



# A percepção dos consumidores sobre o desenvolvimento regional: um estudo no Vale do Rio Pardo-RS

Renata Soares Navarro<sup>1</sup>  
Potira V. Preiss<sup>2</sup>  
Cidonea Machado Deponti<sup>3</sup>

Submissão: 09/11/2021

Aceite: 10/03/2022

## Resumo

Entendendo que os consumidores são atores chaves para a promoção da agricultura familiar, este artigo busca analisar como os consumidores das feiras locais se percebem, ou não, enquanto atores que contribuem para processos de desenvolvimento na região. Tendo como base uma metodologia qualitativa, os dados foram coletados por meio de entrevistas semiestruturadas com 35 consumidores de cinco feiras localizadas na região do Vale do Rio Pardo-RS, utilizando o método descritivo-analítico e a análise de conteúdo de Bardin (1977). Dentre os resultados encontrados foi constatado que os consumidores percebem o consumo de alimentos locais como uma maneira de fortalecer a economia local. Também demonstram em suas falas, a relevância da agricultura familiar para a conservação da base de recursos naturais locais. As relações de confiança estabelecidas entre consumidores e produtores atesta a qualidade dos alimentos e auxilia no fortalecimento social de mercados regionais, gerando melhores condições para a permanência do agricultor no campo. Mediante os resultados encontrados observamos que os consumidores percebem no consumo local uma forma de concretizar um desenvolvimento regional diferenciado. A prática de buscar consumir localmente demonstra o poder de ação dos consumidores, retirando-os da passividade e tornando-os atores da construção de um desenvolvimento de baixo para cima.

**Palavras-chave:** Desenvolvimento. Feiras. Perspectiva Orientada ao Ator. Sistemas Alimentares.

## The consumers perception about regional development: a study in the Vale of Rio Pardo- RS

### Abstract

Understanding that the consumers key actors to family farming promote, this article aims to analyse how the local farms market consumers perceive themselves, or not, as contributing actors to developing process in the region. Based on a qualitative methodology, the data was collected using semi-structured interviews with thirty-five consumers of five farmers market located in the Rio Pardo Valley region, in Rio Grande do Sul state, using the descriptive-analytical method and the content analysis of Bardin (1977). Among the found results it was noticed that the consumers perceive the local food consumption as way of strengthening the local economy. Also shown in their speech, the relevance of familiar farming for the conservation of the base of local natural resources. The confident relationship established between consumers and producers assures the quality of the food and contributes for the social strength of the regional markets, generating better conditions for keeping the farmers in the countryside. Based on the found results we observed that the consumers notice in the local consumption a way of concretizing a differentiated regional development. The practice of locally consumption shows the action power of the consumers, taking them off the passivity and turning them into actors of the construction of bottom to top development.

**Keywords:** Development. Farmers markets. Actor Oriented Perspective. Food systems

<sup>1</sup> Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional da Universidade de Santa Cruz do Sul (PPGDR/UNISC). Gestora Ambiental. <https://orcid.org/0000-0003-3315-7461> E-mail: [renatasoares261@gmail.com](mailto:renatasoares261@gmail.com)

<sup>2</sup> Doutorado em Desenvolvimento Rural (PGDR/UFRGS). Pesquisadora no Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional da UNISC (PPGDR/UNISC), via PNPd/CAPEs. E-mail: [potipreiss@gmail.com](mailto:potipreiss@gmail.com)

<sup>3</sup> Doutorado em Desenvolvimento Rural (UFRGS). Professora do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional da UNISC (PPGDR/UNISC). E-mail: [cidonea@unisc.br](mailto:cidonea@unisc.br)

## 1 Introdução

O desenvolvimento do Vale do Rio Pardo, está fortemente ancorado na economia do tabaco, destacando-se no país como a região de maior produção de tabaco de folha seca. Esse é o principal produto de exportação de municípios como Vera Cruz (98%), Santa Cruz do Sul (97%) e Venâncio Aires (95%). Em termos econômicos, a falta de diversificação atrelada a economia a uma única cultura, se torna um fator preocupante porque quando o setor “prospera”, os municípios são beneficiados, entretanto, esse sucesso fica altamente dependente da variação de mercados internacionais, dos quais os atores locais não têm controle (AREND et al., 2019).

Em termos ambientais, para a produção é utilizada uma expressiva quantidade de produtos químicos, além de, utilizarem uma quantidade significativa de lenha para a cura do tabaco (LUDTKE; RAMBO; STOFFEL, 2016). Para as autoras, para além de ambos os processos contribuem para a redução da biodiversidade, o cultivo de tabaco, concorre diretamente por terras com a produção de alimentos.

A centralidade dessa cadeia também tem repercussões na segurança alimentar e nutricional da região, visto que apesar de ter uma das maiores populações de agricultores familiares do estado, necessita importar alimentos de outras localidades. De acordo com técnicos do Arranjo Produtivo Local- Vale do Rio Prado (APL-VRP), estima-se que um valor de R\$ 90.000.000,00 é gasto mensalmente em compra de alimentos de fora da região, buscando suprir a demanda de consumo local. Assim, existe uma demanda de uma transição do modelo de produção local, seja para qualificar as condições da população local, seja para aumentar a oferta de alimentos locais produzidos em dinâmicas mais ecológicas e socialmente benéficas a sociedade da região.

Preiss *et al.* (2021) ao analisar os espaços de comercialização direta da agricultura familiar na região do Vale do Rio Pardo (RS), ressaltam a relevância das feiras para a qualificação da alimentação da população, mas também ao impacto mais amplo que estas dinâmicas de abastecimento podem ter para o desenvolvimento local ao serem construídas pela interação social de agricultores e consumidores. Nesse sentido, a pesquisa se insere em uma discussão já em amplo debate no país que argumenta a importância do consumidor para a consolidação de canais curtos de abastecimento protagonizados pela agricultura familiar (VERANO; MEDINA, 2021; RAMBO; FREITAS, 2019; DAROLT *et al.*, 2016; ROVER; RIEPE, 2016; DAROLT, 2013; SCARABELOT; SCHNEIDER, 2012).

Diante do exposto, esse artigo tem como objetivo analisar como os consumidores das feiras locais se percebem, ou não, enquanto atores construtores de processos de desenvolvimento na região. Tendo como base uma metodologia qualitativa, os dados foram coletados por meio de entrevistas semiestruturadas com 35 consumidores de cinco feiras localizadas na região do Vale do Rio Pardo-RS. Após a coleta de dados, o método utilizado para a apreciação dos dados foi a análise de conteúdo de Bardin (1977). Para as discussões dos dados, foram utilizados referenciais teóricos sobre desenvolvimento regional, agência humana e estudos sobre consumo.

Este artigo foi organizado em cinco seções. Após a introdução, apresentamos o referencial teórico que embasa esse trabalho, articulando aportes dos estudos de Desenvolvimento Regional e consumo. A seção subsequente, apresenta a metodologia e os procedimentos de coleta e de análise dos dados utilizados. A seguir, apresentamos os resultados encontrados à luz da literatura discorrendo sobre a percepção dos consumidores frente a sua contribuição para o desenvolvimento regional. E por fim, a última seção trata das considerações finais.

## **2 Alimentos, consumo e desenvolvimento regional**

Como um caminho para solucionar a fome, o modelo de produção de alimentos baseada na monocultura, promovida pela chamada “Revolução Verde”, foi amplamente fomentado pelas políticas brasileiras, a partir da segunda metade do século XX. Esse modelo de produção agrícola baseada no uso intensivo de agrotóxicos e de fertilizantes sintéticos, buscava uma produção em larga escala para fornecer alimentos em quantidade e a baixos preços através da industrialização dos alimentos (ANDRADES; GANIMI, 2007; GOODMAN; SORJ; WILKINSON, 2008).

De fato, a Revolução Verde propiciou o aumento da produção mundial de grãos em 267% entre 1960 e 2010 (ABRAMOVAY, 2012). Entretanto, esse aumento significativo foi direcionado para atender o mercado externo, por meio de *commodities* (CONTERATO; FILLIPI, 2009; ELIAS, 2012). Como consequência, nos países em desenvolvimento, esse processo levou a uma alta taxa de degradação dos recursos naturais (LAYRARGUES, 1997; VEIGA, 2008). Mas essa produção, baseada na monocultura e no uso intensivo dos recursos naturais, não foi efetiva em acabar com a fome que segue crescendo. Mais do que isso, este modelo conhecido como agricultura convencional tem gerado uma série de problemas ambientais e sociais que faz

com que parcelas da sociedade questionem cada vez mais as formas de produção, procedência, qualidade e impactos dos alimentos.

Neste processo, alimentos artesanais, produzidos localmente por diferentes culturas territorialmente enraizadas, passam a ser valorizados, levando a outro fenômeno, a realocação alimentar, que tenta se contrapor ao processo de globalização alimentar, ressignificando os atores, os territórios, as formas de saber, fazer e consumir alimentos (PREISS, 2017). Soma-se a preocupação com os problemas ambientais, as mudanças climáticas e a desigualdade social. Assim, um debate já antigo promovido pelo movimento ambientalista sobre a busca de estilos de vida mais sustentáveis e justos levam à emergência de um consumidor mais crítico, que busca por meio de seus atos de compra atuar de forma a contribuir com a sociedade.

O consumidor consciente busca consumir em canais alternativos, valorizando as tradições, o saber-fazer e os produtos da época vendidos a preços justos (DAROLT, 2013). Esses atores, por meio de práticas individuais, que selecionam os produtos/produtores (buycott) e ou rejeitam (boicotes) constituem com base em critérios socioambientais ou éticos, buscando em suas escolhas afetarem o espaço público ou mesmo produtores (privados) (ECHEGARAY, 2012). Esse consumidor, a partir de suas escolhas, tem o poder de orientar o mercado, e ao “se tornar conscientes desses processos, assume um novo papel” (DAROLT, 2013, p.160).

Ressalta-se ainda que, embora não se possa afirmar que esses atores sociais serão capazes de direcionar a sociedade para um desenvolvimento mais sustentável, a ação de reflexão no ato de consumir já contribui para uma “possibilidade de politização e ambientalização da esfera privada” (PORTILHO, 2005, p. 10). Destarte, a autora argumenta ser possível a formação de consumidores-cidadãos, conforme esclarece que ao “contrário de reafirmar a alienação, a passividade e a heteronomia dos consumidores [...] ou apressadamente enfatizar sua recente conquista de poder, liberdade e autoestima, optamos por enfatizar a possibilidade de que sejam constituídos consumidores-cidadãos” (PORTILHO, 2005, p. 8-9).

Esta pesquisa também considera que os consumidores possuem a capacidade de exercerem a sua cidadania por meio do consumo, não sendo meramente alienados e passivos. Para embasar essa linha de pensamento, destaca-se o conceito de agência, sendo essa segundo Giddens (2003) à possibilidade que os indivíduos possuem em modificar/transformar os eventos que acontecem em sua vida. Long e Ploeg (2011) afirmam que, mesmo mediante as limitações, os atores são capazes de intervir nos problemas sociais, uma vez que eles detêm conhecimento e capacidade de ação. Em outras palavras os autores argumentam que

em termos gerais, a noção de agência atribui ao ator individual a capacidade de processar a experiência social e de delinear formas de enfrentar a vida, mesmo sob as mais extremas formas de coerção. Dentro dos limites da informação, da incerteza e de outras restrições (físicas, normativas ou político-econômicas) existentes, os atores sociais são “detentores de conhecimento” e “capazes”. Eles procuram resolver problemas, aprender como intervir no fluxo de eventos sociais ao seu entorno e monitorar continuamente suas próprias ações, observando como os outros reagem ao seu comportamento e percebendo as várias circunstâncias inesperadas. (LONG; PLOEG, 2011, p. 25).

Entrelaçando com este artigo, compreendemos que os consumidores possuem a capacidade de refletirem e optarem por produtos que condizem com as mudanças que almejam. Desta forma, o consumidor assume um papel essencial para a “construção e o fortalecimento dos circuitos locais de produção-consumo”, que ofertam alimentos frescos e diversificados, possibilitando inclusive, a movimentação da economia local (RAMBO, FREITAS, 2019, p.127).

Um canal que contempla essas características são as feiras. As feiras são espaços de interface entre os produtores e os consumidores em que alimentos produzidos localmente circulam, promovendo renda, saúde, segurança alimentar e trocas de saberes. Na perspectiva de Godoy e Anjos (2005, p.364) sob o ponto de vista do consumidor, as feiras representam “um espaço público, socioeconômico e cultural, extremamente dinâmico”. Desta forma, o ato de valorizar esses espaços, contribuem para um modelo de desenvolvimento diferenciado, integrando os agricultores e os consumidores do território como protagonistas. Um modelo de desenvolvimento que busca potencializar a base de recursos naturais no território, protagonizado pelos atores locais, é o desenvolvimento local e regional.

Na perspectiva de Buarque (1999) o desenvolvimento local é caracterizado por um processo endógeno, inserido numa dimensão de pequena escala, sendo possível de ser aplicado desde em âmbito de comunidades até municípios ou microrregiões homogêneas, desde que se busque promover a dinâmica econômica e qualidade de vida das pessoas que ali residem. O autor ressalta que esse processo se dá pelo fortalecimento das potencialidades específicas, bem como da utilização das capacidades organizativas da sociedade local. Alavancar esse modelo de desenvolvimento, está na possibilidade de os indivíduos exercerem o papel de agente no cotidiano, visto que é nessa escala “local” em que são produzidos os efeitos acarretados pelas interações entre os fenômenos naturais e humanos (MARTINS, 2002).

Tal é o caso das feiras, sendo esses espaços que buscam a promoção da diversidade produtiva local, ao mesmo tempo em que corroboram para a autonomia dos agricultores locais,

por meio da venda de alimentos que são fundamentais para a saúde e qualidade de vida, tanto dos produtores, quanto dos consumidores. Os canais alternativos que promovem o encurtamento das distâncias entre quem produzem e quem consome, se alinha às novas formas de desenvolvimento a partir dos territórios, construídos pelos atores como o desenvolvimento regional (PREISS; DEPONTI, 2020).

Em uma escala um pouco mais ampla encontra-se a região. Etges e Degrandi (2010) argumentam que para promover o desenvolvimento regional é necessário conhecer profundamente a região para que se possa reconhecer suas potencialidades, além é claro, estar atenta para a dimensão horizontal com o intuito de se formar uma coesão social. Os atores ainda argumentam que para além dessas premissas também é necessário que haja um comprometimento com a dimensão horizontal. Nesse sentido, o desenvolvimento regional clama pela valorização dos recursos ambientais, das forças endógenas e das diversidades que existem nessas regiões (OLIVEIRA; LIMA, 2003).

Desta forma, esse referencial permitirá analisar como os consumidores das feiras locais se percebem, ou não, enquanto atores construtores de processos de desenvolvimento na região.

### **3 Metodologia**

A pesquisa tem uma abordagem qualitativa, de forma a compreender mais profundamente como o consumo de alimentos da agricultura familiar se faz presente na região do Vale do Rio Pardo, influenciando o desenvolvimento regional, na percepção dos consumidores. Em novembro de 2020, foi realizada pesquisa em campo, nas cinco feiras localizadas no Vale do Rio Pardo-RS, sendo essas Feira Agroecológica da ECOVALE, Feira Jovem da Boa Vista e Feira Rural da Independência (todas de Santa Cruz do Sul), Feira O Grupo O Eco da Vida (Venâncio Aires) e Feirão Rural (Vera Cruz).

A partir desse campo, foi possível construir uma lista com os contatos dos consumidores, e posteriormente foi realizada a seleção, respeitando a heterogeneidade deles, em especial no que diz respeito a idade e gênero. Por exemplo, as feiras que predominavam idosos, como o Feirão Rural, teve o público majoritariamente idoso, diferente de outras feiras, como a Feira Rural da Independência, onde foi observado um público jovem bem assíduo.

Para a coleta de dados foram utilizadas as entrevistas semiestruturadas executadas por meio do formulário com 35 consumidores, sendo sete de cada feira. Em todas as feiras foram

selecionados um número superior de mulheres, como pode ser observado na tabela 1. Essa diferenciação da quantidade de consumidores por gênero respeitou os valores encontrados em outros estudos como o de Pohl, Filho e Abbade (2019), Pereira *et al.* (2015), Trevizan e Casemiro (2009) e Andrade e Bertoldi (2012), em que o público feminino girava em torno de 60% a 70%.

Tabela 1 – Consumidores por gênero

Feiras	Masculino	Feminino
Feirão Rural	3	4
Feira O Grupo o Eco da Vida	2	5
Feira Rural da Independência	2	5
Feira Jovem da Boa Vista	2	5
Feira Agroecológica da ECOVALE	3	4
Total	12 (34,29%)	23 (65,71%)

Fonte: trabalho de campo, 2020.

Os formulários contemplavam questões fechadas e abertas, vinculadas às abordagens teóricas utilizadas nesta investigação. Devido à pandemia, as entrevistas ocorreram majoritariamente de forma *on-line*, por meio de vídeos, utilizando-se de plataformas digitais como o WhatsApp ou Google Meet, no período de 29 de novembro de 2020 a 14 de janeiro de 2021. Somente três entrevistas ocorreram na residência dos investigados, por conta da dificuldade deles em acessarem plataformas digitais. Todas as entrevistas foram gravadas e transcritas posteriormente. Os consumidores não foram identificados pelo nome de forma a resguardar sua identidade, assim os nomes aqui utilizados são fictícios.

#### 4 A contribuição dos consumidores para o Desenvolvimento Regional

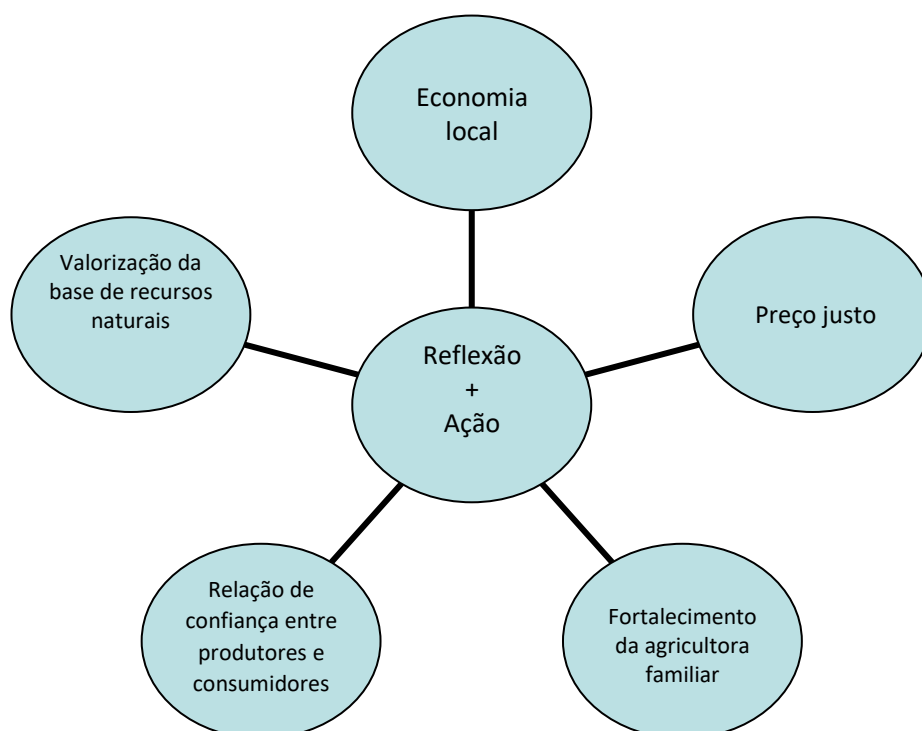
Os resultados indicam que os consumidores possuem idade média de 51 anos, nível elevado de escolaridade (superior ou pós-graduação) e renda elevada. Foi constatado na fala dos consumidores o papel do consumo local como um atributo essencial para alcançar o desenvolvimento da região. Os consumidores refletem acerca de questões que envolvem a economia local, a valorização da base de recursos naturais, o preço justo, as relações de confiança entre produtores-consumidores e a manutenção do agricultor no campo, como é exposta na figura 1. Os atores agem, por meio do consumo, para que seus conhecimentos

sejam colocados em prática. De forma majoritária, os consumidores ressaltam a importância de mais pessoas valorizarem e consumirem os alimentos das feiras.

Para os consumidores, o ato de consumir nas feiras contribui para a economia local e por consequência para a manutenção do agricultor familiar no campo. A feira é vista como um espaço autopropulsor de desenvolvimento, gerando, de fato, benefícios econômicos para a região. Daniela expõe claramente essa visão, argumentando a importância do incentivo ao agricultor por meio dos consumidores individuais, tendo em vista a falta de ação do estado para este grupo social:

[...] Nós precisamos dar esse auxílio para o produtor do interior, porque se nós não dermos valor, ficar só comprando no mercado, quando vê, vai todo mundo desistir, porque não tem muitos incentivos. [...] se a gente quer a melhora do município, **temos que consumir as coisas que tem no nosso município, produzidas aqui**, para mover a economia local. (Daniela, Feirão Rural, grifos da autora)

Figura 1 – Categorias criadas a partir da fala dos consumidores



Fonte: Elaborado pela autora (2021)

A posição da consumidora referente ao ato de refletir acerca dos benefícios do consumo de alimentos das feiras para o local e, por consequência, a busca por esses alimentos, sinaliza claramente sua capacidade de agência frente aos distintos locais em que ela poderia comprar seus produtos. De acordo com Long (2001) a partir dos recursos que os atores possuem, eles



estabelecem estratégias para vivenciar as diversas experiências cotidianas. Desta forma, reduzir a ação do consumo a mera avaliação simplista, delegando os consumidores um papel de mero compradores de alimentos saudáveis, desqualifica o potencial papel que esses atores desempenham em benefício das feiras da região. Aliás, são esses consumidores, no entanto, de forma mobilizada, que possuem a chance de debater e/ou cobrar que os setores públicos direcionem investimentos para esse canal. Veiga (2002) argumenta que o setor público começa a reconhecer o potencial do desenvolvimento de baixo para cima, o desenvolvimento endógeno, expondo que as iniciativas locais podem proporcionar que os territórios sejam ambientes inovadores.

Relacionando com a pauta da consumidora anterior, Otacílio, consumidor da feira Rural da Independência opta por “financiar” os alimentos in natura vendidos pelos feirantes, argumentando que consumindo na feira “beneficia todo o comércio local”. De acordo com alguns consumidores, os recursos obtidos no supermercado, são destinadas para grandes empresas:

Eu entendo que quando eu compro deles aqui (feirantes), eu faço circular um dinheiro que não tem tanto imposto. Porque ali eu pago com dinheiro e eu não sei se ali tem alguma nota fiscal, é um dinheiro mais limpo, parece. E fica aqui na região. Eles vão gastar com coisas daqui também. E no supermercado eu vejo como um dinheiro que vai para aquelas indústrias milionárias, e que eu nem sei pra onde vai. Eu não sei se aquela pessoa não está fazendo uma coisa ruim com o meu dinheiro. [...] (Nádia, Feira Rural da Independência, grifos da autora)

Ao direcionar seus recursos financeiros para empreendimentos no qual acredita que contribuam para a região, Nádia exercita sua agência frente as estruturas mais amplas, demonstrando seu lado crítico, ao mesmo tempo em que direciona suas escolhas para o canal de comercialização condizente com o tipo de desenvolvimento que almeja. Esse movimento colocado por Nádia se entrelaça com a visão de desenvolvimento local colocada por Buarque (1999), que argumenta como necessário a mobilização dos atores em torno de uma pauta coletiva, para que as mudanças que almejam permaneçam sólidas.

Para tanto, visando a construção de um desenvolvimento de baixo para cima, é necessário a valorização e potencialização das peculiaridades dos recursos naturais locais, como coloca Glória “o local tem suas potencialidades, a gente deveria a partir desses recursos, explorar, ao mesmo tempo conservar este ambiente, produzindo aqui o que é possível” (Glória, Feira O Grupo O Eco da Vida). Nesta fala, evidencia-se a importância da endogeneização do processo de desenvolvimento regional, fortalecendo a cultura e a autonomia econômica. Para Dallabrida (2000, p.219) esta é “uma oportunidade de potencialização dos recursos- humanos,

materiais e não-materiais-locais, na busca de um projeto de desenvolvimento coletivo e controlado localmente”. Assim, alguns consumidores relatam a importância de pensarmos o desenvolvimento baseado em princípios que ultrapassem somente o quesito “crescimento”, como coloca Isabel:

O desenvolvimento é uma possibilidade de crescimento, sem deixar de lado algumas premissas. Para além dos agricultores deve-se considerar a sustentabilidade, envolvendo a questão da natureza e a não exploração do outro. Eu acho que desenvolver é diferente de crescer. Tem muita gente que cresce, explorando outras formas de mão de obra. Desenvolver é quando todo um grupo consegue crescer junto, sem exploração de um ou outro. Para mim, isso é realmente desenvolver! E da forma como eu te disse, sustentável, onde todos ganham! (Isabel, Feira O Grupo O Eco da Vida)

Na fala da consumidora fica explícito a percepção de um desenvolvimento mais coletivo, rechaçando contra o crescimento a qualquer custo. Relacionando com Dupas (2007), o discurso sobre o progresso apresenta nuances de exclusão social, danos ambientais e restrição de direitos humanos essenciais. Nesse sentido, o progresso gera um imenso passivo ambiental, podendo dificultar que as futuras gerações acessem aos meios necessários para sua sobrevivência (DUPAS, 2007).

Visando a não exploração do outro, são necessários que os preços praticados sejam justos, tanto para quem produz, quanto para quem consome. Nesta esteira, foi encontrado que os consumidores das feiras consideram o valor praticado justo. Em especial, os consumidores da feira Agroecológica da ECOVALE salientaram que, apesar do espaço ofertar alimentos de base agroecológica, os preços não são acima dos praticados nos supermercados, além de apresentar uma qualidade superior: “O alimento orgânico é muito caro? Não! Se tu for ver o preço é praticamente o mesmo, e o sabor que tem uma comida, um alimento orgânico é diferente (Milena, Feira Agroecológica da ECOVALE).

Entrelaçando com estudo realizado por Retière (2017) durante um ano em cinco cidades brasileiras, os resultados mostraram que os grupos de consumo responsável (GCR) e as feiras possuem preços de alimentos orgânicos mais acessíveis que os orgânicos comercializados nos supermercados. Inclusive, se comparado alimentos orgânicos dos grupos de consumo com alimentos convencionais dos supermercados, é mais vantajoso economicamente consumir em um GCR. Nesse sentido, a autora enfatiza que a venda direta em canais alternativos contribui para ofertar alimentos de qualidade a preços mais acessíveis.

Outra pauta relevante, refere-se a confiança em relação aos alimentos vendidos pelos agricultores familiares. A consumidora 16, por exemplo, expõe com convicção em relação a qualidade dos alimentos ofertados na feira, como pode ser visto em sua fala: “Desses daqui

(feirantes) a gente sabe, mais ou menos aonde eles plantam. Não é que a gente conheça, mas a gente sabe aonde eles moram, plantam e tudo” (Nayara, Feira Rural da Independência). Na fala da consumidora, fica visível que as feiras possibilitam uma venda diferenciada, colocando o produto final dos agricultores familiares em contato direto com os consumidores, estabelecendo, com o tempo, uma relação de confiança. Em ressonância com o estudo de Portilho e Castañeda (2011) em duas feiras no estado do Rio de Janeiro, foi encontrado que o contato face-a-face é preponderante aos sistemas peritos referentes a confiança, reverberando nas feiras estudadas consumidores que consideram a relação estabelecida entre produtores e consumidores parte integrante da ideologia alimentar adotada por esses atores.

Além da confiança nos alimentos, o fortalecimento da agricultura familiar se mostrou mais presente nas falas dos consumidores da Feira Jovem da Boa Vista, por serem agricultores da comunidade, tendo os consumidores proximidade com as famílias dos jovens. Assim, muitos consumidores consideram o ato de consumir uma maneira de fortalecer os jovens agricultores no campo, evitando, desta maneira, o êxodo rural. Tendo em vista que muitos agricultores da região plantam fumo, muitos jovens têm um relevante papel na diversificação dessa cultura, contribuindo, inclusive, para a produção de alimentos livres de agrotóxicos. A relevância dos jovens para o processo de transição é colocada como uma forma de desenvolvimento pela Regina:

Eu penso justamente naqueles jovens agricultores, filhos de agricultores que estão dentro das suas propriedades e muitas vezes dos pais, buscando espaço pra produzir algo diferente, ou seja, é diferente de um contexto familiar que vem talvez de anos produzindo com muito agrotóxico, ou ligado principalmente a fumicultura, que é característica da região. Então, nesse contexto, para mim, o desenvolvimento é importante, o desenvolvimento dessas pessoas [...]. (Regina, Feira Jovem da Boa Vista).

Siqueira, Lucas e Cruz (2020) salientam que as feiras municipais do Vale do Rio Pardo há décadas existem conjuntamente com a produção do tabaco, representando para a região um dos principais canais de comercialização de alimentos. As feiras possibilitam acesso a população urbana e rural a alimentos que entrelaçam com o fortalecimento de sistemas de abastecimento de alimentos sustentáveis e saudáveis, possibilitando, com isso, o desenvolvimento local (SIQUEIRA; LUCAS; CRUZ, 2020). Na fala acima, também percebemos que a consumidora considera relevante o desenvolvimento das capacidades dos jovens estudantes ou ex-alunos da Escola Família Agrícola de Santa Cruz do Sul (EFASC).

Essa percepção dialoga com Buarque, (1999), o qual salienta que, para que ocorra um desenvolvimento seguro e sustentável, deve-se aumentar as oportunidades para que a população possa desenvolver suas capacidades, ao mesmo tempo em que um esforço deve ser realizado para aumentar a viabilidade e o nível de competitividade da economia local. Esse processo deve buscar aumentar a renda da população, ao mesmo tempo em que assegure o uso harmônico da base de recursos naturais (BUARQUE, 1999).

Relacionando as categorias que foram formadas a partir da fala dos consumidores, foi constatado que o fortalecimento da agricultura familiar, a partir do consumo de alimentos nas feiras, é o fator que mais contribui para o desenvolvimento da região, na percepção dos consumidores. Ressalta-se ainda, que os consumidores da feira Rural da Independência enfatizaram que por meio do consumo é possível movimentar a economia local e contribuir para a renda dos agricultores.

## **5 Considerações finais**

Mediante os resultados encontrados observamos que os consumidores de ambos os tipos de feiras percebem no consumo local uma forma de concretizar um desenvolvimento regional diferenciado, a partir dos atores do território. Foi constatado que, apesar das estruturas mais amplas que regem os sistemas alimentares, os atores conseguem mobilizar sua capacidade de agência para que possam acessar alimentos locais, de melhor qualidade.

Esses consumidores percebem que a economia local tende a ser favorecida com o consumo de produtos regionais, subtendendo, ainda que, essa ação tende a fortalecer e potencializar as particularidades da base de recursos naturais. Para tanto, as relações de confiança entre produtores-consumidores se destacam como um diferencial, proporcionado a aquisição de alimentos a preços mais justos, ao mesmo tempo em que, essa relação direta possibilita atestar a qualidade dos alimentos, por meio dessa interface.

A partir dessas variáveis, se junta a esse ato a manutenção do agricultor no campo, tendo os consumidores a percepção da relevância dessa atividade para a autonomia do agricultor familiar, evitando assim, o êxodo rural. Diante disso, concluímos que a prática de buscar consumir localmente para fortalecer a agricultura familiar local demonstra o poder de ação dos consumidores, retirando-os da passividade e tornando-os atores da construção de um desenvolvimento de baixo para cima na região.

## Referências

- ABRAMOVAY, R. **Muito além da economia verde**. São Paulo: Editora Abril, 2012.
- ANDRADE, L. M. S.; BERTOLDI, M. C. Atitudes e motivações em relação ao consumo de alimentos orgânicos em Belo Horizonte-MG. **Brazilian Journal of Food Technology**, v. 15, p. 31-40, maio 2012.
- ANDRADES, T. O. de.; GANIMI, R. N. Revolução Verde e a apropriação capitalista. **CES Revista**, Juiz de Fora, v. 21, p. 43-56, 2007.
- AREND, S. C. et al. Observando o desenvolvimento regional do Vale do Rio Pardo: notas sobre as dinâmicas econômicas recentes. **Barbarói**, Santa Cruz do Sul, n. 54, p. 234–257, jul/dez. 2019.
- BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977. p.226.
- BUARQUE, S. C. Metodologia de planejamento do desenvolvimento local e municipal sustentável. Brasília: INCRA/IICA, 1999. p. 104.
- CONTERATO, M. A.; FILLIPI, E. E. **Teorias do Desenvolvimento**. Planejamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural da SEAD/UFRGS. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.
- DALLABRIDA, V. R. **Sustentabilidade e endogeneização: novos paradigmas para o desenvolvimento regional**. In: BECKER, D. F.; BANDEIRA, P. S (Org). Determinantes e desafios contemporâneos. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2000. p. 187- 228.
- DAROLT, M. R. **Circuitos curtos de comercialização de alimentos ecológicos: reconectando produtores (as) e consumidores (as)**. In: NIERDELE, P.A.; ALMEIDA, L.; VEZANNI, F. M (Org). Agroecologia: práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura. Curitiba: Kairós, 2013. p. 139-170.
- DUPAS, G. O mito do progresso. **Novos Estudos - CEBRAP**, São Paulo, n. 77, p. 73–89, mar. 2007.
- DAROLT, M. R. *et al.* Redes alimentares alternativas e novas relações produção-consumo na França e no Brasil. **Ambiente & Sociedade**, v. 19, n. 2, p.1-22, abr./jun. 2016.
- ECHEGARAY, F. Votando na prateleira: a politização do consumo na América Latina. **Opinião Pública**, Campinas, v. 18, n. 1, p. 44–67, jun. 2012.
- ELIAS, D. Relações campo-cidade, reestruturação urbana e regional no Brasil. *In*: COLOQUIO INTERNACIONAL DE GEOCRÍTICA, 12., 2012, Bogotá. **Anais [...]** 2012, p.1-16.
- ETGES, V. E.; DEGRANDI, J. O. Desenvolvimento regional: a diversidade regional como potencialidade. **Revista Brasileira de Desenvolvimento Regional**, Blumenau, v. 1, n. 1, p. 85-94, mar. 2013.
- GIDDENS, A. **A constituição da sociedade**. 2ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- GODOY, W. I.; ANJOS, F. S. dos. A importância das feiras livres ecológicas: um espaço de trocas e saberes da economia local. **Revista Brasileira de Agroecologia**, v. 2, n. 1, may 2007.p. 364-368. ISSN 1980-9735. Disponível em: <[http://revistas.aba-agroecologia.org.br/index.php/rbagroecologia/article /view/6312](http://revistas.aba-agroecologia.org.br/index.php/rbagroecologia/article/view/6312)>. Acesso em: 27 ago. 2021.
- GOODMAN, D.; SORJ, B.; WILKINSON, J. **Da lavoura às biotecnologias**. São Paulo: Ed. Campus, 2008.

- LAYRARGUES, P. P. Do ecodesenvolvimento ao desenvolvimento sustentável: evolução de um conceito? **Proposta**, Rio de Janeiro, v. 24, n. 71, p. 1-5, fev. 1997.
- LONG, N. **Development sociology: actor perspectives**. London: Routledge, 2001.
- LONG, N.; PLOEG, J. D. Heterogeneidade, ator e estrutura: para a reconstituição do conceito de estrutura. In: SCHNEIDER, S.; GAZOLLA, M. (Org.). **Os atores do desenvolvimento rural: perspectivas teóricas e práticas sociais**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2011. p. 21-48.
- LUDTKE, R. C.; RAMBO, A. G. STOFFEL, J. Sociedade de risco e a perspectiva orientada para o ator: abordagens para estudar iniciativas de diversificação em áreas produtoras de tabaco. **Extensão Rural**, Santa Maria, v. 23, n. 4, out./dez. 2016.
- MARTINS, S. R. O. Desenvolvimento Local: questões conceituais e metodológicas. **Interações**, Campo Grande, v. 3, n. 5, p. 51-59. Set. 2002.
- OLIVEIRA, G. B; LIMA, J. E.S. Elementos endógenos do desenvolvimento regional: considerações sobre o papel da sociedade local no processo de desenvolvimento sustentável. **Revista FAE**, Curitiba, v.6, n.2, p.29-37, maio/dez. 2003.
- PEREIRA, M. C. *et al.* Mudança no perfil sociodemográfico de consumidores de produtos orgânicos. **Ciênc. Saúde coletiva**, Rio de Janeiro, v. 20, n. 9, p. 2797-2804. set. 2015.
- POHL, N. H.; FILHO, J. B. C. P.; ABBADE, E. B.; O perfil dos consumidores de produtos orgânicos da cidade de Santa Maria-RS. **Estudo & Debate**, Lajeado, v. 26, n. 4, p. 67-83, 2019.
- PORTILHO, F.; CASTAÑEDA, M. Certificação e confiança face a face em feiras de produtos orgânicos. *Rev. De Economia Agrícola*, **São Paulo**, v. 58, n. 1, p. 11, jan/jun. 2011.
- PORTILHO, F. Consumo sustentável: limites e possibilidades de ambientalização e politização das práticas de consumo. **Cadernos EBAPE.BR**, Edição Temática, p. 1-12, 2005a.
- PREISS, P. V. et al. Abastecimento alimentar e COVID -19: uma análise das feiras no Vale do Rio Pardo-RS. **Segurança Alimentar e Nutricional**, Campinas, SP, v. 28, p. 1-13, 2021.
- PREISS, P. V. **As alianças alimentares colaborativas em uma perspectiva internacional: afetos, conhecimento incorporado e ativismo político**. 2017. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Rural) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2017. 239 p. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/178604>. Acesso em: 20 fev. 2020.
- PREISS, P. V.; DEPONTI, C. M. Reflexões sobre o potencial da realocação alimentar para o desenvolvimento regional. In: SILVEIRA, R. L. L.; DEPONTI, C. M. (Org). **Desenvolvimento regional: processos, políticas e transformações territoriais**. São Carlos: Pedro & João Editores, 2020. p. 261-291.
- RAMBO, A. G.; FREITAS, T. D. Reconexão entre produção e consumo de alimentos e a política territorial de desenvolvimento rural no Brasil. **Redes**, Santa Cruz do Sul, v. 24, n. 3, p. 118-141, set. 2019.
- RETIÈRE, M. **Alimentos sem veneno são sempre mais caros? Uma pesquisa da Rede Brasileira de Grupos de Consumo Responsável**. In: GONÇALVES, J. R.; MASCARENHAS, T. S. Consumo responsável em ação: tecendo relações solidárias entre o campo e a cidade. São Paulo: Instituto Kairós, 2017. p. 42- 65.
- ROVER, O. J.; RIEPE, A. D. J. A relação entre comercialização de alimentos e princípios agroecológicos na rede de cooperativas de reforma agrária do Paraná/Brasil. **Desenvolvimento e Meio Ambiente**, Curitiba, v. 38, ago. 2016.

SCARABELOT, M.; SCHNEIDER, S. As cadeias agroalimentares curtas e desenvolvimento local – um estudo de caso no município de Nova Veneza/SC. **Revista Faz Ciência**, Francisco Beltrão, v. 14, n. 19, p. 101-130, jan./jun. 2012.

SIQUEIRA, A.; de OLIVEIRA L., E.; THOMÉ da CRUZ, F. Políticas voltadas para feiras da agricultura familiar no Vale do Rio Pardo (RS): estratégias locais para a soberania e segurança alimentar e nutricional. **Retratos de Assentamentos**, v. 23, n. 2, p. 65–96, ago. 2020.

TREVIZAN, S. D. P.; CASEMIRO, A. D. Consumidores de produtos orgânicos em Vitória da Conquista-BA. *In*: INTERNATIONAL WORKSHOP ADVANCES IN CLEANER PRODUCTION, 2., 2009, São Paulo. **Anais** [...]. São Paulo, 2009, p. 1-10

VEIGA, J. E. A Face territorial do desenvolvimento. **Revista Internacional de Desenvolvimento Local**. Campo Grande, MS, v. 3, n.5, p.5-19, set.2002.

VEIGA, J. E. **Desenvolvimento sustentável**: o desafio do século XXI. 3. ed. Rio de Janeiro: Garamond, 2008.

VERANO, T. de C.; MEDINA, G. Feiras que promovem a inclusão de agricultores familiares em cadeias curtas de comercialização. **Estudos Sociedade e Agricultura**, Rio de Janeiro, v. 29, n. 1, p. 197-218, fev. 2021. DOI: <https://doi.org/10.36920/esa-v29n1-11>.