



GT 039. Feiras, mercados, capitais e potencialidades

Maria Catarina Chitolina Zanini (UFSM) - Coordenador/a,
Lídia Maria Pires Soares Cardelino (Universidade Federal da Bahia) - Coordenador/a

Objetivo deste GT ? refletir sobre os processos produtivos, as dinâmicas interativas, as unidades familiares de produção da agricultura rural e urbana, bem como as especificidades de seus locais de mercado. Compreendemos que os procedimentos de produção, consumo e distribuição de alimentos dialogam com os aspectos da vida cotidiana voltados para os hábitos alimentares, para o saber/fazer na transformação dos alimentos, como também, para as diversas formas de trabalho humano na relação com a terra, com o bioma e com os bens da natureza. Neste sentido, entendemos que as estruturas conceituais que separavam as sociabilidades urbanas e rurais devem ser revistas para que novos constructos analíticos possam emergir. Em suma, esperamos estabelecer um diálogo objetivo e subjetivo que permeie os vários processos produtivos, de circulação e de consumo de bens e processos gerados pelo modo de produção familiar. Pretendemos, igualmente, agregar estudos que pensem novas opções e ferramentas teórico-metodológicas para refletir acerca das feiras como lugares de mercados variados em que muitos capitais circulam (econômico, cultural, político, de conhecimento e outros) e nos quais muitas dinâmicas se processam simultaneamente, fazendo deste um espaço repleto de significados e potencialidades.

"Tem ovo hoje?": Interações, dinâmicas e "produtos" na feira

Autoria: Maria Catarina Chitolina Zanini

Esta proposta tem por objetivo refletir acerca das interações entre feirantes e consumidores mediadas pelo consumo de determinados produtos. O espaço analisado foi uma feira urbana (de rua) na cidade de Santa Maria-RS. Trata-se de um diálogo entre estilos de vida, possibilidades de consumo, expectativas, confiança e a forma como se processam as construções narrativas acerca de determinados bens de consumo alimentares no espaço da feira. A pesquisa etnográfica está em andamento desde 2011 e ao longo destes anos de convívio, observa-se o quanto determinados produtos despertam discursividades e potencialidades que estão muito além dos processos de compra e venda. No caso aqui analisado, trata-se do "ovo caipira", "ovo de fora" ou "ovo da galinha feliz", como alguns consumidores o denominam. Observa-se no consumo deste produto, um diálogo entre feirantes, consumidores, estilos de vida, memórias e ordens de mundo que circulam no espaço da feira



Realização:



Apoio:



Organização:

