



<b>Evento</b>	Salão UFRGS 2020: SIC - XXXII SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UFRGS
<b>Ano</b>	2020
<b>Local</b>	Virtual
<b>Título</b>	CARACTERIZAÇÃO DOS CANAIS DE ABASTECIMENTO: ATORES E SOCIABILIDADE DA FEIRA DE BIODIVERSIDADE
<b>Autor</b>	ALÍCIA GANZO GALARÇA
<b>Orientador</b>	SERGIO SCHNEIDER

## **CARACTERIZAÇÃO DE CANAIS DE ABASTECIMENTO: ATORES E SOCIABILIDADE NA FEIRA DA BIODIVERSIDADE (POA/RS)**

Feiras de alimento são importantes canais de abastecimento para populações urbanas e são muito diversas entre si. Feiras livres, de produtores, da agricultura familiar, orgânicas e ecológicas são alguns dos tipos de feira que são mais encontrados no Brasil, e estas operam por lógicas de mercado distintas. Existem cerca de 900 feiras ecológicas no país e o estado do Rio Grande do Sul tem o maior número de feiras ecológicas por milhão de habitantes. Estes números crescem em ritmo acelerado. Entretanto, para além da dimensão comercial destes espaços, as feiras têm, fundamentalmente, um caráter sociológico que faz com que sejam espaços de sociabilidade. Espaços de sociabilidade são aqueles que transbordam as dimensões sociológicas, ou seja, mesclam as esferas econômica, social, cultural e política. Este trabalho, portanto, busca desmembrar uma feira ecológica de bairro em elementos como atores, práticas e valores a fim de caracterizar este espaço de mercado. A metodologia utilizada para investigação dos agricultores, da sociabilidade e valores foram entrevistas estruturadas. Dezenove entrevistas com agricultores e seis entrevistas com demais atores da feira. Para análise dos consumidores, 750 questionários fechados. Os resultados encontrados foram de identificação de cinco atores na feira (trabalhadores, feirantes, agricultores feirantes, consumidores e gestores), caracterização do perfil dos consumidores (maioria branca com ensino superior completo com renda individual mensal superior a cinco salários mínimos) e dos agricultores feirantes (produtores de mercadoria da região metropolitana de Porto Alegre, fundadores da feira e que acessam em maioria o canal de comercialização territorial) e identificação de valores comuns aos atores da feira (valorização do produtor familiar ecológico, saúde, meio ambiente, amizade e comunidade).