11º FEPEG FÓRUM ENSINO · PESQUISA EXTENSÃO · GESTÃO
UNIVERSIDADE, SOCIEDADE E POLÍTICAS PÚBLICAS
ISSN: 1806-549X
Realização: Unimontes Universidade Estadual de Montes Claros; Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Ciência, Tecnologia e Ensino Superior; Minas Gerais Governo de Todos; PIBID Unimontes
Apoio: FAPEMIG; FADENOR

A FEIRA DO MAJOR PRATES COMO ESTRATÉGIA DE REPRODUÇÃO DO CAMPESINATO REGIONAL (MONTES CLAROS/MG)

Autores: JULIA DAFHINE SIQUEIRA DE FREITAS, THYANE PAULA MORAIS, MANOELLE FRANÇA OLIVEIRA, PRISCILLA CAÍRES SANTANA AFONSO

Introdução

A origem das feiras livres consta da idade média em função da produção de excedentes pelos camponeses que buscavam um espaço onde as trocas pudessem ser realizadas. Acontecia assim, a comercialização desse excedente e, por outro lado, se adquiria os produtos necessários ao sustento das famílias. Com o passar do tempo, as feiras se tornaram um importante *lócus* de reprodução do modo de vida e cultura camponesa.

Em território brasileiro, as feiras se originam no período colonial trazendo desenvolvimento e dinamismo a economia local. Santos (2013) afirma que as feiras envolvem significativos fluxos de mercadorias, pessoas e informações, integrando áreas rurais, e pequenas, médias e grandes cidades, manifestando uma atividade, ainda hoje, importante para muitos sujeitos urbanos e rurais.

Desta forma, o meio urbano se torna um espaço de possibilidades e que dialeticamente, permite a fixação do campesinato no campo. De acordo com Ricotto (2002, apud Godoy e Anjos) "as feiras livres desempenham um papel muito importante na consolidação econômica e social especialmente da agricultura familiar, sendo capaz de provocar mudanças e reconversão no setor de pequenos e médios agricultores", sendo uma modalidade de comercialização única estreitando relações entre quem vende e quem compra. Neste contexto, este trabalho tem como objetivo estudar a Feira Livre do bairro Major Prates na cidade de Montes Claros/ MG como espaço de reprodução do campesinato norte mineiro.

A feira do Major Prates é um espaço dinâmico de comercialização, local de consumo de mercadorias que promovem do trabalho e renda da agricultura camponesa regional. Foi criada no ano de 1995 e se tornou um ponto de encontro de pessoas que buscam produtos frescos da agricultura familiar como os hortifrutigranjeiros, produtos de origem animal e o artesanato regional. Visitar a feira ou a "feirinha do Major" se tornou um costume prazeroso aos finais de semana tanto para produtores como para consumidores.

Material e métodos

A proposta metodológica deste trabalho está pautada em pesquisa bibliográfica sobre o tema, e trabalho de campo com registros iconográficos e realização de entrevista semiestruturada com 43 feirantes (dos 215 existentes) realizadas entre os dias 27 de agosto de 2017 a 17 de setembro de 2017.

Resultados e discussão

Para estudar a feira livre do bairro Major Prates, é necessário analisarmos o contexto na qual essa se inseri, o próprio bairro que lhe cede o nome. O Major (como popularmente é chamado), se situa no Sul da cidade de Montes Claros/MG e se limita com os bairros Augusta Mota, Morada do Parque, Morada do Sol, São Geraldo, Vargem Grande e Canelas, possuindo uma área de 759.898,91 m2.

É classificado por pesquisadores da área, como França (2010), como um "subcentro espontâneo" por possuir uma centralidade própria em função do comercio que se estrutura no bairro. Isso contribui ainda, para o forte adensamento populacional, respondendo por uma população residente total de 5.279 pessoas ou 1,82% da população de Montes Claros (PREFEITURA MUNICIPAL DE MONTES CLAROS, 2006). O bairro é *locus* da diversidade cultural e econômica do município, sendo formado por pessoas oriundas da zona rural de Montes Claros e municípios adjacentes.

A "feira do Major" estabelece importante elo entre cidade e campo, tendo um papel fundamental na geração de renda daqueles sujeitos que participam da referida feira. Sua periodicidade (semanal), contribui para a circulação de mercadorias, serviços e pessoas também aos domingos no bairro, contribuindo para o seu dinamismo econômico e adjacências a mais de vinte anos, mas também se apropriando desse dinamismo estrategicamente.

Os produtos comercializados na feira são orgânicos com destaque para a horticultura, fruticultura e produtos de origem animal. Tais produtos são oriundos do entorno da cidade, especialmente das comunidades geraizeiras de Lagoinha. Outros, se originam de comunidades dos municípios como Jaíba, Coração de Jesus, e Monte Azul, todos pertencentes a mesorregião Norte de Minas.

O artesanato e o pequi são os produtos mais representativos da regionalidade da feira. O pequi chega a ser vendido fora da época de sua safra sob a forma de conserva, congelado ou na forma de bolos, doces e licor. Todos esses produtos são comercializados por 215 feirantes cadastrados entre os anos 2015 e 2016, dos quais 186 possuem barracas fixas (os demais possuem barracas móveis) (BUSTAMANTE; DURAES; 2015).

O zelo com a qualidade dos produtos ofertados é perceptível. Segundo o feirante "A" produtor da comunidade de Lagoinha (59 anos) produtor de hortaliças, "*a minha produção é toda irrigada com a água da nascente perto da minha casa. Não uso veneno nenhum, pra combater praga agente dilui urina de vaca na água e joga direto nas folha. Adubo, só esterco*". A feirante "B" (41 anos) vendedora de bolos e doces, também da comunidade de Lagoinha, afirma ainda que "*o povo que compra aqui é exigente. Se não for tudo limpinho e novinho não sai. Eu tenho muito cuidado com a higiene*".

ISSN: 1806-549X

Quanto a rentabilidade semanal obtida da venda dos produtos, não foi relatada com precisão, percebemos certa desconfiança em relatar valores, mas, aqueles que se dispuseram a falar sobre o tema com maior abertura, 40% dos entrevistados, expuseram que a feira é a principal fonte de renda da família na atualidade. Outros 19% disseram comercializar seus produtos de outras formas (via programas do governo, pequenos armazéns) mas, consideraram a "feirinha do Major" uma importante fonte de renda e trabalho. 41% dos entrevistados, não se sentiram à vontade em relatarem sobre suas finanças, mas, de maneira geral entendem que sem a renda gerada pela feira seria muito difícil manter a família.

Relataram ainda, em muitas falas, as dificuldades enfrentadas na produção devido à seca dos últimos seis anos. O agricultor familiar "C", narrou que a cisterna de sua propriedade não tem sido suficiente para abastecer a família. Quanto a água do poço artesiano que serve a sua comunidade, essa tem sido racionada e ele tem encontrado dificuldade em realizar a dessedentação dos animais de sua propriedade.

Encontramos ainda entre os entrevistados (7%), os chamados atravessadores, aqueles que compram produtos dos agricultores e os vendem na feira. Esses relataram que a feira é uma forma a mais de renda por acontecer aos finais de semana.

Pelas observações realizadas durante os trabalhos de campo, pudemos destacar quatro importantes papéis desempenhado pela feira, envolvendo consumidores e produtores, a saber: 1º) comercializar produtos orgânicos, garantindo a qualidade desses e a acessibilidade a produtos frescos devido a proximidade produtor – consumidor; 2º) ofertar produtos frescos e de qualidade a camadas economicamente menos abastardas da população local; 3º) difundir os produtos camponeses que tem sabor diferenciado dos costumeiros *fast foods* consumidos em larga escala nos centros urbanos, além da tradição, o saber-fazer camponês que é difundido com esses sabores; e, 4º) cumpri ainda, o histórico papel de comercializar o excedente camponês permitindo a esse sujeito formas de adquirir aqueles produtos que não produzem.

Importa dizer, que a feira livre do Major Prates é um espaço plural, frequentado por sujeitos de diversas classes sociais e comerciantes que vendem outros tipos de produtos (não camponeses), mas também é uma importante ferramenta para a territorialização camponesa uma vez que viabiliza a permanência desse sujeito no campo. Para tanto, os camponeses vem expandindo a comercialização de produtos que não são produzidos em suas terras, mas, nas terras de vizinhos que não costumam usar as feiras livres para comercialização.

Conclusões

Pelo exposto, concluímos que a feira livre do Major Prates representa dinamismo para o campesianto através da comercialização de produtos excedentes da agricultura familiar camponesa. Essa é *locus* da reprodução da cultura e modo de vida camponês na sociedade urbana e representa a possibilidade de uma vida digna daqueles que vivem no campo.

A Feirinha do Major é importante para a geração de renda dos produtores locais/regionais, mas também proporciona a transmissão de saberes através da produção agrícola e artesanal, produzidos de maneira cultural, valorizando saberes e sabores da cultura camponesa – sertaneja.

Por isso, podemos afirmar que as feiras continuam sendo mais que simples pontos de trocas e comercialização de bens e serviços, são espaços multifuncionais onde existe sociabilidade, identidade cultural, construção de territorialidades, lugar de lutas e conquistas camponesas.

Entretanto, raramente essas recebem incentivo governamental, tão pouco são alvo de políticas públicas para melhor estruturá-las. Isso mostra a necessidade de novas pesquisas sobre o tema.

Referências bibliográficas

ALMEIDA, Shirley Patrícia Nogueira de Castro e. Fazendo a Feira: Estudo das artes de dizer, nutrir e fazer etnomatemática de feirantes e fregueses da Feira Livre do Bairro Major Prates em Montes Claros – MG. Dissertação de mestrado - UNIMONTES. Montes Claros/MG, 2009.

BUSTAMANTE, Paula Cares; DURAES Priscilla Gracyelle Dias. O impacto da feira livre do bairro Major Prates da cidade de montes claros na renda dos feirantes. Revista Desenvolvimento Social, n. 14, p. 107-128, 2015.

FRANÇA, Iara Soares. A cidade média e suas centralidades: o exemplo de Montes Claros no Norte de Minas Gerais. 2007. Dissertação (Mestrado em Geografia) - Universidade Federal de Uberlândia.

LIMA, Anna Erika Ferreira; SAMPAIO, José Levi Furtado. Na feira a gente encontra de tudo...: aspectos da formação espacial da feira-livre de Abaiara – Ceará. In: V Simpósio Nacional de Geografia Agrária, Niterói, 2009, p. 1-15.

SANTOS, José Erimar dos. Feiras livres: (re)apropriação do território na/da cidade, neste período técnico-científico-informacional. Geografia Ensino & Pesquisa, v. 17, n.2 p. 39-56, mai./ago. 2013.

SOUZA, Carolina Rezende de. As feiras livres como lugares de produção cotidiana de saberes do trabalho e educação popular nas cidades: alguns horizontes teóricos e analíticos no campo trabalho-educação. Revista Trabalho Necessário, Niterói, ano 13, n. 22, set./dez. 2015.

ISSN: 1806-549X

Figura 1. Produtos vendidos na feira aos domingos. FONTE: OLIVEIRA 2017.