mudanças e rupturas no tempo. O trabalho realizado por Cruz (2019) destacou que o número de consumidores nessas três feiras teve um aumento progressivo entre 18,50% e 50,32%, no intervalo de tempo entre 2002/2018, já o número de feirantes praticamente se manteve, houve uma pequena variação de 2%. O mesmo estudo apontou a importância da feira como um recurso público para prover alimento de qualidade para o abastecimento alimentar nas cidades, revelou que as feiras abastecem um percentual de 50% da população urbana.

Estudos anteriores sobre feiras no Jequitinhonha demonstram que estes espaços em geral são frequentadas por consumidores do próprio município (Araujo; Ribeiro, 2018; Cruz, 2019; Borges *et al.*, 2020). Para dimensionar o perfil econômico dos consumidores de cinco feiras no Jequitinhonha, Cruz (2019) utilizou, como base, o salário mínimo (referente ao ano de 2018) para calcular três diferentes faixas de rendas de valores: com até um salário, entre um a dois salários, e acima de dois salários mínimos. Os resultados mostraram que a renda média familiar da maioria dos consumidores era de até um salário mínimo, como foi observado em Minas Novas (48%), Chapada do Norte (45%) e Veredinha (40%), enquanto em Itamarandiba 45% dos consumidores apresentavam renda entre 1 e 2 salários mínimos. Apenas no município de Turmalina foi observado o maior percentual de consumidores (55%), com renda média familiar superior a dois salários mínimos. Cruz (2019) também destacou que o gasto médio, por consumidor, nas feiras, era de R\$55,72 por semana, e o nível de renda dos compradores também influenciava nos tipos de produtos adquiridos, conforme variava a renda, mudava-se também os tipos de produtos na cesta semanal que podiam ser desde hortaliças, carnes ou produtos beneficiados das agroindústrias familiares.

Outro ponto que merece destaque é que cada feira tem suas singularidades no modo de organização e funcionamento que resultam dos arranjos feitos entre feirantes, associações e prefeituras de cada município. Os estudos das feiras em Minas Gerais evidenciam que esses mercados operam pela lógica das instituições informais – as normas locais costumeiras, pois as feiras se encontram fortemente imersas nas relações sociais, nas tradições, nos costumes locais e nas especificidades do território. Entretanto, esses estudos não utilizaram o enfoque institucional para analisar os mercados alimentares e é justamente nessa direção que este trabalho busca avançar essa discussão. As definições e o conceito do que se entende por instituições sociais têm sido mobilizados nos estudos sociológicos para compreender de que modo a sociedade pode influenciar ou orientar as atividades econômicas, ou seja, a economia nada mais é do que um sistema de relações sociais formado por normas e regras (formais e informais) institucionalizadas e compartilhadas pelos atores (Polanyi, 2000; Granovetter, 1985; Hodgson, 1994; Cassol; Schneider, 2022).

Notadamente, as principais dimensões, que aparecem com maior frequência no estudo das feiras, foram as seguintes: as relações de confiança, amizade, reciprocidade, parentesco, interconhecimento, preços, procedência, costumes alimentares, qualidade e a variedade na oferta dos produtos (Angulo, 2002; Ribeiro, 2007; Ribeiro *et al.*, 2019; Noronha, 2003; Servilha, 2008; Cruz, 2019; Borges *et al.*, 2020; Cruz *et al.*, 2022). Essas normas informais e específicas pelas quais esses mercados locais se estruturam podem ser essenciais para criar estratégias de comercialização e resistência aos mercados globais, uma vez que a produção e o consumo nesses territórios se sustentam pelos costumes alimentares regionalizados (Cruz *et al.*, 2022).

Mas estes mercados estão constantemente enfrentando desafios. Fonseca *et al.* (2021) ressaltaram que as trocas locais foram afetadas pela pandemia da Covid-19 e os agricultores tiveram que se reinventar para vender sua produção. Esses autores também chamaram a atenção para a diversidade de produtos ofertada no mercado municipal e nas feiras livres da cidade de Montes Claros, no norte de Minas, bem como a importância desses espaços para a manutenção das tradições e dos hábitos alimentares. Essas particularidades realçam o que está sendo tratado como instituições sociais que configuram os mercados territoriais.

Um estudo similar de Cassol (2018) em feiras nordestinas e no Sul do Brasil avançou na discussão da imersão social, mostrando que as transações econômicas nos mercados alimentares não se orientam apenas em critérios como preços, oferta e demanda, mas, principalmente, pelas normas próprias (instituições) que organizam esses mercados. Nesse sentido, os estudos até aqui realizados sobre feiras e suas dimensões sociais podem orientar a identificação e análise desses mecanismos pelos quais se estruturam e funcionam as feiras.

AS INSTITUIÇÕES DE GOVERNANÇA DOS MERCADOS TERRITORIAIS

A seguir, serão descritas três dimensões que, em maior ou menor medida, governam as trocas locais nas feiras do Jequitinhonha e do norte de Minas Gerais: as relações de confiança, a qualidade dos produtos e a diversidade na oferta. Como já foi discutido, as instituições apresentadas a seguir não são as únicas identificadas na literatura especializada no assunto, entretanto, entende-se que são fundamentais na estruturação das feiras e na construção da identidade territorial.

Confiança

As relações de confiança evidenciam-se nos estudos das feiras e um dos fatores que pode explicar isso reside na proximidade social entre os atores e o território. Assim, os laços interpessoais são baseados no interconhecimento, nas relações de parentesco e amizade entre produtores e consumidores. Pode-se dizer que a confiança tende a tornar-se mais forte nas feiras de pequenos municípios, por serem espaços de venda direta, quase sempre sem intermediação de terceiros. Em parte, essas relações de confiança são construídas com base na reputação dos produtos e na “palavra” do produtor – termo popularmente utilizado como forma de confiabilidade sobre a procedência e a qualidade dos produtos comercializados. Nesse ponto, observou-se que 96,62% dos municípios que compõem a região norte de Minas Gerais e o Jequitinhonha possuem população inferior a 50 mil habitantes (IBGE, 2010), o que reforça a tese de que são lugares onde “todos se conhecem” e, assim, as relações de amizade e de confiança manifestam-se naturalmente pela constância dos encontros, afastando, assim, a frequência no uso de regras formais em grande parte das negociações.

Um segundo argumento refere-se à expertise dos feirantes em fazer trama (termo utilizado para negociar), ou seja, são especialistas no assunto. Essa sabedoria é adquirida ao longo dos anos de trabalho com a feira, dado que, em alguns casos, a atividade já ocupa gerações de pessoas da mesma família. Feirantes são experientes em gestão de cálculo da força de trabalho, dos custos e, sobretudo, do que dá para negociar com seus compradores (Ribeiro, 2007).

As trocas materiais e simbólicas estudadas por Sevilha (2008), no Mercado Municipal de Araçuaí, exemplificam bem essa realidade. O estudo analisou em que medida as trocas locais estabeleceram relações entre objetos e sujeitos para consolidar as relações sociais e de alianças entre os atores. Nesse sentido, pode-se dizer que as relações de confiança são sedimentadas a partir dos valores (regras costumeiras e tradições) que são compartilhados pelos atores (agricultores, consumidores, organizações) ao longo do contexto histórico e cultural em que se inserem.

Qualidade

A qualidade dos alimentos comercializados em mercados territorializados costuma ser reconhecida e creditada pelos consumidores das feiras. Em parte, isso explica porque o sistema tradicional de produção permaneceu usando técnicas costumeiras de acordo com as normas de gosto do lugar e da transmissão de conhecimento entre gerações (Galizoni *et al.*, 2019). Os estudos mostraram que consumidores tendem a comprar na feira por reconhecerem a qualidade dos produtos, e são atraídos pela diversidade que a feira oferta (Cruz *et al.*, 2022). A qualidade está quase sempre associada ao frescor e ao sabor dos produtos, ao não uso de veneno na produção e ao capricho do produtor. Para esses autores, em alguma medida, o reconhecimento da qualidade e da procedência influenciava a decisão de compra dos produtos.

Os estudos também revelaram que a qualidade dos produtos locais e territoriais pode ser compreendida como um diferencial que se vincula ao lugar de origem e às pessoas que os produzem. Não é raro perceber que cada produto possui um renome ou reputação que é tributado à sua procedência ou ao produtor-vendedor. Exemplos conhecidos e citados na literatura são as farinhas de mandioca produzidas em comunidades rurais de diferentes municípios, tais como a afamada farinha de Morro Alto, no Mercado de Montes Claros, e as farinhas de Santa Joana e Ribeirão dos Santos, comercializadas nas feiras e nos mercados de Itamarandiba e Minas Novas, respectivamente, o que as tornam singulares em relação aos demais produtos do mesmo tipo, conforme sinalizado por Cruz *et al.* (2022). Daí vem a importância da técnica tradicional no beneficiamento da produção para garantir a qualidade dos produtos artesanais (Ribeiro *et al.*, 2019). Nas feiras do Jequitinhonha e do norte de Minas, a noção de qualidade manifesta-se tanto no produto artesanal caprichado e em menor medida, quanto nos produtos da lavoura e da horticultura. Esses valores são percebidos pelos consumidores na identificação da origem de determinado produto, no conhecimento de como este foi

produzido, na experimentação (o ato de ver, tocar, cheirar e provar). Assim, “a reputação dos produtos é baseada nos sentidos”, conforme destacaram Ribeiro *et al.* (2019, p. 250) para se referirem ao “circuito de gosto”, principalmente dos produtos da agroindústria rural.

Cassol e Schneider (2022) destacaram que a qualidade pode ser percebida pelo conjunto de valores cognitivos que se manifestam de acordo com o contexto cultural no qual o indivíduo encontra-se inserido. Uma característica fundamental das novas redes de abastecimento, apontada por Sonnino e Marsden (2006), está na capacidade dos atores reconectarem e relocalizarem os alimentos, ou seja, a qualidade condiz com o conhecimento da procedência e da importância dessas redes para promover o desenvolvimento rural.

Diversidade

A diversidade pode ser considerada uma dimensão importante que orienta a participação de produtores e consumidores nas feiras em todo o país, não só pela quantidade ofertada dos diferentes tipos de produtos locais e regionais, mas também em termos de serviços e dos aspectos culturais imbuídos nesses espaços. A diversidade presente nas feiras mineiras foi observada em todos os estudos analisados, o que se torna um atrativo para consumidores negociarem ou barganharem a favor de melhores preços. Segundo Cruz (2019), os frequentadores mais assíduos das feiras do Jequitinhonha relataram que na feira compra-se de tudo, a variedade consiste na oferta de frutas, legumes, hortaliças, carne, farinhas, feijões, temperos caseiros, produtos do extrativismo, artesanato, manufaturados, entre outros produtos.

A diversidade surge das relações sociais que se acentuam nesses espaços de comércio, isto porque o ato de ir à feira muitas vezes está relacionado a laços de parentesco e de amizade. Desse modo, a feira é também um lugar de trocas simbólicas e de diversidade sociocultural que mobiliza pessoas e reforça a identidade territorial, o que novamente fortalece as relações de reciprocidade e de confiança, conforme foi assinalado por Noronha (2003) e Servilha (2008) nas feiras do Jequitinhonha.

Na seção seguinte, propõe-se uma discussão em torno da imersão das feiras na dinâmica dos mercados territoriais buscando-se compreender como os diferentes tipos de instituições se relacionam nesses mercados.

A IMERSÃO SOCIAL DOS MERCADOS ALIMENTARES TERRITORIAIS

Feiras e mercados territoriais se estruturam em torno de normas e regras tácitas, ou seja, de instituições informais que são constituídas ao longo do contexto histórico em que se inserem e, através destas, articulam mecanismos para a valorização dos produtos comercializados, conforme assinalado na literatura corrente. Seguindo as formulações de Polanyi (2000) e Hodgson (1994) de que todos os mercados estão, em alguma medida, regulados por instituições formais (contratos, leis) e/ou informais

(normas costumeiras), a diferença está na maneira como elas ordenam e organizam a economia e as interações sociais nesses espaços de trocas.

O objetivo desta última seção do artigo consiste em analisar como as feiras e os mercados locais do Jequitinhonha e do norte de Minas Gerais relacionam-se com as instituições externas, pois, como apresentado na seção anterior, o tipo de imersão pode não ser a mesma nos diferentes tipos de mercados. A intenção é demonstrar que, malgrado as feiras e mercados se estruturam em torno de normas e regras próprias, há todo um sistema externo – ou, para usar a expressão de Polanyi (2000), um mercado autorregulado – que gera pressão, coerção e às vezes conflitos. Discute-se em que medida as instituições influenciam nos processos de imersão e de construção social de mercados, bem como das práticas costumeiras de produção, comercialização e consumo de alimentos. Nesse sentido, as instituições externas (formais) podem estar imersas em normas como os preços, as informações, a qualidade regulada pela inocuidade sanitária, assim como as leis e as certificações dos órgãos de controle estatal.

Para Azevedo (2016), questões como regras formais e/ou contratos podem restringir a comercialização de determinados tipos de produtos da agricultura familiar, pois normas são impostas para os produtos de acordo com os mercados para os quais se pretende buscar inserção. Nesse particular, o beneficiamento ou transformação das matérias-primas agrícolas em produtos de base familiar são os mais penalizados pelo mercado, por não atenderem às normas oficiais e exigências sanitárias impostas pelo Estado (Fernandes Filho; Campos, 2003; Ribeiro *et al.*, 2019). Portanto, os mercados locais operam por uma rede de valores (normas tácitas) em que os pequenos produtores criam suas próprias estratégias de resistências determinadas, em grande parte, por um vasto conjunto de instituições sociais (Hodgson, 1994).

Os desafios na ampliação dos mercados para a agricultura familiar diante das relações de poder e disputas que tendem a surgir nas e das arenas, num dado território (Schneider, 2016), são questões que merecem ser investigadas, principalmente, porque os mercados territoriais propiciam oportunidades para que produtores familiares se conectem com um maior número de canais de comercialização. Alguns estudiosos têm chamado a atenção para a importância de políticas públicas que visem à valorização dos produtos territoriais pelos atributos diferenciados que estes possuem. Ploeg (2016) reconheceu, como diferencial ou distintividade, fatores como qualidade, preço, organização socioespacial e o modo singular de produção que agregam valor a determinados produtos.

De um modo geral, os estudos sobre mercados alimentares têm apontado que o processo de construção social de mercados pode ser fundamental para assegurar a inserção da produção familiar nos mercados territoriais, sobretudo, através de ações organizadas e compartilhadas pelos atores para executar tal coordenação (Cassol; Salvate; Schneider, 2016; Ploeg, 2016). Nessa perspectiva, cadeias

curtas de abastecimento alimentar buscam articular a questão espacial com as relações interpessoais de reciprocidade e de ajuda mútua entre os atores envolvidos, orientando para a promoção da segurança alimentar, da soberania alimentar e da democratização do consumo de alimentos (Triches; Schneider, 2015; Perez-Cassarino; Ferreira, 2016).

Tendo em vista esses encontros, Hodgson (1994, p.182) sublinhou que, embora todas as trocas se realizem num contexto institucional, nem todas as trocas se organizam dentro de uma estrutura de mercado. Isto é, as trocas fora do mercado autorregulado podem ocorrer pelo costume ou contrato habitual de um cliente em relação a um determinado bem ou serviço, mas também através de barreiras e restrições, tais como os custos elevados que comprometem os ganhos. Para esse autor, nas sociedades capitalistas, a maior parte dos mercados funcionam com base em contratos (implícitos ou explícitos) e, nestes casos, são amparados por instituições jurídicas competentes. Entretanto, os mercados, tais como as feiras, criam suas próprias regras de funcionamento e costumam ser regidos pela confiança entre os atores envolvidos.

Na revisão de literatura dos estudos das feiras em Minas Gerais, observou-se que algumas instituições externas podem influenciar os mercados locais. Essas instituições se concentram, principalmente, nos padrões sanitários de qualidade, nos aspectos legais, nos preços e na concorrência por espaço nos mercados. Essas dimensões foram tangenciadas de forma sutil nos estudos das feiras, entretanto merecem ser melhor analisadas no contexto que aborda as instituições sociais.

Primeiro, a literatura sobre feiras destacou que as normas sanitárias pouco se aplicam às feiras, mas afetam a circulação de produtos em outros mercados locais. Ao se pautarem nas tradições e não seguirem as normas legais impostas pelo Estado, os agricultores tentam resistir às pressões do sistema agroalimentar dominante. Ribeiro (2019, p.258) destacou que “a norma técnica, além de criar conflitos no processo de produção, atinge também a circulação do produto”. Segundo o autor, a produção da agroindústria rural é a mais penalizada nesse processo, pois está sempre na mira das agências de vigilância sanitária que, em geral, adotam as mesmas normas da grande indústria. Agricultores procuram vender sua produção na informalidade, em espaços como os das feiras, também como estratégia para evitar perseguições e conflitos.

Segundo, os estudos demonstraram que feirantes e organizações locais criam suas próprias normas e regras de funcionamento, que se tornam normas costumeiras e, com efeito, tornam-se mecanismos de controle dos mesmos sobre este espaço de comercialização. O estudo realizado por Cruz (2019) demonstrou que a fiscalização sanitária nas feiras dos pequenos municípios é praticamente nula, com exceção para as bancas de carnes, sobretudo, bovina. Nesse sentido, o poder público municipal tende a organizar espaço próprio no mercado municipal para as bancas de carne suína e seus derivados. Essa dinâmica de funcionamento vem de longa tradição baseada nas normas informais – as instituições –, e assim as feiras são regidas com base na racionalidade dos valores

afetivos e esforços coletivos dos atores envolvidos. O mesmo estudo apontou que as exigências sanitárias e legais incidem principalmente nas vendas da agricultura familiar nos mercados varejistas locais.

Um terceiro aspecto que apareceu na literatura foi sobre as instituições externas que podem influenciar esses mercados de feira, uma delas é a concorrência ou disputa por vendas nos mercados locais. Cruz (2019) constatou que alguns supermercados seguem a regra da feira na relação com os consumidores, procurando estabelecer similaridades quanto aos preços, qualidade e renome dos produtos. Essas disputas ocorrem também nos espaços da feira onde vendedores intermediários disputam pontos de vendas com os agricultores feirantes nos Mercados Municipais⁴, muitos destes com produtos das Centrais de Abastecimento (CEASAs) ou até mesmo manufaturados, esses estão sujeito às normas tanto informais como formais. Nos pequenos municípios, as prefeituras municipais e associações de feirantes procuram regulamentar a entrada de novos vendedores que não são agricultores, e nisso são apoiadas, mas também cobradas, pelos feirantes, por associações e sindicatos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo procurou demonstrar que as feiras alimentares do Jequitinhonha e do norte de Minas Gerais funcionam como autênticos espaços de trocas mercantis que podem ser reconhecidos como mercados territoriais, uma vez que se estruturam a partir de regras e valores específicos. Assim, o conjunto de regras que ordenam e regulam as interações sociais podem ser compreendidas como instituições.

Os estudiosos do tema parecem estar de acordo que as feiras são eventos locais e do cotidiano da grande maioria dos municípios brasileiros, porém elas não possuem visibilidade como deveriam e recebem poucos incentivos do poder público (Ribeiro *et al.*, 2004; Ribeiro, 2007; Servilha, 2008; Cruz, 2019). Entretanto, os exemplos mostram que as feiras possuem alcance e dimensão territorial que se manifestam para além dos seus espaços de comércio, o que pode ser observado pelo efeito que elas têm sobre a economia local/regional, por assegurarem o abastecimento alimentar no território em que estão integradas, na circulação interna de valores, e pelas estratégias que os atores locais criam para garantir o funcionamento desses mercados majoritariamente formados por agricultores familiares.

A partir do conjunto de valores compartilhados pelos atores envolvidos nas feiras e no processo de desenvolvimento rural, foram destacados três indicadores chaves na estruturação das feiras do Jequitinhonha e do norte de Minas: as relações de confiança, a qualidade e a diversidade.

⁴O termo Mercado Municipal utilizado por autores como Angulo (2002), Ribeiro (2007) e Cruz (2019) refere-se ao espaço onde ocorre a feira semanal. Geralmente, são prédios públicos situados no centro das cidades e são zelados pelas prefeituras municipais. O modo de organização e funcionamento desses espaços resulta dos arranjos feitos entre feirantes, associações e prefeituras de cada município.

Nesse ponto, argumenta-se que a combinação dos valores ou das normas tradicionais pode ser um diferencial na criação de mecanismos de controle e de governança territorial para esses tipos de mercados, assim como fazer frente aos conflitos e pressões das instituições que regulam os mercados convencionais e permeiam esses mercados locais.

No entanto, na medida em que modifica a dinâmica desses mercados locais, as instituições que os normatizam tendem a ser perpassadas pela influência de mecanismos externos – tais como leis e normas formais – e isso faz com que esses mercados territoriais tenham que construir mecanismos próprios de defesa e proteção – regras e instituições próprias – para que não sejam fagocitados pelo sistema dominante. Nesse caso, os mercados territoriais asseguram um mercado concorrencial pautado pelos princípios de qualidade, preço, valor agregado e baseado nas relações interpessoais – atributos particulares que colocam os mercados territoriais no centro dos sistemas alimentares mais justos, inclusivos e sustentáveis.

Por fim, reconhece-se a importância da discussão do tema no contexto atual e, embora os estudos destacassem evidências sobre as principais instituições sociais que ordenam esses mercados territoriais, acredita-se que é necessário avançar nos estudos empíricos para que se amplie o foco do debate sobre as instituições, os mecanismos de regulação e o perfil social dos consumidores das feiras, o que pode ser interpretado e analisado pelas abordagens dos mercados territoriais e da Cesta de bens e serviços territoriais.

REFERÊNCIAS

ANGULO, J. L. G. *Mercado local, produção e desenvolvimento: estudo de caso da feira de Turmalina, Vale do Jequitinhonha, MG*. Lavras, 2002. 138 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – UFLA, 2002.

ARAÚJO, A. M.; RIBEIRO, E. M. Feiras, feirantes e abastecimento: uma revisão da bibliografia brasileira sobre comercialização nas feiras livres. *Estudos Sociedade e Agricultura*, Rio de Janeiro, v. 26, n. 3, p. 561-583, out. 2018. <https://doi.org/10.36920/esa-v26n3-4>.

AZEVEDO, P. F. Emergência de Instituições de Mercado: a criação de mercados como políticas para a agricultura. In: MARQUES, F. C.; CONTERATO, M. A.; SCHNEIDER, S. (Org.). *Construção de mercados e agricultura familiar: desafios para o desenvolvimento*. Porto Alegre: UFRGS, 2016. p. 209-227.

BLAY-PALMER, A.; SANTINI, G. DUBBELING, M. RENTING, H.; TAGUCHI, M.; GIORDANO, T. Validação da perspectiva desistema alimentar cidade-região: promovendo sistemas alimentares cidade-região inclusivos e transformativos. In: PREISS, P.; SCHNEIDER, S. (Orgs.) *Sistemas alimentares no século 21: debates contemporâneos* [recurso eletrônico]. Porto Alegre: UFRGS, 2020, p. 81-88.

BELLETTI, G.; MARESCOTTI, A. Short food supply chains for promoting local food on local markets. *United Nations Industrial Development Organization*. Relatório da FAO - Organização das Nações Unidas para a Alimentação e Agricultura, 2020. Disponível em: <https://tii.unido.org/node/2879>. Acesso em: 10 de dez. 2021.

- BORGES, D. M. L., MARZANO A., V., RIBEIRO, E. M., CRUZ, M. S., SANTOS, L. R. A comercialização de produtos do agroextrativismo em feiras livres do Alto Jequitinhonha. *Revista Campo-Território*, v. 15, n. 36, p.325–356, jul.2020. <https://doi.org/10.14393/RCT153613>.
- CASSOL, A. P. *Instituições sociais e mercados alimentares tradicionais: barganha, preços, variedade, qualidade e consumo em feiras*. Porto Alegre. 2018. 297f. Tese (Doutorado em Sociologia) - Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, UFRGS, 2018.
- CASSOL, A., SALVATE, N., SCHNEIDER, S. Mercados imersos: uma perspectiva de análise institucional e relacional das trocas e do intercâmbio mercantil. In: *Política e Sociedade*, Florianópolis, v. 15, n. 33, mai./ago. 2016.<https://doi.org/10.5007/2175-7984.2016v15n33p314>.
- CASSOL, A., SCHNEIDER, S. A imersão social da economia em mercados alimentares brasileiros: uma abordagem institucionalista. *Revista de Economia e Sociologia Rural*,v. 60, n. 2, 2022. <http://dx.doi.org/10.1590/1806-9479.2021.233766>.
- CAZELLA, A.; MEDEIROS, M.; DESCONSI, C.; SCHNEIDER, S.; DE PAULA, L. O Enfoque da “Cesta De Bens e Serviços Territoriais”: fundamentos teóricos e aplicação no Brasil. *Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Territorial*, Taubaté, v. 16, n. 3, p. 193-206, set-dez. 2020. <https://doi.org/10.54399/rbgdr.v16i3.5881>.
- CFS - Committee on World Food Security. FAO - Organização das Nações Unidas para a Alimentação e Agricultura. Connecting Smallholders to markets - An analytical guide. 2016. Disponível em: <http://www.fao.org/family-farming/detail/en/c/388066/>. Acesso em: 10 de fev. de 2022.
- CRUZ, M. S. Da. (2019). *Do campo para a cidade: estudo sobre feiras livres, abastecimento urbano e comercialização da agricultura familiar no Alto Jequitinhonha*. Montes Claros, 2019. 148f. Dissertação (Mestrado em Sociedade, Ambiente e Território) – UFMG - Unimontes, 2019. Disponível em: <http://hdl.handle.net/1843/32220>. Acesso em: 19 de fev. de 2022.
- CRUZ, M. S., RIBEIRO, E. M., PERONDI, M. A., ARAUJO, A. M., MALTEZ, M. A. P. F. Comprando qualidade: costume, gosto e reciprocidade nas feiras livres do Vale do Jequitinhonha. *Revista de Economia e Sociologia Rural*, v. 60(spe), 2022. <https://doi.org/10.1590/1806-9479.2021.245926>.
- DAYRELL, C. Os Geraizeiros Descem a Serra ou a Agricultura de Quem não Aparece nos Relatórios dos Agrobusiness. In: LUZ, C.; DAYRELL, C. (orgs.). *Cerrado e Desenvolvimento: tradição e atualidade*. Montes Claros: Max Gráfica, 2000, p.189-272.
- DEL POZO-VERGNES, E. From survival to competition: Informality in agrifood markets in countries under transition. The case of Peru. *IIED*, London, 2013.
- EMPRESA DE ASSISTÊNCIA TÉCNICA E EXTENSÃO RURAL DO ESTADO DE MINAS GERAIS – EMATER. Belo Horizonte: Relatório de pesquisa, 28 slides, formato ppt. 2017.
- FAO. *Mapping of territorial markets - Methodology and guidelines for participatory data collection*. Rome, 2021a. Disponível em: <https://www.fao.org/publications/card/en/c/CB5217EN>. Acesso em: 10 de mar. de 2022.
- FAO. *COVID-19 and territorial markets: Evidence from the United Republic of Tanzania*. Roma, 2021b. Disponível em <https://www.fao.org/3/cb4141en/cb4141en.pdf>. Acesso em: 09 de fev. de 2022.
- FERNANDES FILHO, J. F.; CAMPOS, F. R. A indústria rural no Brasil. *Revista de Economia e Sociologia Rural*, v. 41, n. 4, p. 859-880, 2003. <http://dx.doi.org/10.1590/S0103-20032003000400007>.
- FONSECA, A. I. A.; FONSECA, M. A.; AYRES, V. F.; AYRES, E. C. B. Feiras livres e mercado municipal de Montes Claros: Percepções dos feirantes e implicações oriundas da pandemia da Covid-

19. In: MENDONÇA, S. S.; ALMEIDA, M. G. (orgs). *Vamos às feiras!:* Cultura e ressignificação dos circuitos curtos. Aracaju: Criação, 2021. P. 193-210.
- GALIZONI, F. M., SILVA, E. P. F, MOREIRA, T. M. B., CALDAS, A. L. T., MALTEZ, M. A. P. F. Mantimento, alimento, sustento. In: RIBEIRO, E. M. (org.). *Do engenho à mesa:* cultura material e indústria doméstica rural na agricultura familiar do Jequitinhonha mineiro. Belo Horizonte: UFMG, 2019. p. 81-103.
- GARCIA, M. F. Negócio e campesinato: uma estratégia de reprodução social. *Boletim do Museu Nacional. Antropologia*, Rio de Janeiro, n. 45, p. 1-17, 1983.
- GAZOLLA, M; SCHNEIDER, S. (Orgs) (2017). *Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas:* negócios e mercados da agricultura familiar. Porto Alegre: UFRGS, 2017.
- GONZÁLES, S. *Contested markets, contested cities:* gentrification and urban justice in retail spaces. London, Routledge, 2018.
- GOODMAN, D.; DUPUIS, M. E.; GOODMAN, M. K. *Alternative food networks:* knowledge, practice, and politics. London and New York: Routledge. 2012. <https://doi.org/10.4324/9780203804520>
- GRANOVETTER, M. Economic Action and Social Structure: The problem of Embeddedness. *American Journal of Sociology*, v. 91, n. 3, p. 481-510, 1985. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/2780199>. Acesso em 27 jan.2022.
- HEREDIA, B. M. *A morada da vida*. Rio de Janeiro: Paz & Terra, 1979.
- HAESBAERT, R. Região, Diversidade Territorial e Globalização. *GEoграфия*, v. 1, n. 1, 15-39, 1999.
- HAESBAERT, R. Definindo território para entender a desterritorialização. In: _____. *O mito da desterritorialização:* do “fim dos territórios” à multiterritorialidade. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2004. p. 35-98
- HINRICHS, C. The practice and politics of food system localization. *Journal of Peasant Studies*, v.19, jan.2003, p.33-45. [http://dx.doi.org/10.1016/S0743-0167\(02\)00040-2](http://dx.doi.org/10.1016/S0743-0167(02)00040-2).
- HODGSON G. M. (1994). *Economia e Instituições:* Manifesto por uma economia institucionalista moderna. Portugal/Oeiras: Celta, 1994.
- HUAITA ALFARO, A. M. *Encounters at Lima's inner-city marketplaces:* negotiating fragmentation and common living in urban Peru. (2018). 372f. Thesis (PhDDevelopment Planning), University College London, The Bartlett Development Planning Unit, 2018.
- IBGE. *Censo Demográfico [cidades]*, 2010. <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/montes-claros/panorama>. Acesso em 27 jan.2022.
- MAVEDZENGE, B.; MAHENEHENE, J.; MURIMBARIMBA, F.; SCOONES, I.; WOLMER, W. The Dynamics of Real Markets: Cattle in Southern Zimbabwe following Land Reform. *Development and Change*, 2008, 39: 613-639. <https://doi.org/10.1111/j.1467-7660.2008.00498.x>.
- McMICHAEL, P. A food regime genealogy. *The Journal of Peasant Studies*, 36(1), p. 139-169, 2009. <https://doi.org/10.1080/03066150902820354>.
- MOLLARD, A. Qualité et développement territorial: un grille d'analysethéoriqueà partir de la rente. *Économierurale*, n. 263, p. 16–34. 2001. <about:blankhttps://doi.org/10.3406/ecoru.2001.5240>.
- NORONHA, A. G. B. *O tempo de ser, fazer e viver:* modo de vida das populações rurais do alto Jequitinhonha, MG. Lavras, 2003. 140 f. Mestrado (Administração), UFLA, Lavras. Disponível em:<http://repositorio.ufla.br/jspui/handle/1/10422>. Acesso em 17 de fev. de 2022.

- OSTROM, E. (1990). *Governing the Commons: The Evolution of Institutions for Collective Action*. New York: Cambridge University Press, 1990.
- PALMEIRA, M. Feira e mudança econômica. *Virtual brazilian anthropology (vibrant)*, v. 11, nº 1.p. 324-360, 2014.
- PECQUEUR, B. O desenvolvimento territorial: uma nova abordagem dos processos de desenvolvimento para as economias do Sul. *Raízes*, v. 24, nºs. 01 e 02, jan./dez. 2005. <https://doi.org/10.37370/raizes.2005.v24.243>.
- PECQUEUR, B. Qualité e développement territorial: l'hypothèse du panier de biens et de services territorialisés. *Économie Rurale*, n. 261, p. 37-49. 2001. <https://doi.org/10.3406/ecoru.2001.5217>.
- PEREZ-CASSARINO, J. P.; FERREIRA, A. D. D. F. Redesenhando os mercados: a proposta dos circuitos de proximidade. *Espacio Regional*, v. 1, n. 13, p. 49-65. 2016. <https://doi.org/10.32735/esp.reg.v1i13.60>.
- PLOEG, J. D. Mercados aninhados recém-criados: uma introdução teórica. In: MARQUES, F. C.; CONTERATO, M. A.; SCHNEIDER, S. *Construção de mercados e agricultura familiar: desafios para o desenvolvimento rural*. Porto Alegre: UFRGS, 2016, p. 21-52.
- PLOEG, J. D. V; JINGZHONG, Y.; SCHNEIDER, S. Rural development through the construction of new, nested, markets: comparative perspectives from China, Brazil and the European Union. *Journal of Peasant Studies*, v. 39, n. 1, 2012, p. 133-173. <https://doi.org/10.1080/03066150.2011.652619>.
- POLANY, K. *A subsistência do homem e ensaios correlatos*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.
- POLANYI, K. (2000) (1944). *A grande transformação*. Rio de Janeiro: Campus, 2000.
- RAFFESTIN, C. Territorialité: concept ou paradigme de la géographie sociale? *Geographica Helvetica*, n. 2, p. 91-96, 1986. <https://doi.org/10.5194/gh-41-91-1986>
- RAFFESTIN, C. *Por uma Geografia do Poder*. São Paulo: Ática, 1993.
- RIBEIRO, E. M. (org.). *Feiras do Jequitinhonha: mercados, cultura e trabalho de famílias rurais no semi-árido de Minas Gerais*. Fortaleza: BNB, 2007.
- RENTING, H.; MARSDEN, T.; BANKS, J. Understanding alternative food networks: exploring the role of short food supply chains in rural development. *Environment&Planning*, v. 35, n. 3, 2003, p.393-411.
- RIBEIRO, E. M.; AYRES, E. B.; MOREIRA, T. M. B; ALMEIDA, A. F.; CARVALHO, A. A. A indústria doméstica rural do Jequitinhonha. In: RIBEIRO, E. M. (org.). (2019). *Do engenho à mesa: cultura material e indústria rural na agricultura familiar do Jequitinhonha mineiro*. Belo Horizonte: UFMG, 2019, p. 244-274.
- RIBEIRO, E. M.; CASTRO, B. S.; RIBEIRO, J. A. A feira livre de Minas Novas: abastecimento urbano, consumo e renda para a agricultura familiar. *Relatório técnico de pesquisa*. Lavras,2004. (Manuscrito).
- SALVATE, N. (2019). *Mercados imersos: uma nova abordagem sobre a construção social de mercados*. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Rural) – UFRGS, 2019. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10183/217796>. Acesso em: 02 de fev. de 2022.
- SAQUET, M. A. O território: diferentes interpretações na literatura italiana. RIBAS, AD; SPOSITO, E.S; SAQUET, M. A. *Território e Desenvolvimento: diferentes abordagens*. Francisco Beltrão: Unioeste, p. 121-147, 2004.
- SCHNEIDER, S.;TARTARUGA, I. P. Territorio y enfoque territorial: de las referencias cognitivas a los aportes aplicados al análisis de los procesos sociales rurales. In M. Manzanal, G. Neiman, & M.

- Lattuada (Orgs.), *Desarrollo Rural. Organizaciones, Instituciones y Territorio* (pp. 71-102). Buenos Aires: CICCUS, 2006.
- SCHNEIDER, S. Mercados e agricultura familiar. In: MARQUES, F.; CONTERATO, M.; SCHNEIDER, S. (Org.). *Construção de mercados e agricultura familiar: desafios para o desenvolvimento rural*. Porto Alegre: UFRGS, 2016, p. 93-140.
- SCHNEIDER, S.; ALMEIDA, N.; SALVATE, N. B. A dimensão territorial dos mercados imersos: o caso da Manga Ubá em Minas Gerais. In: PERAFÁN, M. E. V.; BAUER, S.; LEITE, A. Z.; CANAVESI, F. C.; ÁVILA, M. L. (Orgs.). *Desenvolvimento territorial, sistemas agroalimentares e agricultura familiar*. São Leopoldo – RS: Oikos, 2022, p. 232-255.
- SERVILHA, M. M. *As relações de trocas materiais e simbólicas no mercado municipal de Araçuaí*. (2008). 166f. Dissertação (mestrado em Extensão Rural) - UFV, 2008. Disponível em: <https://locus.ufv.br/handle/123456789/4086>. Acesso em: 17 de fev. de 2022.
- SCHERMER, M. From “Food from Nowhere” to “Food from Here:” changing producer–consumer relations in Austria. *Agriculture and Human Values*, 2015, v. 32, n. 1, p. 121-132.
- SHERWOOD, S.G; ARCE, A; PAREDES, M. Affective Labor's ‘unruly edge’ - The pagus of Carcelen's Solidarity Agroecology Fair in Ecuador. *Journal of Rural Studies* 61, 2018, p. 302–313. doi.org/10.1016/j.jrurstud.2018.02.001.
- SONINO, R.; MARSDEN, T. Beyond the divide: rethinking relationships between alternative and conventional food networks in Europe. *Journal of Economic Geography*, v. 6, n. 2, 2006, p. 181-199. <https://doi.org/10.1093/jeg/lbi006>.
- SOUZA, M. J. L. “Território” da divergência (e da confusão): em torno das imprecisas de um conceito fundamental. In: SAQUET, M. A.; SPOSITO, E. S. *Território e territorialidades: teorias, processos e conflitos*. São Paulo: Expressão Popular, 2009.
- SOUZA, M. L. Território e (des)territorialização. *Os conceitos fundamentais da pesquisa sócio-espacial*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil Editora, 2013.
- THEIS, I.; GALVÃO, A. C. Revisitando as concepções de espaço, território e região como fundamentos para as políticas públicas. In: ENCONTRO NACIONAL DA ANPUR, 14., 2011, Rio de Janeiro. *Anais...* Rio de Janeiro: ANPUR, 2011.
- TIMMER, C. P. Farmers and Markets: The Political Economy of New Paradigms. *American Journal of Agricultural Economics*, v. 79, n. 2, 1997, 621-627. <https://doi.org/10.2307/1244161>.
- TRICHES, R.; SCHNEIDER, S. Alimentação, sistema agroalimentar e os consumidores: novas conexões para o desenvolvimento rural. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, n. 12, p. 55-75, 2015. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cdr12-75.asac>.