

**A FEIRA-LIVRE COMO IMPORTANTE MERCADO PARA A AGRICULTURA FAMILIAR  
EM CONCEIÇÃO DO MATO DENTRO (MG)**  
*THE FREE FAIR AS AN IMPORTANT MARKET FOR FAMILY AGRICULTURE IN CONCEIÇÃO DO MATO  
DENTRO (MG)*

**Viviane Guimarães Pereira<sup>1</sup>, Tayrine Parreira Brito<sup>2</sup>, Samanta Borges Pereira<sup>3</sup>**

<sup>1</sup> Universidade Federal de Itajubá - vgpereira@yahoo.com.br

<sup>2</sup> Universidade Federal de Itajubá - tairine\_prospe@hotmail.com

<sup>3</sup> Universidade Federal de Lavras - samantaborges81@gmail.com

Recebido em 05 de Setembro de 2017; Aceito em 16 de Novembro de 2017.

**Resumo**

As feiras livres são um importante espaço de comercialização dos produtos da agricultura familiar, indo muito além disso: é também espaço de socialização, identidade regional e cultural e também de articulação política. Assim, este trabalho analisa a dinâmica da feira dos agricultores familiares do município de Conceição do Mato Dentro, Minas Gerais. Ao analisar a problemática dos produtores feirantes e seu relacionamento com outros atores sociais, procurou-se compreender os aspectos econômicos, através da representação na renda dos agricultores, na gestão autônoma dos feirantes, na movimentação da economia local e no seu potencial para fortalecimento e expansão, além dos aspectos socioculturais, nas relações de pertencimento estabelecidas neste espaço. Metodologicamente a pesquisa, de natureza qualitativa, utilizou-se de entrevistas, conversação e observação como instrumentos de coleta de dados, tendo por grupo de entrevistados feirantes, consumidores e comerciantes. Os resultados mostram que a feira gera trabalho e renda no campo, dinamiza a economia local e oferta a soberania e segurança alimentar para a população urbana, além de ser espaço privilegiado de organização e participação social.

Palavras-chave: Agricultura familiar. Feira livre. Renda. Comercialização. Espaço social.

**Abstract**

Free fairs are an important marketing space for family agriculture products, but more than that: they are also a space for socialization, regional and cultural identity and also for political articulation. Thus, this paper analyzes the dynamics of the free fair of family farmers in Conceição do Mato Dentro, Minas Gerais. In the analysis of the problematic about fair dealers and their relationship with other social actors, we tried to understand the economic aspects, from the participation in the income of the farmers, the autonomous management of the fair dealers, the impact in the local economy and the potential for strengthening and expansion, besides the sociocultural aspects and the relations of belonging established in this space. Methodologically, the qualitative research used interviews, conversation and observation as instruments of data collection, having a group of interviewed fair dealers, consumers and traders. The results showed that the free fair generates work and income for the people of the countryside, stimulates the local economy and offers sovereignty and food security for the urban population, besides being a privileged space of organization and social participation.

Keywords: Family farming. Free fairs. Income. Commercialization. Social space.

---

## Introdução

Este artigo discute a importância da feira livre de Conceição do Mato Dentro, em Minas Gerais, fazendo parte de uma pesquisa mais ampla relacionada com o projeto *Levantamento das potencialidades da agricultura familiar e agroecológica das comunidades rurais atingidas pela mineração*<sup>1</sup>, vinculado e financiado pela Cáritas Brasileira Regional Minas Gerais<sup>2</sup>, sendo realizado pelo Núcleo Travessia – Núcleo de Pesquisa, Extensão e Apoio ao Desenvolvimento Rural e Agricultura Familiar.

Conceição do Mato Dentro está localizada na Serra do Espinhaço, distante 167 km de Belo Horizonte, capital de Minas Gerais. Tem população total de 17.908 habitantes (IBGE, 2010), sendo 31% residentes na zona rural. Os estabelecimentos com agricultura familiar representam 81% do total de estabelecimentos agropecuários, acompanhando a média nacional. Já foi considerada a capital mineira do Ecoturismo e desde 2008 sofre com os impactos após incursão pela mineradora Anglo American. Os agricultores direta ou indiretamente afetados pelo empreendimento procuram formas de se reorganizar, na tentativa de minimizar os impactos da devastação sofrida pela prática da atividade minerária, tanto nos aspectos econômicos, quanto nos fatores socioambientais.

A feira pode representar um lugar de preservação das relações socioculturais, dos aspectos peculiares ao ambiente rural, da autonomia do (da) agricultor (a) e do fortalecimento dos laços e do saber local. Nesse contexto, os questionamentos referem-se aos aspectos econômicos, na representação na renda, na gestão autônoma dos feirantes, na movimentação da economia local e no seu potencial para fortalecimento e expansão, além dos aspectos socioculturais, nas relações de pertencimento estabelecidas neste espaço.

Pretende-se conhecer a dinâmica de funcionamento da feira-livre existente no município estudado. Os resultados apresentados poderão subsidiar as ações do poder público local e intervenções coletivas dos feirantes no sentido de fortalecer estes espaços tão importantes para a agricultura familiar e o desenvolvimento rural.

As feiras livres são um importante espaço de comercialização dos produtos da agricultura familiar, indo muito além disso: é também espaço de socialização, identidade regional e cultural e também de articulação política. Nas feiras há movimentação de produtos, pessoas, informações e cultura, numa dinâmica muito peculiar, que se misturam com a paisagem local.

A importância da feira também se dá na oportunidade de abastecimento de produtos de características locais, além de baratos e saudáveis, garantindo a soberania e a segurança alimentar, pois o consumidor sabe onde e como os alimentos foram produzidos e a segurança é garantida no valor acessível, na diversidade e no uso quase que nulo de agrotóxicos, o que serve como um impulsionador da agricultura familiar e o desenvolvimento rural em bases sustentáveis. Apesar de competirem com o comércio varejista, formado por mercados e supermercados, as feiras persistem e resistem, o que indica que além dos aspectos econômicos, elas trazem consigo aspectos de outras naturezas, como a social e a cultural.

Neste trabalho a feira livre é abordada como espaço relevante para a comercialização da produção da agricultura familiar no município de Conceição do Mato Dentro, Minas Gerais, bem como espaço onde seus representantes tecem suas teias sociais e culturais. Apresenta-se assim como uma contribuição para o vasto campo de pesquisa que busca compreender a complexidade desta categoria social que é o agricultor familiar.

Do ponto de vista metodológico, a pesquisa adotou métodos qualitativos e instrumentos de coleta de dados como entrevistas, conversação e observação. Este trabalho está dividido, além desta introdução: 1) na discussão teórica sobre as feiras-livres, 2) na metodologia da pesquisa, 3) nas análises feitas: o mercadão, a diversidade e a renda advinda da feira, e por fim, 4) nas considerações finais.

---

<sup>1</sup> Projeto registrado na Diretoria de Pesquisa e Inovação, da Pró-reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação da Universidade Federal de Itajubá, com apoio financeiro da Cáritas Brasileira – regional Minas Gerais.

<sup>2</sup> A Cáritas Brasileira é uma entidade de promoção e atuação social que trabalha na defesa dos direitos humanos, da segurança alimentar e do desenvolvimento sustentável solidário. A Cáritas Brasileira, fundada em 12 de novembro de 1956, é uma das 164 organizações-membros da Rede Cáritas Internacional presentes no mundo. Mais informações em <<http://caritas.org.br/>>

## A pesquisa de campo: metodologia empregada

A metodologia desta pesquisa foi orientada pelo trabalho de Ribeiro (2007), denominado “Feiras do Jequitinhonha: mercados, cultura e trabalho de famílias rurais no semiárido de Minas Gerais”, resultado de anos de pesquisas sobre feiras livres na região do Jequitinhonha que contribuíram para as políticas públicas de desenvolvimento rural na região.

Para compreender o universo de pesquisa utilizou-se de metodologia qualitativa, pautada na observação e participação na feira. A pesquisa teve por tema 1) o feirante; 2) o espaço da feira; 3) o consumidor e 4) o comércio urbano. Assim, o grupo de entrevistados foi composto de feirantes, consumidores e comerciantes.

O feirante foi o centro da pesquisa, realizada através de questionário que abordasse a importância da feira para a renda familiar, além da produção e os tipos de produtos. Sobre o espaço da feira, buscou-se analisar a infraestrutura e vantagens e desvantagens de participar deste ambiente. Com relação aos agricultores feirantes foram realizadas entrevistas com toda a população.

A pesquisa com os consumidores abordou a relação entre a feira e o abastecimento doméstico, a regularidade nas feiras e suas visões sobre os problemas e as vantagens. Para analisar os consumidores foi feita a distinção entre consumidores e frequentadores. Os frequentadores diferem dos consumidores, pois são aqueles que estão presentes na feira, mas não consomem naquele dia. Contudo, o frequentador de um dia pode vir a ser consumidor em outro dia e vice-versa. Nesta parte da pesquisa foram diferenciados os frequentadores – aqueles que vão com outros objetivos, como por exemplo, ver amigos, dar recados, negociar animais ou terrenos, etc. – e os consumidores – aqueles que vão comprar produtos. A soma de consumidores e frequentadores representa o total de pessoas que circulam pela feira.

Para contabilizar o total de pessoas que circularam nas feiras, foram distribuídas tarjetas com cores diferentes para os consumidores – aqueles que saíam com algum produto em mãos – e os frequentadores, que saíam sem carregar produtos. Para isso foram colocados dois pesquisadores na entrada do mercado municipal de Conceição do Mato Dentro para distribuírem as tarjetas com a mensagem “Prestígio a feira de sua cidade”. Essa técnica teve como objetivo registrar o fluxo da feira, contudo ela apresenta algumas imperfeições que precisam ser destacadas.

- A pesquisa no mercado foi feita no sábado, dia em que o fluxo é relativamente menor do que na sexta feira, devido ao fato de alguns feirantes já terem vendido todos os seus produtos (ou ainda os melhores produtos) no dia anterior;

- Consideram-se como frequentadores as pessoas que consomem no próprio mercado, como alimentos prontos e bebidas, ou que consomem produtos pequenos como fumo e temperos e são colocados nos bolsos ao invés de utilizar sacolas. Nesses casos, essas pessoas não são contabilizadas como consumidores.

- Não contempla a flutuação da produção ao longo do mês, dado que no início do mês o fluxo é maior, e declina na chegada do fim do mês. Vale destacar que a pesquisa foi realizada nos dias 20 e 21 de maio.

Portanto, os números apurados indicam um número médio, num período específico, tanto de consumidores quanto de frequentadores.

A pesquisa no comércio local levantou informações sobre a relação entre a feira e o comércio urbano e a sistemática de compra dos feirantes. Foram realizadas entrevistas, através de questionário, junto aos responsáveis pelos estabelecimentos comerciais, principalmente aqueles no entorno do espaço da feira, para compreender o impacto que ela produz no movimento do comércio local. Foram entrevistados os responsáveis por estabelecimentos do tipo armazém e supermercado, bem como comércio de roupas, sapatos, tecidos, farmácias, lojas de material de construção, padarias, lanchonetes. É preciso destacar uma questão importante, que aponta para um limite da pesquisa: ela foi realizada num período específico do ano, durante o mês de junho, e com isso não serão compreendidas as possíveis e inevitáveis flutuações ao longo das estações e do ano, que fazem mudar o tipo de atividades das unidades familiares, o que naturalmente altera, mesmo que parcialmente, a oferta de produtos.

## As feiras-livres como espaço de reprodução social para a agricultura familiar

O campesinato, sob um olhar econômico, pode apresentar duas características fundamentais: a integração parcial aos mercados e o caráter imperfeito destes mercados. Primeiramente, esta noção de “integração parcial” pode ser entendida em um agricultor jogando com as condições de mercado, optando por vender ou consumir os seus próprios

---

produtos, se a situação dos preços cumprir sua expectativa ou não. Em segundo lugar, o que caracteriza este “mercado imperfeito” são as diferentes capacidades de compra dos consumidores, os produtos que não são homogêneos, as vantagens e desvantagens dos pontos de vendas, além de fatores extra mercado que interferem no mesmo. Assim sendo, para Abramovay (1992), o que diferencia este agricultor de um outro comerciante comum é que, caso o mercado não lhe seja adequado, a alimentação da sua família não estará comprometida.

O meio pelo qual se integra aos mercados faz do agricultor familiar a representação mais moderna do sujeito camponês. Essa resignificação ocorre pois, de acordo com Wanderley (2003, p. 43-44), “a agricultura familiar corresponde a uma certa camada de agricultores, capazes de se adaptar às modernas exigências do mercado em oposição aos demais “pequenos produtores”, incapazes de assimilar tais modificações”.

Graças a essa visão pode-se considerar a capacidade de resistência e de adaptação dos agricultores aos novos contextos econômicos e sociais, tal qual sua inserção nos mercados. Ainda que integrado aos mercados, segundo a autora, o fato de permanecer o seu caráter familiar não é anódino e tem como consequência o reconhecimento de que a lógica familiar, cuja origem está na tradição camponesa, não é abolida; ao contrário, ela permanece lhe inspirando e orientando as novas decisões que o agricultor deve tomar nos novos contextos a que está submetido.

Ressalta-se que apesar da hibridização cultural no meio rural, muitos costumes ainda permanecem, incorporados em uma nova lógica, como as produções de queijos e geleias, feitos outrora para consumo familiar e hoje, frequentemente produzidos para a venda, mantendo-se o costume e mudando a lógica da produção (OLIVEIRA, 2014).

As feiras-livres são um importante canal de comercialização para a agricultura familiar, de relevância irrefutável, em que apresentam uma verdadeira teia de relações fazendo delas lugar social de trocas não apenas materiais, mas também, imateriais (sociais, históricas e culturais). São espaços públicos e lugares de interação onde diferentes racionalidades, para além da econômica, tais como a comunitária, a religiosa, a familiar e a societária se influenciam mutuamente, com imenso potencial para a reprodução social.

Para Michellon et al (2008), seria justamente essa possibilidade de reprodução social, entre produtor e consumidor, que permite explicar a persistência das feiras-livres em contraponto aos modernos mercados atuais de varejo. A permanência das feiras e sua sobrevivência ao tempo e ao espaço, é fruto não apenas de sua relevância econômica, mas principalmente do ambiente social que representa:

Se este mercado elementar, igual a si próprio, se mantém através dos séculos é certamente porque, em sua simplicidade robusta, é imbatível, dado o frescor dos gêneros perecíveis que fornece, trazidos diretamente das hortas e dos campos das cercanias. Dados também seus preços baixos, pois esse mercado elementar, onde se vende sobretudo ‘sem intermediários’, é a forma mais direta, mais transparente de troca, a mais bem vigiada, protegida contra embustes (BRAUDEL, 2009, p. 15).

Não apenas em estudos acerca da sobrevivência das feiras, mas também em trabalhos que a exploraram como meio de troca material e imaterial para a agricultura familiar, encontram-se recentes trabalhos que abordaram a temática. Outras pesquisas que antecederam a elaboração deste trabalho acerca do tema feira-livre, como por exemplo o de Godoy e Anjos (2007), buscaram ressaltar que as feiras têm desempenhado um papel bastante importante na consolidação econômica e social, especialmente da agricultura familiar sob o ponto de vista do feirante, representando também um espaço público, socioeconômico e cultural, extremamente dinâmico e diversificado sob o ponto de vista do consumidor.

Ao estudar as feiras-livres do Jequitinhonha, em Minas Gerais, Ribeiro (coord.) (2007) aponta que seriam estas umas das instituições mais sólidas no território mineiro. Além disso, o autor constata que os agricultores feirantes são beneficiados porque vendem uma produção que não entraria em outros mercados, já que sua pauta produtiva é muito associada à cultura alimentar local. Estas feiras são mais que pontos de comercialização da agricultura familiar. Nelas circulam além de bens, as pessoas e suas bagagens culturais; além de pontos de vendas, representam as feiras-livres encruzilhadas entre a economia e a cultura, retratos totais dessas sociedades rurais, lugares muitas vezes de encontro e articulação política, que são espaços vitais para os muitos agricultores familiares feirantes da região.

Feiras livres são componentes essenciais na vida de municípios rurais e dos agricultores que os abastecem. Têm, sempre, características marcadamente locais, associadas à cultura e às tradições dessas comunidades. [...] Os feirantes ocupam espaços bastante reservados para suas trocas periódicas, que não são regulados somente pelas normas que vigoram nos grandes mercados, mas pautados pela particularidade, pela solidariedade, pela informalidade que resultam da sedimentação histórica dessas relações locais (RIBEIRO, 2007, p. 57).

No estudo acerca das organizações de agricultores e produtores rurais de Ijuí/RS, Lemes e Basso (2009, p. 19) constataram que as entidades surgidas a partir destes grupos, principalmente aqueles organizados quase que naturalmente para a venda nas feiras-livres, possuem um potencial emancipatório que deve ser incentivado.

Tal incentivo possibilitaria uma maior autonomia destes grupos sociais frente ao mercado, que não tem preocupações com setores de menor inserção econômica e também frente ao Estado, “na medida em que deixam de ser vistos apenas na condição de ‘clientes’ das benesses públicas e passam a ser construtores de políticas públicas, contribuindo de maneira geral para a democratização do espaço e a universalização de ações de desenvolvimento mais inclusivas”.

Outros trabalhos buscaram indicar também soluções para o incentivo da comercialização de agricultores familiares nas feiras-livres. Em estudo de caso realizado na cidade de Turmalina-MG, Ribeiro et al (2003) apontam para fatores que poderiam servir de base para o direcionamento de políticas públicas ao segmento das feiras-livres locais, como por exemplo, o estímulo ao consumo de produtos locais, divulgação regional das feiras de agricultores familiares, capacitação e aprimoramento do crédito aos agricultores e, principalmente, apoio no transporte dos feirantes e de seus produtos, fator imprescindível para ampliar o número de agricultores beneficiados pela comercialização nas feiras-livres realizadas no meio urbano.

Desta maneira, por mais que haja tentativas de se implementar novos mercados para a agricultura familiar, é notória a importância da feira-livre enquanto tradicional meio de trocas, materiais e imateriais. Embora receba críticas enquanto mercado concreto e seguro para a agricultura familiar, seja pelas intempéries da natureza, seja pela oscilação de preços, como apontado por Buainain (2006), há que se pensar que estes riscos podem estar presentes em quaisquer outros mercados, corporativos ou institucionais.

Constata-se, principalmente através de Ribeiro (2007), que mesmo sendo tão “constantes e barulhentas”, as feiras acabam se diluindo na paisagem local, rotuladas de maneira insignificante, cujo movimento se volta para uma economia informal:

É por isto que se pode afirmar que as feiras recebem uma atenção que fica muito aquém do movimento econômico que anima, e suas vendas costumam ser consideradas pequenas, e efetivamente serão, se forem comparadas aos negócios que acontecem na cadeia produtiva da soja ou do leite. A pequenez, porém, é um conceito muito relativo. [...] As feiras geram receitas que dinamizam esses municípios, criam e colocam em circulação recursos que alimentam a população urbana e contribuem para a soberania alimentar. As feiras livres beneficiam aos agricultores, ao comércio urbano e aos consumidores (RIBEIRO, 2007, p. 56).

É graças às feiras-livres que muitos agricultores são beneficiados, vendendo sua produção que dificilmente entraria em outros mercados. São feiras de grande importância para a reprodução dos valores locais, a inclusão produtiva dos agricultores, o abastecimento de cidades pequenas, longe das rotas de distribuição de alimentos e o aquecimento da economia urbana, resultado das compras dos feirantes.

A dinamização da economia local pelo poder público – neste caso, através das feiras - deve buscar a sustentabilidade e a essência das características locais. Estratégias de desenvolvimento nessa direção podem valorizar o lugar, fomentando a identidade cultural (CARPEGEANI & FILHO, 2009).

---

Ribeiro (2007) complementa que ainda que haja atuação direta de organizações não governamentais (ONGs) e agências públicas no estímulo às esferas sociais e produtivas, raramente as feiras-livres se tornam assunto para programas de geração de renda ou até mesmo de desenvolvimento rural.

### **A feira-livre em Conceição do Mato Dentro: importante espaço de trocas materiais e imateriais**

Em Conceição do Mato Dentro, a feira é tradicional e se configura como um espaço de trocas múltiplas. Ela apresenta uma racionalidade econômica própria e é o local onde as famílias agricultoras apresentam, com esmero, os produtos de seu trabalho.

A feira de Conceição do Mato Dentro acontece no mercado municipal, regularmente às sextas feiras e sábados, e remonta cerca de mais de 60 anos. Muitos feirantes ocupam os mesmos espaços que seus pais ocupavam. Esta tradição pode ser percebida através do sentimento de pertencimento dos feirantes, que falam com orgulho e apreço sobre como se sentem parte do local. Contudo, o espaço do mercado é insuficiente para todos, permanecendo alguns do lado de fora, vendendo seus produtos no entorno do mercado.

Os feirantes participantes são originários de diferentes comunidades no município - Várzea do Lambari, Tabuleiro, São Sebastião do Bom Sucesso, Coqueiros (perto da divisa de Congonha do Norte), Dourado, Rio Preto, Itacolomi, que também aproveitam o dia da feira para acessarem serviços que só podem ser encontrados no centro urbano, principalmente o hospital, mas também a farmácia, a prefeitura e o sindicato dos trabalhadores rurais.

Alguns feirantes são antigos moradores da zona rural que hoje residem na sede de Conceição do Mato Dentro e produzem na cidade, comercializando os produtos na feira. Com exceção daqueles que vivem na sede do município, a distância entre as comunidades dos agricultores feirantes e a sede do município, onde localiza-se o mercadão, é de 12 km para a mais próxima e 67 km para a mais distante. Neste aspecto desponta um problema: a inexistência de transporte gratuito para os feirantes, não fazendo parte das ações, nem sistemáticas nem pontuais, do poder público para favorecer a feira. A ausência de transporte gratuito é um dos principais problemas enfrentados pelos agricultores feirantes, pois além do deslocamento deles próprios, tem o peso dos alimentos e produtos que serão levados para venda na feira. Em muitos municípios do Vale do Jequitinhonha as prefeituras estabelecem rotas de deslocamento de ônibus ou caminhões para o transporte gratuito dos feirantes (Ribeiro, 2007), o que promove a superação na dificuldade com o deslocamento. No caso dos feirantes de Conceição do Mato Dentro, o uso do transporte coletivo, pago, é o mais comum, realizado por 45% deles.

A maior parte dos/as feirantes é do sexo feminino, 73%, destacando a importância das mulheres agricultoras na atividade de comercialização através da feira. Para Gomes; et al. (2016) a participação feminina estabelece uma relação maior de confiança do consumidor e contribui também para o reconhecimento de que os alimentos são realmente saudáveis. Desta forma, de acordo com Anacleto; Coelho; e Curvelo (2016, p.2) “as feiras livres desenharam um novo panorama nas atividades relacionadas ao contexto rural, dado que possibilitou além de escoar a produção, a criação de um cenário onde as mulheres rurais assumiram importante papel no protagonismo das famílias”, gerando renda, negociando e desenvolvendo um papel economicamente estratégico para família. As pesquisas de Garcia (1992) sobre a presença das mulheres nas feiras do Nordeste, espaço tradicionalmente masculino, permite afirmar que a restrição do espaço de trabalho feminino no campo doméstico está sendo questionado. A compreensão mais ampla sobre predomínio da mulher na feira precisa de aprofundamentos de pesquisa. Contudo, os primeiros apontamentos mostram que este espaço pode se configurar como uma possibilidade de autonomia para as mulheres, ratificando o seu importante papel no desenvolvimento rural.

A média de idade é de 59 anos, o que explica o elevado percentual de aposentados/as: 27% dos/as feirantes entrevistados/as são aposentados/as e 36% possuem um/a aposentado/a na residência (marido, esposa, irmão). Por ser uma população mais idosa se observa um percentual elevado de pessoas que não frequentaram a escola, chegando a quase 45%, sendo que dentre a população que possui leitura, a maioria esteve somente na primeira etapa do ensino fundamental. As melhores épocas de venda são nos feriados e nas festas, principalmente a festa do Jubileu (junho), quando tem gente de fora da cidade que não conhece os produtos e deseja experimentar. Contudo, para alguns entrevistados, no período de festas, de maio a junho, vende-se quase a mesma coisa do que se vende no resto do ano. Outro grupo percebe algumas diferenças de venda, dependendo do dia, mas sem precisão de época. O percentual de venda é o mesmo durante o ano todo para 20% dos feirantes entrevistados.

A festa do Jubileu<sup>3</sup> é a maior festa da cidade, realizada há 230 anos. Em 2015, no evento de recepção da Cavalgada, aproximadamente 07 mil pessoas estiveram presentes. Além disso, Conceição do Mato Dentro recebe turistas durante o ano, sendo considerada a capital mineira do Ecoturismo. Divulgar e fomentar a feira-livre do mercado municipal enquanto espaço cultural pode ser uma possibilidade de geração de renda tanto para os feirantes quanto para o comércio local.

O público frequentador da feira são os moradores da sede de Conceição do Mato Dentro e alguns turistas, principalmente quando se tem festa na cidade. O turismo é uma atividade presente no município, sendo que a própria prefeitura considera Conceição do Mato Dentro uma capital do ecoturismo no estado de Minas Gerais. Os compradores são, na maioria das vezes, variáveis (63% percebem variação dos consumidores), mas alguns feirantes informam que mesmo assim, conhecem muita gente. Os feirantes que têm clientes fixos representam 36% e também informam que recebem gente de fora e que conhecem todo mundo.

Apesar do bom movimento da feira, há, entretanto, sobra de produtos para 90% dos feirantes. As estratégias de aproveitamento da produção remanescente envolvem doações dos produtos perecíveis, “para pessoas que necessitam”, para o hospital, para familiares que moram na cidade. Os feirantes consomem alguns produtos e outros acabam sendo jogados fora, pois, por não haver transporte, há dificuldade de levar de volta. Alguns ainda vendem para a igreja ou para outras encomendas. Os produtos que não são perecíveis são guardados no próprio mercado ou são levados de volta.

Durante a pesquisa foram contabilizados 170 consumidores e 107 frequentadores, num total de 277 pessoas que circularam durante as cinco horas de movimento. Sobre a frequência com que eles visitam a feira, 73% disseram participar toda semana ou sempre e 27% disseram frequentar de 1 a 3 vezes por mês ou ainda, sempre que podem. O gasto médio na feira é de R\$ 52,00 havendo, contudo, muita variação entre os consumidores e pelo mesmo consumidor também. O menor valor informado foi de R\$ 15,00 e o maior foi “R\$ 200,00 ou mais”. Predomina-se a compra de hortaliças e frutas (verduras e banana), seguido dos produtos beneficiados, com destaque para o queijo, seguido das farinhas e quitandas, além da rapadura e do colorau que também foram mencionados.

Ao opinarem sobre a qualidade dos produtos vendidos na feira, 87% dos entrevistados usaram de adjetivos positivos para os definirem, tais como: bem melhores, bons e de aparência agradável, sem agrotóxico, de primeira, excelentes, natural, saudáveis, frescos e de boa qualidade. Os consumidores consideram que a feira tem os melhores produtos, os mais naturais e sem agrotóxicos. Os aspectos negativos foram apresentados por 13% dos entrevistados, principalmente com relação à desorganização na exposição dos produtos, principalmente das carnes, por não possuírem sistema de refrigeração, o que faz com que os consumidores deixem de comprar.

Para parte dos consumidores há produtos que só podem ser encontrados na feira, como as quitandas, o arroz vermelho e o colorau, estes produtos fazem parte de um consumo alimentar local, e isso é um diferencial da feira. Há, pois, um caráter cultural latente. Mesmo que o comércio local ofereça produtos semelhantes aos da feira, muitos consumidores reconhecem este espaço para além de um local de compra e venda (“o que tem aqui tem lá, mas a feira lembra minha infância”).

Os comerciantes locais, que se localizam no entorno do mercadão, consideram positivos os efeitos da feira sobre suas vendas, principalmente os proprietários de armazéns e mercados. Alguns estabelecimentos não percebem influência da feira, haja vista que os feirantes não se sentem à vontade para frequentar determinados lugares: “o pessoal da roça é muito humilde, ficam constrangidos às vezes de entrar”.

Mesmo aqueles que não conseguem precisar sobre o aumento de suas vendas, entendem que a feira atrai mais gente para o local, o que acaba por trazer mais clientes para seus estabelecimentos. A boa relação entre a feira e o comércio entorno corrobora as afirmações de Moraes e Araújo (2006), em suas análises da feira de Caicó (RN). As sociabilidades são tecidas pelas suas capacidades de estabelecerem laços com outros personagens, tramando concatenações e con-

---

<sup>3</sup> O Jubileu do Senhor Bom Jesus do Matozinhos é realizada desde o ano de 1787, no período de 13 a 24 de junho. Nessa época, a cidade se transforma com a vinda de milhares de romeiros e com intensa movimentação de fiéis e de comerciantes que se instalam na colina do Santuário durante a festa, para agradecer ou implorar graças ao Bom Jesus. A festa, embora tenha também conotação social e comercial decorrente do fluxo de romeiros e visitantes, conserva seu caráter religioso. Há missas e exposição do Santíssimo Sacramento durante 11 dias, sendo que no último a imagem sai em procissão. Ver Prefeitura Municipal de Conceição Do Mato Dentro (2007).

---

vivências harmoniosas.

Os aspectos positivos da feira foram apresentados por mais de 60% dos comerciantes entrevistados, sendo eles: o comércio de produtos provenientes da agricultura familiar e que não são encontrados com frequência em supermercados (biscoito de polvilho, farinha de mandioca), qualidade dos produtos (melhores que os produtos do supermercado), produtos saudáveis, produtos naturais, produtos orgânicos foram os adjetivos usados para demonstrar as particularidades dos produtos da feira. A importância da feira ganha visibilidade na medida em que se é destacada a qualidade e o caráter especial dos produtos. Retomando Braudel (2009), este tipo de mercado como a feira, se mantém pelo 'frescor dos gêneros perecíveis', pela venda sem intermediários, sendo a forma mais transparente de troca. Um comerciante, proprietário de um mercado, mencionou que faz a compra de hortifrutigranjeiros na feira para revender em seu estabelecimento, relatando que os produtos da feira são melhores que os dele (adquiridos no CEASA). Portanto, a feira é vista não somente como espaço de comercialização, mas influenciado por dimensões qualitativas de confiança, de relações, de trocas.

Além disso, é um espaço de encontro com os amigos, de troca de informações, saberes e experiências. É assim um ambiente bastante dinâmico de trocas, de diversão, lazer e de acordos diversos.

### **A diversidade da feira**

Os produtos ofertados na feira demonstram a ampla diversificação produtiva da agricultura familiar da região: produtos da agricultura, como as frutas e as hortaliças, produtos transformados, que recebem tratamento e processamento, como farinhas, doces, quitandas, queijos, temperos, e animais vivos e carnes de animais. Esta diversificação na produção garante a participação na feira de maneira regular.

Pelo fato de não se concentrarem na produção de culturas perenes, não estão sujeitos a vender somente uma vez ao ano. Existe, assim, uma regularidade na frequência à feira, já que conseguem garantir uma oferta ininterrupta que advém da diversidade da produção e do beneficiamento de seus produtos através de suas indústrias domésticas. Eles vendem, compram e barganham durante a feira.

A origem da produção vem do trabalho da família, sendo a produção própria absolutamente majoritária. Para 45% dos feirantes, a produção vem somente da própria família. Os agricultores vendem uma significativa diversidade de produtos: produtos advindos das hortas, dos seus pomares, bem como os produtos de suas indústrias domésticas rurais, principalmente a farinha de mandioca, os diversos doces, queijos e requeijão. Aqueles que vendem produtos "de outros", na realidade vendem "para outros" (vizinhos, compadres, parentes).

Com isso percebe-se a diversificação da produção familiar, que reduz os riscos e amplia o leque de fregueses, e demonstra também o quão é difícil mensurar a renda dos agricultores.

Os critérios de decisão para escolher os produtos a serem levados para a feira são: o que conseguiu produzir (63%) e os produtos mais bonitos (36%), levando um pouco de tudo, sendo que a quantidade e a qualidade são definidas da mesma forma. Estes cuidados fazem com que o produtor seja reconhecido pela qualidade de seus produtos, garantindo a freguesia.

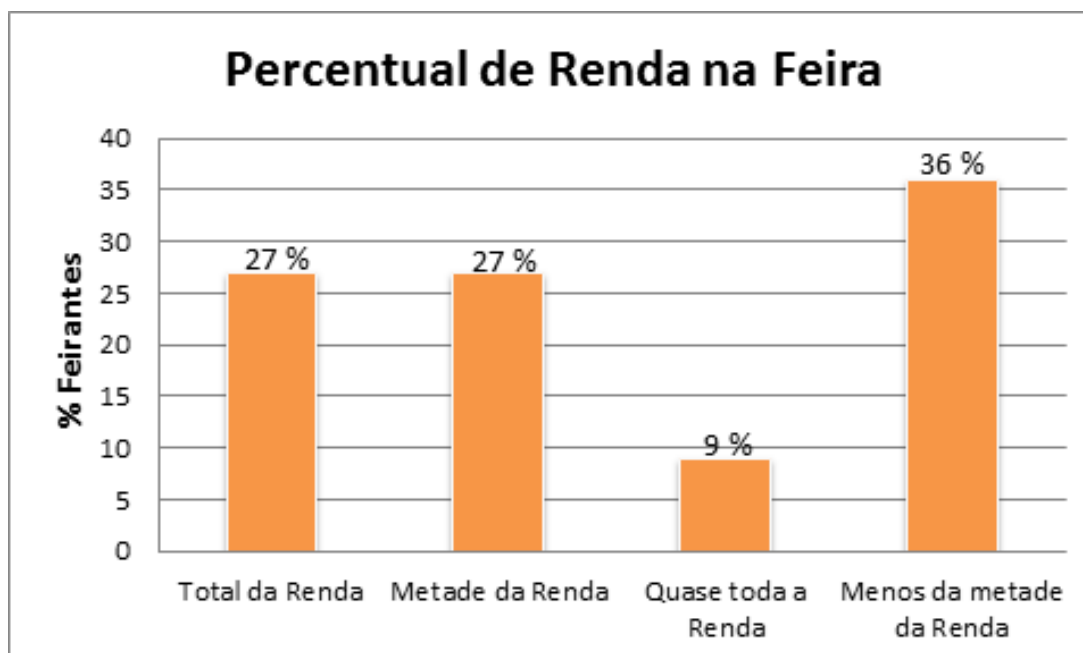
Os produtos são precificados sobre diversos critérios: pelo tamanho, analisam os gastos (quantidade e qualidade) e acompanham os preços dos mercados. Há preocupação de não oferecerem produtos caros. Uma feirante disse que vende sempre baratinho porque não adianta colocar preço caro, pois não vende. Alguns decidem o preço na hora e outros mantêm sempre o mesmo preço. Produtos com maior valor agregado geram receitas mais elevadas, como os produtos da indústria doméstica rural. A farinha é vendida um pouco mais cara, pois é reconhecidamente melhor e o consumidor paga o preço.

Os preços variam para menos no final da feira para diminuir as sobras e perdas dos produtos que estragam (verduras e bananas, por exemplo). Os produtos do sábado também são mais baratos, para alguns feirantes, já que são as sobras da sexta-feira. Há variação de preço durante o ano para 27% dos feirantes. O queijo é mais caro de maio a setembro, por causa da seca. Dependendo da época, algumas coisas são mais difíceis encontrar, então elas ficam mais caras. Se algum produto que eles usam na produção encarecer, eles também precisam aumentar os preços. Os preços são considerados menores que os do comércio para 47% dos consumidores entrevistados e maiores para 20%, sendo que um deles disse que "às vezes é mais caro, mas vale a pena por ser sem veneno".



## A renda da feira

A feira é reconhecidamente um espaço importante de geração de renda para os agricultores, sendo que a pesquisa revelou a composição das receitas destes feirantes, conforme a Figura 2.



Fonte: Autores (2017)

É importante destacar a dificuldade de se aferir a renda dos agricultores, devido a diversidade de fontes monetárias (rendas de programas compensatórios, serviços prestados, vendas da produção, aposentadorias e pensões), a diversidade e difícil mensuração da produção para o autoconsumo ou devido à própria sazonalidade da produção. Portanto, qualquer tentativa de levantamento quantitativo da renda de agricultores é limitada.

A renda da feira foi a que propiciou a muitos dos feirantes que compuseram a pesquisa “criar os filhos”, sendo fundamentais nas estratégias familiares. Mas embora a feira melhore o ingresso em dinheiro nestas famílias, ela não representa forma de acumulação, mas sim de melhora no autoconsumo, isto porque a motivação econômica deste sujeito social não é a da conduta especulativa, o que não quer dizer, por sua vez, que alguns não gerem excedentes, mas neste caso há uma forte tendência ao reinvestimento com fins produtivos ou investido na propriedade.

Os feirantes gastam grande parte de suas vendas na própria feira ou em compras no comércio local no dia da feira. Os principais produtos adquiridos são: fubá, óleo, biscoito, pão, arroz, feijão, açúcar e carne. Suas despesas principais são para manter a casa: mais de 80% dos feirantes usam a renda da feira para comprar alimentos e outros gastos da casa, incluindo as contas.

Os feirantes consomem parte de sua renda, não somente aquela advinda da feira, principalmente em comércios do tipo armazém e supermercado. Nestes estabelecimentos eles adquirem principalmente alimentos seguidos por produtos de limpeza. Utilizam-se de estabelecimentos que oferecem serviço de pagamento, para este objetivo e também para realizar recarga de celular. Nos comércios de roupas, sapatos, tecidos, etc., compram mercadorias de cama, mesa e banho, chinelo, camisas e peças de pano.

Encontrou-se outra forma de comercialização, já bastante incomum diante do crescimento das cidades e dos movimentos de urbanização, que é a barganha, um arranjo bastante específico de negócio, decorrentes da pouca circulação monetária, em que os bens não são trocados por moedas, mas por outros bens. O armazém localizado em frente ao mercado e com grande variedade de produtos é bastante frequentado pelos agricultores feirantes e faz a barganha dos produtos do armazém pela produção trazida pelos feirantes.

---

## Considerações Finais

Com base na pesquisa realizada na feira, bem como realizada com famílias agricultoras no município, foi possível compreender sua importância histórica econômica e cultural para o município de Conceição do Mato Dentro. Trata-se de um espaço regido por outras lógicas econômicas: são outros modos de se lidar com a qualidade do produto, com o preço, com aquilo que não se consegue vender. Não é a lógica meramente mercantil. Na feira não acontece somente a comercialização, embora seja importante na renda do agricultor familiar, representando a metade de suas rendas ou mais para a maioria dos feirantes, permitindo-lhes complementar suas necessidades. As famílias constroem fonte de renda na feira.

A feira-livre em Conceição do Mato Dentro é lugar onde também se configuram relações sociais de identidade. Os feirantes que ocupam este lugar, ocupado outrora por seus pais, exprimem o afeto com a feira, para além da geração de renda. Essa relação de envolvimento reflete-se na confiança estabelecida entre os frequentadores e consumidores, que comparecem à feira e consomem seus produtos, pois reconhecem as singularidades da qualidade da produção do feirante.

Nas sextas e sábados, o Mercado Municipal é lugar de encontro de diversas comunidades rurais e delas com os moradores da cidade. É um espaço de circulação de mercadorias, de histórias, de culturas, de informações e de vida. Nesses dias, movimenta-se a economia local, já que os feirantes aproveitam para usar os serviços da cidade e fazer compras e os consumidores da feira servem-se também do comércio adjacente.

Há nela produtos exclusivos, como as quitandas, o arroz vermelho e o colorau, próprios do consumo alimentar local. Há, pois, um caráter cultural latente neste espaço. Mesmo que o comércio local ofereça produtos semelhantes, muitos preferem comprar na feira, pois ela remete à história pessoal dos moradores e frequentadores.

Os limites internos do mercado já não são suficientes para abarcar todos os feirantes e o comércio tem se alastrado também nos seus arredores. A expansão e valorização da feira livre poderia ser dar pela disseminação de sua importância como espaço de cultura e identidade regionais, com o apoio do poder público e dos agentes locais, provocando maior integração com a comunidade, tornando o espaço aprazível a outros públicos, como os turistas e outros visitantes. A presença da mulher é predominante, seja como consumidora, seja como feirante. Quaisquer conclusões nesse sentido seriam por demasiado precipitadas. Contudo, o protagonismo feminino neste espaço merece aprofundamentos de pesquisa e análise, para compreendê-lo como espaço de conquista e autonomia das mulheres rurais.

Espaço tão importante e também negligenciado muitas vezes pelo poder público, que deveria criar políticas de fortalecimento da feira-livre, ampliando e garantindo o acesso a ela. A falta de transporte público e gratuito pode ser apontado como um entrave, mas não o único: o espaço também não comporta todos os feirantes, as condições da infraestrutura do mercadão são deficientes, a feira que é preterida quando outros eventos são marcados no espaço do mercadão. Enfim, obstáculos que poderiam ser parcialmente resolvidos com intervenção pública em favor dos agricultores feirantes.

Por fim, este artigo teve o propósito de reafirmar a importância da feira livre, sua viabilidade como canal de comercialização da agricultura familiar e a necessidade de inseri-la na pauta de programas de desenvolvimento rural. O argumento oferecido é que a feira gera trabalho e renda no campo, dinamiza a economia local e oferta a soberania e segurança alimentar para a população urbana, além da dimensão sócio cultural, já que é espaço privilegiado de organização e participação social, além de trocas de conhecimentos e informações.

Agradecimentos: à Cáritas Brasileira Regional Minas Gerais pelo apoio e financiamento desta pesquisa.

## Referências

- ABRAMOVAY, R. **Paradigmas do capitalismo agrário em questão**. Campinas: Editora da Unicamp, 1992.
- ANACLETO, A.; COELHO, A. P.; CURVELO, E. B. C. As mulheres empreendedoras e as feiras livres no litoral do paraná. **Faz Ciência**, v. 18, n. 27, jan/jun de 2016 – p. 118-139.
- BRAUDEL, F. **O jogo das trocas. Civiliza o material, economia e capitalismo: século XV-XVIII**. São Paulo, Martins Fontes, 2009.
- BUAINAIN, A. M.; em colabora o com SOUZA FILHO, H. M. de. **Agricultura familiar, Agroecologia e Desenvolvimento Sustentável: Questões para Debate**. 1 ed. Brasília: IICA, 2006.
- CARPEGEANI, C. B. F.; FILHO, C. B. R. Caminho das Tropas: A Importância da preserva o histórica e cultural como meio de preserva o ambiental no Vale do Paraíba. **Revista Ciências Humanas**. Taubaté, SP, v. 1, n. 1, 2009.
- GARCIA, M. F. O segundo sexo do comércio: camponesas e negócio no Nordeste do Brasil. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, n. 19, p. 84-102, 1992.
- GODOY, W.; ANJOS, F. S. A importância das feiras livres ecológicas: um espaço de Trocas e saberes da economia local, In: Resumos do II Congresso Brasileiro de Agroecologia. **Rev. Bras. Agroecologia**, v.2, n.1, fev. 2007. Cruz Alta, 2007.
- GOMES, M.; LUCENA, E. A. R. M.; MANDARINO, A. C. S.; GOMBERG, E. Empoderamento da mulher através de feiras agroecológicas na cidade de Ilhéus, Bahia/Brasil. 2016. In: **Forum Sociológico. Série II**. CESNOVA, 2016. p. 65-73. Acesso em: 29 jul. 2017.
- IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo Demográfico**. 2010.
- LEMES, F. R. M.; BASSO, D. Economia Solidária e Desenvolvimento Local: agricultores Familiares Feirantes e Associa es de Catadores. In: **XII Conferência Anual da Associa o Internacional para o Realismo Crítico**. Niterói: UFF, 2009.
- MICHELLON, E.; COSTA, T.; STR HER, G. J.; CAMACHO, L. S.; PEREIRA, P. S. Rede de Dinamiza o das Feiras da Agricultura Familiar – REDifeira: Uma alternativa para a inclusão socioecon mica das famílias rurais. In: **XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administra o e Sociologia Rural**. Rio Branco: Anais, 2008.
- MORAIS, I. R. D; ARAÚJO, M. A. A. Territorialidades e Sociabilidades na Feira-Livre da Cidade de Caicó (RN). **Revista Caminhos de Geografia**. Uberlândia, MG, v. 23, n. 17, fev/2006, p. 244 – 249.
- OLIVEIRA, E. Agricultura Familiar e sua Identidade Cultural no Espaço Rural. **Revista Ciências Humanas**. Taubaté, SP, v. 7, n 2, p. 173-188, jul-dez/2014.

---

PREFEITURA MUNICIPAL DE CONCEIÇÃO DO MATO DENTRO. **Plano de Desenvolvimento Sustentável Município de Conceição da Mato Dentro**. Conceição do Mato Dentro: PMCMD, 2007.

RIBEIRO, E. M. (coord). **Feiras do Jequitinhonha: mercados, cultura e trabalho de famílias rurais no semi-árido de Minas Gerais**. Fortaleza: Banco do Nordeste do Brasil, 2007.

\_\_\_\_\_; ÂNGULO, J. L. G.; NORONHA, A. B.; CASTRO, B. S.; GALIZONI, F. M. CALIXO, J. S. SILVESTRE, L. H. A feira e o trabalho rural no Alto Jequitinhonha: um estudo de caso em Turmalina, Minas Gerais. **Unimontes Científica**, v. 5, n. 1, p. pág. 53-65, 2003.

WANDERLEY, M. N. B. Agricultura familiar e campesinato: rupturas e continuidade. **Estudos Sociedade e Agricultura**, n. 21, Outubro, 2003: p. 42-61. Rio de Janeiro: Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, 2003.