

TERRITORIALIDADES DAS FEIRAS POPULARES NORTE MINEIRAS¹

Letícia Ap. Rocha²

Alenice Moreira da Silva³

Luzinete Ap. A. R. Oliveira⁴

Palavras- Chaves: Reciprocidade, Identidades Tradicionais; Trocas.

O presente capítulo objetiva apresentar algumas reflexões abstraídas de observações participantes no cotidiano das feiras populares no sertão Norte Mineiro em diálogo com o referencial teórico no texto apresentado, entrevistas semiestruturadas realizadas junto a alguns protagonistas da ação semanal de feiras populares, para uma análise qualitativa das discussões, que possibilite o evidenciamento de singularidades das territorialidades das feiras populares no Norte do Estado de Minas Gerais.

A história nos expõe, a possibilidade dos primórdios do comércio a partir de processos de trocas na antiguidade, quando coletividades trocavam suas produções por outras. Conforme Polanyi (2012, p. 73), embora os mercados sempre tenham existido, foi só no século XIX que se transformaram no princípio organizador da sociedade, emergindo das relações sociais onde, anteriormente, estavam submersos. Para que isso acontecesse, foi necessária uma ruptura com a ordem social tradicional, a qual, se concretizou em dois

¹ “Trabalho apresentado na 33ª Reunião Brasileira de Antropologia, realizada entre os dias 28 de agosto a 03 de setembro de 2022.”

² - leticiaarocha@gmail.com Mestra em Desenvolvimento Social pelo Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Social da Universidade Estadual de Montes Claros - Unimontes, 2017. Pedagoga - Pontifícia Universidade Católica de MG - PUC-MINAS, 2009. Participante do grupo de pesquisa Opará – Unimontes. Documentarista do Caderno de Conflitos no Campo/ CPT-MG. Assessora do MPP/MG.

³ irmaaleniceidp@gmail.com MBA em Gestão de Recursos Humanos e Pós graduação em Docência do Ensino Superior – Faculdade Santo Agostinho, 2016. Administração, Faculdades Integradas do Norte de Minas- Funorte, 2014.

⁴ luzineterochadf@gmail.com Especialista em supervisão educacional – Universidade Estadual de Montes Claros, 2020. Pedagogia – Faculdades Integradas do Norte de Minas - Funorte, 2015. Especialista da Educação Básica - Rede Estadual de Ensino de Minas Gerais / 2020 - 2022.

momentos, primeiro, com a imposição da política mercantil, e depois, com o surgimento do mercado auto-regulável. De acordo o autor, até o período feudal, a ordem na produção e distribuição era garantida por um ou mais de três princípios: reciprocidade, redistribuição e domesticidade. Esses princípios vinham ao encontro de três padrões correspondentes: simetria, centralização e autarquia (autosubsistência). No século passado, esta ordem tradicional foi rompida. E sendo a troca, ideologia basilar do comércio, essa foi aprimorada pelo sistema capitalista de modo a garantir o objetivo principal deste sistema, o lucro.

Contudo, em meio a sociedade lastreada pela lógica do sistema vigente, podemos observar relações de trocas que ultrapassam a dimensão do capital, e outras motivações podem ser verificadas em determinados coletivos sociais. Woortmann (1990, p. 57) aponta a ética camponesa constitutiva de uma ordem moral como um conjunto de valores centrais que se expressam principalmente através dos elementos terra, família e trabalho; as quais são categorias culturais “nucleantes de significados”, que ultrapassam os valores econômicos. E em plena modernidade coexistem, se relacionam com as instituições capitalistas modernas, assumindo um processo híbrido, ambíguo e em constante transformação, são identidades, territorialidades⁵ ressignificadas em meio a sociedade envolvente. Da multiplicidade de expressões que caracterizam a territorialidade humana, particularidades socioculturais de cosmografias⁶ tradicionais, são observáveis em alguns atores das feiras populares.

A feira livre no Brasil constitui modalidade de mercado varejista ao ar livre, de periodicidade semanal, organizada como serviço de utilidade pública⁷ pela municipalidade e voltada para a distribuição local de gêneros alimentícios e produtos básicos. Para Mascarenhas & Dolzani (2008) apesar das políticas adversas que tiveram que enfrentar nos últimos 30 anos, ainda hoje, as feiras, desempenham um papel relativamente importante no abastecimento “urbano.”

⁵ A territorialidade não se define pela simples relação com o espaço, ela manifesta-se em todas as escalas, desde as relações pessoais e cotidianas até as complexas relações sociais (ROCHA, 2017).

⁶ Little (2001) define cosmografia como os saberes ambientais, ideologias e identidades – coletivamente criados e historicamente situados.

⁷ Em muitos municípios nos rincões do Sertão das Minas Gerais, observamos que as feiras são iniciativas populares com pouco ou sem apoio público.

Braudel (1998, p. 15) ressalta que, se a feiras livres se mantêm através dos séculos, em sua simplicidade robusta, apresenta também as causas da permanência de sua existência: o frescor dos gêneros perecíveis que fornece, trazidos diretamente das hortas e dos campos das cercanias, seus preços baixos - “sem intermediários” é a forma mais direta, mais transparente de troca, a mais bem vigiada, protegida contra embustes.

Ressaltamos que no conjunto das feiras livres, dos municípios que conhecemos no sertão Norte Mineiro⁸, essas razões de permanência no tempo apontadas por Braudel (1998), em alguns locais encontram se fragilizadas, encontramos verduras comercializadas de origem de Atacadistas Hortifrutigranjeiros – as razões, da comercialização oriundas desses mercados, são diversas e precisam ser aprofundadas em cada contexto para melhor compreensão, e não o faremos aqui nesta discussão.

Contudo, essa prática não pode ser generalizada a todos os municípios sertanejos das Minas, tampouco pode rotular a pluralidade identitária de feirantes populares desta região, os quais apresentam a singularidade da produção camponesa como um valor a ser disputado no mercado: *Por exemplo, cenoura, quando você a compra no sacolão, ela não é meio aguada? Quando você planta ela, ela não tem um gostinho... gosto de cenoura mesmo? Esse é um (diferencial dos produtos vendidos) dos que a gente prestou atenção, banana também (Entrevista com Adriana Lucia Rosa, 41 anos, Bocaiúva-MG, 2022).*

As feiras livres ou populares, como espaço de compras, vendas e trocas de mercadorias diversas, reúnem tradicionalmente, diversidades de classes, identidades tradicionais e suas resiliências, bem como ruralidades⁹ em meio aos espaços

⁸ Ab’Saber (1985), aponta a necessidade de sempre especificar qual o “sertão” a que estamos nos referindo. Filho (2011, p. 4) afirma que a palavra “sertão” é ainda na atualidade, usada em várias regiões brasileiras para designar áreas interioranas, sejam elas os hervaes no Planalto da Serra Geral, no oeste catarinense, como a cimeira das vertentes íngremes das áreas serranas do Sudeste brasileiro, as chapadas e cerrados do Centro-Oeste ou a região de semiaridez do Nordeste. Nomeamos aqui como Sertão Norte Mineiro a mesorregião do Norte de Minas, uma das doze mesorregiões do estado brasileiro de Minas Gerais, a qual é formada pela união de 89 municípios, agrupados em sete microrregiões. Em 1963 o Norte de Minas, devido à proximidade das características econômicas, sociais e culturais foi incorporado à área nordestina da SUDENE (Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste) criado em 1959 que tinha como objetivo a intervenção do governo federal no combate à seca – “problema” do desenvolvimento regional nordestino do Brasil. Esse processo de desenvolvimento econômico, implementado no norte de Minas, indiferente à “história agropastoril da região norte-mineira” e sua diversidade identitária, engendrou a “(des)envisibilização identitária”, desenvolvida como estratégia de autoproteção, sendo marcado pelas resistências de categorias sociais, por meio da autoafirmação e reivindicação dos territórios tradicionalmente ocupados. (ROCHA, 2017, p. 117). O sertão Norte Mineiro é também, em grande parte, o cenário do Romance: Grande Sertão Veredas de Guimarães Rosa, considerada uma das mais significativas obras da literatura brasileira. Assim, o Sertão Norte Mineiro é também o Sertão Roseano.

⁹ Compartilhamos com a conceitualização de Medeiros (2017, p.4) da categoria Ruralidade como uma construção social contextualizada, com uma natureza reflexiva, ou seja, ela é o resultado de ações dos

globalizados. Elas constituem espaços de diversas teias de relações que vão desde a dimensão comercial à cultura. Muitos dos sujeitos deste comércio popular, possuem vínculos com as categorias que refletem processos envolvidos na transformação da sociedade agrária como os processos de campesinização, descampesinização e recampesinização, e mesmo, muitas vezes em contextos urbanos, se constroem e se mantêm a partir de outras lógicas de ocupação e uso dos espaços territoriais, que não o modelo convencional (COSTA FILHO, 2015, p. 89).

Assim, nelas encontramos diversidades sociais que ocupam, em muitos casos, o espaço das vias públicas, e neles improvisam seus espaços de vendas com infraestruturas populares e móveis, que são feitos e desfeitos a cada nova feira, baseado no modelo colonial (MASCARENHAS, 1997), para a comercialização de suas mercadorias oriundas do seu quintal ou do quintal dos vizinhos,

É no nosso próprio quintal mesmo né? Agente planta, produz no quintal. Tirando o tempo do quintal, só mesmo no período das chuvas né? Das roças. Quando chegam nas águas, que você tem abóbora, tem melancia, é que você tem as coisas. Mas tirando disso é o que você tem no quintal mesmo. Nós comercializa o feijão, a mandioca, o milho verde no tempo do milho, o alface, a cenoura, a beterraba, o coentro, a salsinha, o frango, o ovo caipira, o tomatinho, o queijo – quem tem, são produtos que a gente utiliza da gente e de outras pessoas também. Até uma carne de porco se tiver – pode levar que vende (Entrevista com Zilda Soares dos Santos, 59 anos, Comunidade Quilombola do Alegre, Januária-MG, 2022).

Nas territorialidades dos feirantes nos espaços populares das feiras encontramos a resiliência reconstrutiva e ressignificativa de culturas populares. Os lugares para os feirantes ficarem, bem como, para os fregueses percorrerem em busca dos produtos ofertados são bem reduzidos, ocasionando um momento de subjetividade dessa ação, dependendo da empatia produzida nesse espaço, ocorre a fidelização do cliente por meio da estreita relação que ocorre nas trocas/vendas.

Nesta perspectiva supracitada podemos melhor compreender a maioria dos sujeitos sociais envolvidos nas feiras populares do Norte de Minas, que ultrapassam a condição “status quo” de inserção no circuito inferior da economia¹⁰, descrita por Santos

sujeitos que internalizam e externalizam através dessas ações a sua condição sociocultural presente que é reflexo da condição herdada de seus antepassados. Nesta ruralidade está expressa a capacidade destes sujeitos de se adaptarem às novas condições resultantes das influências externas.

¹⁰ A teoria dos dois circuitos da economia foi desenvolvida por Milton Santos, na década de 1970, como uma resposta aos estudos urbanos e econômicos tradicionais que tinham como paradigma a planificação, marcada pela política liberal. Contrariamente ao circuito inferior de economia, acima já citado, o circuito superior de economia descrevem os comerciantes que buscam através do comércio das feiras, unicamente a lucratividade (comerciantes que são proprietários de lojas e que expõem seus produtos em

(1979) como uma economia informal, com base familiar, e quase sempre, como formas que a população de baixa renda encontra para resolver seu cotidiano. Entre nossas entrevistadas, tivemos o apontamento de que 50% a 100% da renda familiar é garantida pela atividade semanal na feira.

Se por um lado as feiras populares podem ser apontadas como formas diversas de sobrevivência, elas configuram, em muitas situações, processos e resistências de (re)produção socioespacial e cultural. Elas são protagonizadas nos espaços municipais do sertão norte mineiro, por diversos sujeitos, coletividades sociais que buscam sobreviver de formas diversas, juntamente com as atividades que realizam.

O espaço semanal efêmero dos feirantes também é marcado pelos encontros entre amigos, pelos enamorados, pela prosa política; que faz com que esse espaço seja ainda mais significativo e atualizado a cada novo evento. O ambiente diversificado das feiras (trabalho, comércio, lazer, iniciativas políticas) está imbricado por saberes que advêm dos sujeitos que ocupam esse espaço, incididos do seu conhecimento de mundo e das relações sociais que estão inseridos (relação com a família, sociedade, pessoas do seu convívio mais próximo) (CHARLOT, 2000).

Verificamos que as feiras livres populares, em grande parte se constituem em ambientes para o qual convergem pessoas de todas as classes e feirantes que reproduzem a lógica tanto do modelo hegemônico de desenvolvimento comercial como aqueles que representam a resistência a esse modelo, buscando na feira obter apenas o necessário à sua reprodução social e a da sua família (SOUZA, et al, 2014, p. 7).

Uma abordagem apenas econômica das feiras é questionada pelas autoras Margairaz (1988) e Pradelle (1996), pois nestes ambientes populares identificamos que há mais do que mercadorias a serem comercializadas, há saberes e dizeres variados partilhados nestes espaços que traduzem também a procura por “sociabilidade, educação, cultura e territorialidade, a partir de trocas de bens e serviços, dizeres e saberes” (apud ALMEIDA, et al, 2017)

Neste mesmo sentido, concordamos com Araújo (2013), ao apontar que, na cotidianidade das feiras livres acontece o estabelecimento de relações sociais e de

barracas na feira utilizando mão-de-obra contratada; grandes comerciantes de produtos industrializados que adquirem mercadorias em polos industriais nacionais e internacionais para vender em várias feiras usando, via de regra, o trabalho assalariado ou terceirizado, etc.). Esses comerciantes reproduzem a lógica do modelo hegemônico de produção capitalista e fazem parte na maioria dos casos da classe dominante da sociedade.

sociabilidade reconhecidas através de “valores, expressões, tradições, transformações que ressignificam a todo instante a memória dos que as frequentam, representando as suas identidades, mesmo que de caráter múltiplo”.

Estando intrinsecamente ligada à história local, nas feiras dos municípios norte mineiros observamos ruralidades – identidades e modos de ser que se definem no plano sociológico por valores mútuos que giram em torno da fidelidade e do pertencimento a uma ordem moral, entendida aqui como um modo de proceder de coletividades tradicionais marcado por personalidades nas relações que ultrapassam as relações de venda.

Explicitamos que o termo tradicional, aqui utilizado se lastreia na compreensão antropológica de que a categoria Tradicional “não se reduz à história, mas a mobilização continuada” apontada por (ALMEIDA, 2008, p. 30), de ressignificação cultural, situacional, conforme o conjunto de circunstâncias a marcarem as situações em que se inserem os grupos sociais com suas peculiaridades a consolidarem modos de vida que em algum grau se difere da atual sociedade envolvente (ROCHA, et al., 2020, p. 46).

Continuamente vivenciamos essas múltiplas relações nas feiras permeadas por reciprocidade. Testemunhamos a materialidade das trocas mercantis envoltas a dimensão simbólica valorativa (ROCHA, 2017). Esta situação é muito bem ilustrada, pela experiência de fidelidade com uma feirante do mercado municipal de Montes Claros, a Dona Geralda, que comercializa as suas especialidades e diversidades de doces.

Hoje residente no município montesclarenses, ela continua adquirindo os ingredientes das comunidades rurais vizinhas de Montes Claros. E sempre nos chamam atenção pelas relações estabelecidas com seus fregueses de sempre dá um brinde, ou “mimo”, como muitos na região preferem chamar – e até mesmo generosas porções de seus doces para degustação. Em muitas situações observamos que o conjunto de mimos e degustações, muitas vezes extrapolam, a disponibilidade financeira de uma gestão atenta a cortar custos ou prejuízo, considerando uma visão meramente comercial. A razão norteadora das relações estabelecidas por Dona Geralda e seus fregueses, ultrapassa o cálculo da viabilidade econômica e não se trata, de uma não compreensão de gestão econômica por parte da comerciante aqui em questão.

A cada visita ao mercado, a barraca da Dona Geralda, é a primeira a lembrarmos de levar as visitas para conhecerem, e nesta ação sempre aprofundamos o diálogo empírico teórico com Mauss (2008) sobre a tensão entre a obrigatoriedade e espontaneidade no universo das trocas, o *hau*, espírito da coisa dada (obrigação de dar,

obrigação de receber e obrigação de retribuir), força que “coage” a retribuir alguma coisa dada, como mecanismos de coesão social. E, somente nesta perspectiva podemos compreender as motivações extra econômicas estabelecidas por Dona Geralda com seus clientes.

Semanalmente, feirantes e consumidores, com suas “territorialidades¹¹”, ocupam as feiras livres de seus municípios como lócus de manifestação cultural de aprendizagens e troca de saberes, tecem ações multiculturais, compartilham símbolos¹², como modo de existência e resistência de modos de vidas tradicionais: o vivido e o experienciado em grupo, seja na produção, seja no consumo, traduzem modos de vida (SILVA, at al, p. 281) - como que, em um ato de reconstrução do “lugar¹³”. Lugar, aqui apreendido pela descrição de Tuan (1983, p. 203) ... “uma mistura singular de vistas, sons e cheiros, uma harmonia ímpar de ritmos naturais e artificiais [...] sentir o lugar pelas percepções registradas pelos nossos músculos e ossos”. A apropriação e o usufruto do lugar pelos seus sujeitos criam territórios que são incorporados à sua tradição e ao mesmo tempo são utilizados para sua subsistência (MALDONADO, 1993).

Assim, embora apresente uma essência econômica, a feira preenche também uma função social, enquanto transmissora de comunicação e expressão da cultura do povo, por se configurar como lugar de encontro, reencontro e de lazer para os que ali vivem e para os que por ali passam, conforme afirma Abreu (1989, p. 103).

Encontramos, nas feiras populares, quase sempre, manifestações de tradicionalidades - no sentido da permanência e perpetuação de práticas e costumes que tem como marca significativa a confiança e a reciprocidade como a base dos negócios. Essas marcas podem ser analisadas nos coletivos das sociedades tradicionais, e em grande parte, podem ser observadas mediando as condições de muitos feirantes que tem a gestão

¹¹ A territorialidade é parte da cultura – entendida como o “complexo de conhecimentos, crenças, arte, moral, leis, costumes, capacidade ou hábitos adquiridos pelo homem como membro de uma sociedade” (TYLOR 1871)

¹² Geertz (1978, p.14) considera que na perspectiva do indivíduo os símbolos são, em sua maioria, dados: “ele os encontra já em uso corrente na comunidade quando nasce e eles permanecem em circulação após a sua morte, com alguns acréscimos, subtrações e alterações parciais dos quais pode ou não participar”, utilizando-os como conhecimentos para viver e se auto-orientar “no curso corrente das coisas experimentadas”.

¹³ O lugar é um objeto carregado de valor e sentido pela subjetividade dos indivíduos e dos grupos (Bossé 2004), se refere ao cotidiano do indivíduo, considerando a sua singularidade, identidade e o simbólico (Spink 2001).

de seus negócios lastreado em redes de trocas, estabelecida numa rede maior dentro das economias urbanas intermunicipais.

Por este prisma, podemos caracterizar as feiras norte mineiras, dentre outras especificidades pela ética dos seus participantes, sendo as relações de negócios construídas pelas relações de proximidade. Cada sociedade produz seu espaço, determinando os ritmos da vida, os modos de apropriação expressando sua função social, seus projetos e desejos (CARLOS, 2007). Muitas vezes, as feiras, são muito mais experiências comunitárias locais, de iniciativa dos próprios comunitários envolvidos nos espaços urbanos do sertão norte mineiro, permeados por ruralidades e negligenciados pelas políticas públicas e governo local. Quando perguntadas sobre que ações de apoio, o poder público poderia realizar, as protagonistas das feiras populares expressam a quase inexistência da ação governamental local:

...Poderia ter um transporte, segurança – ter um guarda, fiscalização, melhoria nos banheiros e higienização, melhoria no piso do banheiro, ter uma faxineira. (*Ana Dias de Oliveira, conhecida como a Aninha do tempero, 66 anos, Januária*)

...Nós estamos com a dificuldade da energia elétrica. A energia que a gente tem, é da associação, e nós temos uma praça aqui, construída pelo nosso. X¹⁴, mas essa praça ainda não tem luz. Tem o padrão, tem tudo, mas tem o problema da rede que passa no meio da praça. Dizem que essa rede precisa ser tirada, mas até hoje, a gente já fez várias reivindicações junto ao nosso prefeito e nosso assessor do ...X mas até agora, a gente não teve ainda uma resposta. E sempre conversamos com o Z¹⁵, nosso ex-vereador, para que eles possam ver essa situação da energia. E outro problema, são os banheiros que nós não temos. Temos um projeto de construção de quiosques na beira da estrada, mas ainda não foi feito ainda. E a noite, quanto estamos com as pessoas, precisa de um banheiro. Até as mães de famílias, as vezes que ir com as crianças, mas se não tem um banheiro, fica difícil, as pessoas idosas também se manter ali. Até por um sistema de higienização ter, torneira, água para agente poder lavar as mãos, um banheirinho adequado para as pessoas. Estamos com essas duas dificuldades ainda. No mais, a gente tá dando conta de levar aos poucos. (*Zilda Soares dos Santos, 59 anos, Comunidade Quilombola do Alegre, Januária MG*)

Se, por um lado, a feira atende à necessidade de sobrevivência material dos poucos abastados, por outro, ela resiste em função da necessidade de sobrevivência das culturas desenvolvidas em seu entorno (SILVA, at al, p. 284). Destarte, concebemos as feiras populares como territorialidades construídas na contra mão dos setores hegemônicos do sistema capitalista, nelas se constroem sociabilidade alternativa ao projeto dominante, que se desenvolve marginalmente, nos interstícios dos territórios “econômicos”, como

¹⁴ Optamos por não indicar o nome do deputado.

¹⁵ Optamos por não indicar o nome do ex-vereador.

uma luta criativa e resiliente. Concordamos com Mascarenhas e Dolzani (2008) de que, nas feiras populares livres, se por um lado há os que precisam sobreviver materialmente, por outro, há aqueles que, resolvida a questão material, zelam pela sobrevivência sociocultural.

Memória e saberes que geram o protagonismo das mulheres feirantes

Em meio a busca pela sobrevivência material e cultural nas feiras norte mineiras tecemos algumas considerações sobre o protagonismo das mulheres, com seu legado, memórias que guardam saberes, e na resiliência cotidiana desabrocham como energias pulsantes construtoras de identidades e territorialidades presente no pensar e no agir, dentro do processo de lutas e permanência nas feiras populares no Norte de Minas. A categoria das mulheres constrói seus espaços de participação a partir da busca por novas relações de gênero, de igualdade, de oportunidades e direitos, bem como, de combate à violência e machismo na sociedade.

Entretanto, não podemos tomar as experiências aqui analisadas como base para falar pelas mulheres como um todo. Há mulheres negras, mulheres homossexuais, mulheres que vivem na pobreza, mulheres cuja própria religião ainda legitima uma série de violências, mulheres que vivem sob outras condições que as colocam em imenso risco. O processo de libertação das mulheres é contínuo, tem seus avanços e demanda continuidade.

Quando olhamos para os problemas sociais, a mulher, segundo a ONU, é afetada de forma desproporcional pela pobreza e insegurança alimentar. É no recorte, relacionado aos direitos, que percebemos que muitas ganham menos do que os homens, ainda que exerçam a mesma atividade. O contexto atual de constantes mudanças nos principais setores da sociedade, saúde, educação e segurança, exige cada vez mais a capacidade intelectual do ser humano, sobretudo das mulheres e sua forma de reinventar meios de sobrevivência¹⁶. E o feminismo mudou de muitas maneiras o conteúdo do conhecimento

¹⁶ A mulher vem desenvolvendo um importante papel na sociedade com sua inclusão crescente no mercado de trabalho. De acordo com dados do IPEA - Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (2019, p. 2) a quantidade de mulheres inseridas no mercado de trabalho entre 17 e 70 anos de idade passou de 56,1% em 1992 para 61,6% em 2015, com uma projeção de elevação dessa taxa em 2030 para 64,3%, sendo que esta representa 2,7 p.p. superior à de 2015 e 8,2 p.p. à de 1992. (IPEA, 2019, p. 10). Com essa tendência de crescimento pode-se dizer que a mulher tende a romper cada vez mais os paradigmas dos estereótipos de gênero e visa imprimir marcas expressivas na sua identidade ingressando no mundo dos negócios.

humano. Certamente essa foi uma grande contribuição do feminismo para a sociedade atual (SCHIEBINGER, 2001, p. 329).

De acordo com a metodologia usada pelo IBGE 2010, uma pessoa é dita ocupada quando ela exerce atividade profissional (formal ou informal, remunerada ou não) durante pelo menos uma hora completa na semana. Neste aspecto, aqui pensando a realidade das mulheres feirantes no Norte de Minas, cabe ressaltar que grande parte das mulheres inseridas no mercado de trabalho formal¹⁷ ou informal, além das duplas jornadas de trabalho - em que parte é absorvida pela exploração capitalista, há também o trabalho valorativo das relações de reciprocidade, o qual, as mulheres feirantes são guardiãs, aqueles, são vivências e cuidados com os valores construídos em suas ruralidades identitárias.

Geralmente, as mulheres que trabalham nas feiras norte mineiras, dedicam grande parte do seu tempo na preparação e manuseio de produtos que agradem seus clientes. Além disso, muitas delas dedicam parte do seu tempo levando produtos aos clientes, *fico chateada quando falta o tempero para o cliente, neste caso eu faço o compromisso de levar para o cliente, mesmo sem condições de transporte.* (Entrevista com Ana Dias de Oliveira, 66 anos, Januária-MG, 2022).

Encontramos largamente em nossa literatura, discussões sobre a invisibilidade dada às competências femininas e o processo de transformação dessas em ideologias das fragilidades e da sujeição culturalmente imposta. Não obstante, a ideia de vulnerabilidade estimulada pelo patriarcalismo social, para além das agruras cotidiana enfrentadas pelas mulheres, em algumas situações, fora metamorfoseado como esteio ao abrigo germinante dos vários modos de resistência que no ser feminino eclodiram como energias para a construção das identidades e territorialidades, que aqui ilustramos com a história de vida, no contexto da tempestade pandêmica vivenciada pela sociedade mundial com o surgimento do vírus Corvid-19, da feirante Adriana Lúcia Rosa, 41 anos, Guaraciama MG, reinventando a feira popular durante o ápice da pandemia:

Pai era de uma outra comunidade e foi morar lá. Meu avô deu para ele lá, porque pai queria ir embora para São Paulo. Meu avô falou para ele assim: “você ir embora é meio perigoso e tal”, 70 anos atrás, [...]... meu avô pegou e deu o terreno para ele lá. Ai ele foi morar lá com meu tio, ... foi construindo, enfim, o que ele produzia lá, ele vendia no mercado aqui em Bocaiúva, ... vinha eu e meus irmãos com ele no mercado, a gente sempre vinha com ele, mas sempre era no final de

¹⁷ Entre as feirantes entrevistadas, encontramos protagonistas que possuem trabalho formal, além da condição de feirantes.

semana, na sexta e no sábado. Porque [...], lá não tem escola, na comunidade dele ... Então, o que acontece, ele nos trouxe para a casa do meu avô nos Morrinhos (outra comunidade rural), porque para ele o mais importante era a gente estudar: “eu não estudei, mas vocês têm que estudar” (pai) ... ele passava na casa do meu avô, pegava eu e meus irmãos para ir com ele trabalhar. Na semana estudávamos e na sexta e sábado vinha com ele para a feira.

b) Com o surgimento da Pandemia...

Quando começou a pandemia, o mercado fechou [...] querendo ou não de uma forma ou de outra, os produtores rurais não tiveram suporte das autoridades responsáveis, prefeitura enfim. O que acontece, pai tinha produtos lá que precisava vender sair de lá. Ai o que aconteceu? Nós começamos a vender os produtos delivery, porque não tinha como vender no mercado e vendendo delivery, você entregava o produto, e recebia, o cliente mandava o produto dele. A gente foi aumentando, diversificando vamos dizer assim, a maneira de fazer a propaganda, o marketing.

c) Como comunicar com os clientes?

Fomos criando uma rede de contatos, criamos uma logo, uma marca, aí minha irmã criou o Instagram da nossa marca. Do WhatsApp sentimos a necessidade de aumentar ela, entendeu? Para pai foi resistente, ele não estava acostumado com aquilo ali, para ele “vai gastar dinheiro você criar uma marca”, mas você precisa criar uma marca e você vende bem mais. Teve um custo a criação da marca, mas não seria um custo... (marca) é como se fosse autônomo, tem um nome, o delivery tem um nome.

d) Agregando valores e lidando com a concorrência:

A gente viu no mercado a necessidade de entregar ele (produto: verduras/legumes) picado porque tem gente que não tem tempo. Então o que a gente faz, a gente pica o produto, entrega ele lacrado, higienizado, lavado, enfim, a pessoa recebe o produto no ponto de colocar na panela. Quando compra o produto ele já sabe que ele vem da roça, quando o produto vem da roça mesmo parece que ele extrai o que é natural da terra. Por exemplo, cenoura, quando você a compra no sacolão, ela não é meio aguada? Quando você planta ela, ela não tem um gostinho... gosto de cenoura mesmo? Esse é um diferencial dos produtos vendidos dos que a gente prestou atenção, banana também.

e) As modificações na estrutura da residência rural e valores agroecológicos:

A banana de pai não é irrigada, ela só é plantada lá, ela é mais doce. Com isso nós sentimos necessidade de plantar também porque pai não dava conta. Aí o que acontecia, a gente separa dois dias na semana para a gente ir lá e ajudar ele plantar. Aí minha irmã faz as mudas, minha irmã pesquisa, tem um site, acho que da Embrapa, não tenho certeza se é o da Embrapa, que lá tem tudo. Tem um site que explica como você planta isso, cultiva isso. Com isso sentimos a necessidade de procurar um técnico para fazer análise da terra, o que poderia colocar naquela planta, a quantidade que deveria colocar naquela planta. Ele faz a análise e fala o que você deve colocar naquela planta, mas não é um adubo químico, é um adubo orgânico ou um adubo que tem menos produtos químicos. Mas lá em casa (meio rural) tem muito adubo orgânico, esterco de vaca, de galinha, folhas secas... Debaixo das árvores ficam aquelas folhas secas que entram em decomposição, você pega aquela folha e põe na planta.

f) o trabalho de regime familiar e o sentimento de pertencimento e partilha de territorialidades:

Hoje comercializamos não somente os produtos produzidos no sítio do meu pai, mas de tios, primos, vizinhos que por causa da Pandemia não estava conseguindo vender na feira ou no mercado.

A história da feirante Adriana nos aponta seu olhar cuidadoso, sua sabedoria sutil, a qual detém as tradições do campo rural transmitida através das repetições, simbologias e cotidiano do viver sertanejo somado a novos conhecimentos assegurando-lhe a resistência e a capacidade de reinvenções da manutenção de existência de modos de vidas.

Ainda que a mulher enfrente diversos tipos de ameaças pelo fato de “ser mulher”, ela tem ocupado espaços e se destacado em seu ambiente de trabalho. Nas feiras livres e de mercado, elas encontraram uma forma de fazer negócio e enfrentar limites conquistando o respeito das pessoas. Nos relata Aninha do tempero, em seu depoimento revelando de forma clara o quanto elas são protagonistas e conseguem submergir neste espaço: *Já me envolvi em muita confusão para defender o outro. Porque as pessoas tem muito respeito por mim. Trabalho há mais de 20 anos na feira, mas desde o início já conquistei respeito das pessoas. Existia um feirante que humilhava as pessoas, então eu sempre me aproximava dele para saber o que ia acontecer. Sempre o aconselhava para ser uma pessoa boa com as outras. Eu via muita injustiça da parte dele (...).* (Entrevista com Ana Dias de Oliveira, 66 anos, Januária- MG, 2022)

A mulher sabiamente inserida nas feiras livres e mercado consegue transformar esse ambiente aprazível e produtivo, com foco de que esse trabalho é uma forma de sustentar sua família e garantir o estudo de seus filhos, nos confirma Aninha do tempero em seu depoimento: *(...) a receita da feira cobria 100% das despesas da casa, (...), já paguei três faculdades dos meus filhos (...).* (Entrevista com Ana Dias de Oliveira, 66 anos, Januária-MG, 2022).

Neste sentido pode-se dizer que as mulheres sabem usufruir com qualidade das oportunidades que elas têm de se inserir nas feiras, pois resgatam histórias e constroem caminhos evidenciando que a capacidade de se destacar com qualidade independe do gênero, e o desafio destas superações permeiam também, as suas relações familiares, expressa a Zilda, a respeito do seu cônjuge: *Até o nosso próprio marido, acha que isso é ilegal, né? Eles expressam isso muitas vezes nas atitudes, o lá de casa mesmo, muitas vezes me deixa desanimada, mas eu não desanimo porque eu sei que sou o morão da casa, e tenho que correr atrás de qualquer forma* (Entrevista com Zilda Soares dos Santos, 59 anos, Comunidade Quilombola do Alegre, Januária-MG, 2022).

Com seus saberes, em suas pluralidades de existências, envolto em suas ruralidades elas apreendem o mundo, se constrói e transformam a elas próprias como sujeito indissociavelmente humano, social e singular que na relação com o espaço das

feiras populares expressam suas experiências sócio comunitárias no fortalecimento da economia local, sustento familiar e independência financeira.

Algumas Considerações

As feiras populares no Sertão Norte Mineiro são protagonizadas por sujeitos de classes diversas e múltiplas identidades tradicionais, as quais em suas ruralidades demonstram outras motivações para o comércio que ultrapassam as relações econômicas.

Estas relações, nos interstícios econômicos da sociedade envolvente, possibilitam observamos a luta cotidiana por sobrevivência permeadas por relações sociais de reciprocidade, cabendo à dádiva um papel importante na formação de confiança entre eles.

Os feirantes no Norte de Minas buscam, através das feiras populares, formas de geração de renda coletivas ou individuais para sobreviverem e se reproduzirem socialmente, preservando características camponesas, como a produção de subsistência, e neste caminho de busca por sobrevivência, desempenham um metamorfosear-se para se adequarem às regras do mercado, e conseqüentemente fazer a manutenção de seus modos de vidas, ressignificando os espaços urbanos do Sertão Norte Mineiro.

Entre esses sujeitos sociais, encontramos um legado de experiências vivenciadas pelas mulheres sertanejas norte mineiras através de suas territorialidades, saberes e resistências, no olhar costumeiro de feirante que desvenda possibilidades de sobrevivência e processo de libertação das visões patriarcais conquistando autonomias e visibilidades que factualmente lhes fora negada.

Na ação semanal das feiras populares no Norte de Minas, assumem o papel de protagonistas e de superação da imagem estereotipada da mulher submissa, expressando suas demandas e exercendo suas resistências. Em suas ruralidades, empreendem, de certo modo, uma ruptura contra formas capitalistas e promovem o encontro com a cultura tradicional, a cosmovisão dos povos originários. São lógicas que persistem em meio a sociedade envolvente.

REFERÊNCIAS:

ABREU, M. A. **Evolução urbana do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar; IPLANRIO, 1989.

AB'SABER, A. N. “Os Sertões – A originalidade da terra”. *Ciência Hoje*, 3(18): 43-52, 1985.

ALMEIDA, S. P. N. C. **Fazendo a feira**: estudo das artes de dizer, nutrir e fazer etnomatemático de feirantes e fregueses da Feira Livre do Bairro Major Prates em Montes Claros – MG. 2009, 135f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Social. UNIMONTES. Montes Claros MG.

ALMEIDA, S. P. N. C; CRISOSTOMO, E. **Artes de dizer, nutrir e fazer etnomatemático em uma feira livre**. In_ *Educ. Matem. Pesq.*, São Paulo, v.19, n.1, 273-295, 2017. Disponível em <http://dx.doi.org> . Acesso em 14 de fev. de 2022.

BRAUDEL, F. **Os jogos das trocas**. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

BOSSÉ, M. L. (2004). **As Questões de Identidade em Geografia Cultural** – algumas concepções contemporâneas. IN: CORRÊA, Roberto Lobato e ROSENDAHL, Zeny (orgs.). *Paisagens, Textos e Identidade*. Rio de Janeiro: UERJ.

CHARLOT, B. **Da relação com o saber: elementos para uma teoria**. Porto Alegre: Artmed, 2000.

CARLOS, A. F. A. **O lugar no/do mundo**. São Paulo: Labur Edições, 2007.

COSTA FILHO, A. Os Povos e Comunidades Tradicionais no Brasil In: Edmilton Cerqueira et al. (Orgs). **Os Povos e Comunidades Tradicionais e o Ano Internacional da Agricultura Familiar**.1ª ed. Brasília-DF: Ministério do Desenvolvimento Agrário, 2015, v.1, p. 77-98.

FILHO, F. D. A. **Sobre a palavra “sertão”: origens, significados e usos no Brasil (do ponto de vista da ciência geográfica)**. In_ *Ciência Geográfica - Bauru - XV - Vol. XV - (1): Janeiro/Dezembro – 2011*. Disponível em: <https://www.agbbauru.org.br/publicacoes/>. Acesso em 22 de fev, de 2022.

Geertz C. 1978. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Zahar, 224 p.

GUIMARÃES, C. A. 2010. **A Feira Livre na Celebração da Cultura Popular**. *Gestão Cultural e Organização de Eventos*. USP - São Paulo. Disponível em: <<http://www.usp.br/celacc>>. Acesso em 18 de jan. de 2022.

LITTLE, Paul. 2002. **Territórios sociais e povos tradicionais no Brasil: por uma antropologia da territorialidade**. Série Antropologia nº 322 (Brasília: DAN/UnB).

MASCARENHAS, G.; DOLZANI, M. C. S. **Feira Livre: Territorialidade Popular e Cultura na Metrópole Contemporânea**. In_ *Ateliê Geográfico Goiânia-GO* v. 2, n. 2 agos/2008 p.72-87 página 82. Disponível em <<https://www.revistas.ufg.br> > Acesso em 27 de jan. de 2022.

Maldonado SC. 1993. **Mestres e Mares: espaço e indivisão na pesca marítima**. São Paulo. Annablume, 194 p.

MASCARENHAS, G. **Modernidade urbana e flexibilidade tropical: as feiras livres na cidade do Rio de Janeiro (1904-1934)**. *Revista GeoUerj*, Rio de Janeiro, n. 2, p. 29-41, 1997.

MAUSS, M. **Ensaio sobre a Dádiva**. MARQUES, A. F. (trad.). Lisboa: 70, LDA, 2008, 219

p.

Medeiros JFS. 2010. **As feiras livres em Belém (PA): dimensão geográfica e existência cotidiana**. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade Federal do Pará. Belém, 118 p.

MEDEIROS, R. M. V. **Dinâmicas do espaço agrário: velhos e novos territórios: NEAG 10 anos**. p. 179-189. Disponível em < <https://lume.ufrgs.br> > Acesso em: 10 de fev.2022.

MORAIS, I. R. D.; ARAÚJO, M. A. A. de. **Territorialidades e Sociabilidades na Feira-Livre da Cidade de Caicó (RN)**. In_ Caminhos de Geografia n. 23 (17). p. 244-249, fev/2006. Disponível em <<http://www.seer.ufu.br/index.php/caminhosdegeografia>>. Acesso em 18 de jan. de 2022.

OLIVEIRA A. D. **Entrevista Semiestruturada**. Áudio 45m e 18s, 2022.

POLANYI, K. **A grande Transformação: as origens de nossa época**. Trad.: Fanny Wrobel, 2 ed. – Rio de Janeiro, Eselvier, 2012, p.342.

ROCHA, L. A; LOPES, E. F. **As categorias: região, comunidade e tradicional no contexto histórico do grupo social de Canabrava**. In_ PEREIRA, D; SANTO, E. J. P. (orgs.) *A Discursões interdisciplinares no campo das Ciências Humanas 2*. Ponta Grossa, PR: Atena, 2020.

ROCHA, L. A. **O Poder da Territorialidade: “o lugar da gente”, o território pesqueiro**. 177 f. Dissertação. Universidade Estadual de Montes Claros, Montes Claros, 2017.

ROSA, A. L. **Entrevista Semiestruturada**. 1º áudio 2m e 23s; 2º 13m e 19s; 3º 20m e 54s, 2022.

SANTOS, M. **Da totalidade ao lugar**. São Paulo: Edusp, 2008.

SANTOS, M. **O espaço dividido: os dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos**. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1979. (Ciências sociais).

SANTOS J. E.; SILVA, A. F.; SOARES, M. M.; BANDEIRA S. É. A. C. **Feira Livre como Lugar Privilegiado para a (Re)produção e (Re)invenção de Práticas Espaciais e Socioculturais Populares: a Feira Livre de Ceará-Mirim (RN)**. IN_ *Sociedade e Território, Natal*, v. 26, nº 1, p. 58 - 75, jan./jun. 2014. Disponível em: <<https://www.semanticscholar.org/paper/Feira-Livre>> Acesso em: 18 de jan.2022.

SANTOS, Z. S. **Entrevista Semiestruturada**. 1º Áudio 8m e 24s; 2º áudio 3m e 31s, 2022.

SCHIEBINGER, L. **O feminismo mudou a ciência?** Tradução Raul Fiker. Bauru: EDUSC, 2001,375p. Disponível em: <https://bibliotecaonlinedahisfj.files.wordpress.com/2015/03/schienbinger-2001.pdf>. Acesso em 18 de janeiro de 2022.

SILVA, H. M. S.; MIRANDA E. O.; JUNIOR, L. V. C. **Feira livre enquanto espaço de sociabilidade, trabalho e cultura: tramas e subjetividades na Feira de Acari.** In_ Cadernos de Ciências Sociais Aplicadas, Vitória da Conquista-BA ,n. 18, p. 273-290, 2014. Disponível em: < ://periodicos2.uesb.br> . Acesso em 26 de jan. 23.

SOUZA, D. H. B.; DANTAS, J. C.; MATIAS, T. B. de O.; MOREIRA, E. **Feira livre e cultura popular: espaço de resistência ou de subalternidade?** In_ Anais do VII Congresso dos Geógrafos do Brasil, 2014. Disponível em: < http://www.cbg2014.agb.org.br/resources/anais/> Acesso em: 10 de jan. de 2022.

Spink PK. 2001. **O lugar do lugar na análise organizacional.** Revista de Administração Contemporânea, 5:11-34. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/S1415-6552001000500002>

TUAN, Yi-Fu. **Espaço e lugar: a perspectiva da experiência.** 1930. Tradução de Livia de Oliveira. São Paulo: Difel, 1983.

Tylor EB. 1871. **Primitive culture.** New York: Dover Publications Inc., 464 p.

WOORTMANN, K. **Com parente não se neguecia. O campesinato como ordem moral.** In: Anuário Antropológico/87, Brasília: Editora UnB/Tempo Brasileiro, 1990.