



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.

Economia Informal: Deslocamento e narrativas, a partir de uma etnografia de ?Agentes de comercialização? - Sacoleiras no Centro Fashion em Fortaleza - CE.

Autoria: Mayara de Oliveira Silva

O presente work tem como objetivo analisar e investigar junto as mulheres ?sacoleiras? as suas dinâmicas e fluxos de compras de roupas, relógios, calçados e etc. Para revenda em grande quantidade em sua cidade natal em Belém do Pará, apresentando o perfil e o comportamento de compra das mulheres vendedoras de moda no centro fashion em interface com as vendas de seus produtos na feira do Ver-o-Peso e arredores da feira em Belém do Pará. Os preços satisfatórios tornaram a moda popular das feiras, dos grandes centros e das periferias, atrativas aos consumidores que buscam moda a preços baixos. O que o consumidor vê nas grandes vitrines, torna-se acessível aos novos consumidores da feira popular. Sacoleiras, mães, esposas, que muitas vezes abrem mão do mercado formal de work e buscam na vida de empreendedora tempo e qualidade de vida perto dos seus filhos e família. Assim, como jovens e adultos pertencentes a vários grupos buscam, nos grandes centros populares, consumir produtos de moda e estar atualizados com as tendências. Escolhemos a cidade de Fortaleza-Ce no litoral brasileiro, por se apresentar como o lugar mais próximo de Belém do Pará para as compras em grande demanda, com preços para revenda. Onde há uma diversidade de capitais que 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. Trata-se de uma pesquisa exploratória, com base na pesquisa bibliográfica e na pesquisa de campo, que contempla levantamento de dados por meio de entrevistas e questionários. O estudo tem ainda abordagem qualitativa.

[Trabalho completo](#)



Realização:



Apoio:



Organização:

