

A FEIRA LIVRE DE JEQUITINHONHA-MG: GERAÇÃO DE RENDA E ABASTECIMENTO LOCAL.

LACERDA, L. B.¹; AYRES, E. C. B.²; OLIVEIRA, F. A.³; GOBIRA, B. S.⁴; RODRIGUES, S. F.⁵; SILVA, A. B. F.⁶

¹Dicente do curso de Medicina Veterinária no IFNMG - Campus Salinas; ²Docente do IFNMG - Campus Almenara; ³Engenheiro Agrônomo pelo IFNMG - Campus Almenara; ⁴Engenheiro Agrônomo pelo IFNMG - Campus Almenara; ⁵ Dicente do curso de Processos Gerenciais do IFNMG – Campus Almenara; ⁶Engenheira Agrônoma pelo IFNMG - Campus Almenara.

Palavras chaves: Economia da região; Vale do Jequitinhonha; Produção agrícola; Comercialização

Introdução

As feiras livres são canais de comercialização bastante conhecidos e de suma importância para os produtores da agricultura familiar no Vale do Jequitinhonha. A oferta de produtos sofre interferência direta das condições climáticas locais, as quais determinam o trabalho dos agricultores (RIBEIRO, 2009).

A realização da pesquisa na feira livre do município de Jequitinhonha ocorreu no período de junho de 2017 a maio de 2018, com o levantamento mensal de informações dos produtos comercializados pelos agricultores na feira livre. O município de Jequitinhonha está localizado no nordeste de Minas Gerais, mais precisamente na região do baixo Jequitinhonha. Possui 23.457 habitantes, dos quais 30% são moradores da área rural, ou seja, 7.029 habitantes. Apresenta 1.887 estabelecimentos rurais em que 87% fazem parte da agricultura familiar, que corresponde a 1.487 estabelecimentos (IBGE, 2016).

Esse trabalho teve por objetivo caracterizar a feira livre e os produtos ofertados pelos agricultores familiares do município de Jequitinhonha-MG.

Metodologia

A pesquisa na feira livre do município de Jequitinhonha teve duração de 12 meses, sendo primeiro levantamento em junho de 2017 e o último em maio de 2018. A equipe de pesquisa foi constituída por estudantes e professores do Núcleo de Estudos em Agroecologia/IF-Almenara, Núcleo de Pesquisa e Apoio à Agricultura Familiar Justino Obers/ICA/UFMG, e profissionais da Cáritas Diocesana de Almenara. Além disso, contou com a parceria da ASFEJE (Associação de Feirantes de Jequitinhonha), e apoio do CNPq e FAPEMIG.

O trabalho foi realizado em quatro etapas, sendo elas: 1- Capacitação da equipe de pesquisa por meio de reuniões de formação e estudos sobre feira livre e agricultura familiar; 2- Concertação social da pesquisa em reunião com CMDRS - Conselho Municipal de Desenvolvimento Rural Sustentável do município de Jequitinhonha e com ASFEJE - Associação de Feirantes de Jequitinhonha no início e ao final da pesquisa; 3- Aplicação de questionário teste no primeiro mês de pesquisa com objetivo de aprimorar instrumento de coleta de dados, conhecer o espaço da feira e se apresentar para os agricultores feirantes; 4- Monitoramento mensal dos produtos ofertados pela agricultura familiar; 5- Sistematização e devolução de resultados de pesquisa.

Por orientação da ASFEJE, o dia escolhido para coleta de dados era entre o segundo e o terceiro sábado do mês, devido às feiras serem mais volumosas e com maior oferta de produtos. Os

dados eram obtidos de 6:00 as 7:30 da manhã, por meio de entrevistas com os feirantes e preenchimento de planilha com descrição dos produtos vendidos, localidade de origem do agricultor, responsável pelo ponto de venda, e valor comercializado (**Tabela 1**).

Os produtos foram agrupados nas seguintes categorias: 1. Alimentos prontos; 2. Artesanato; 3. Cereais/grãos; 4. Extrativismo; 5. Frutas; 6. Hortaliças; 7. Indústria Doméstica Rural (IDR); 8. Mudanças; 9. Produtos de origem animal (POA); 10. Produtos de uso medicinal; 11. Temperos.

Resultados e discussão

Foram identificados 259 produtos distribuídos em 11 categorias, sendo as hortaliças os produtos de maior destaque sendo catalogados 47 itens durante o período da pesquisa (**Gráfico 1**). Segundo Boechat e Santos (2016), a existência de variedade de produtos e a qualidade dos produtos estão entre as principais vantagens apontadas por consumidores em comprar na feira livre.

A quantidade de pontos de venda na feira livre variou de 101 a 129 durante o período da pesquisa, sendo junho e julho os meses com maior número de pontos de venda, e dezembro o mês com menor número (**Gráfico 2**).

Com relação ao perfil do feirante responsável pelo ponto de venda, percebeu-se o predomínio do número de pontos de venda sob a responsabilidade da mulher agricultora na comercialização dos produtos, com exceção do mês de outubro. Nesse sentido, Fonseca e outros (2013), relatam que as feiras livres constituem um espaço de relações sociais e identidade cultura, compartilhando funções de trabalho e entretenimento.

Os valores de comercialização estimados por feira livre variaram de R\$ 15.613,00 em dezembro de 2017, coincidindo com o mês de menor número de pontos de venda, até R\$ 19.407,00 no mês de abril de 2018. Conforme Ribeiro *et al.* (2007), as feiras abastecem em média 75% da população dos municípios, geram receitas em torno de um salário mínimo mensal por família feirante, e as vendas dos agricultores se convertem em consumo no comércio urbano fortalecendo a economia local.

A pesquisa revela que houve variação na oferta de alguns produtos durante o período de monitoramento, mas com prevalência de pontos de venda de hortaliças em todos os meses. Apesar da variação dos produtos, todas as categorias estiveram presentes durante os meses do levantamento.

Considerações finais

A pesquisa revela que a feira livre representa um espaço agrícola importante para economia do município, gerando recursos que fortalecem o comércio local. Além disso, a feira oferece uma variedade significativa de produtos, principalmente hortaliças, que garantem o abastecimento regular de alimentos dotados de valor cultural para a população urbana desse município.

É um espaço de importante participação social feminina, geração de renda, soberania e segurança alimentar.

A feira livre é um privilégio para os municípios, pois oferta alimentos frescos semanalmente e dotados de costumes tradicionais que preservam hábitos alimentares peculiares daquela região ou localidade. Nesse sentido, é fundamental o apoio aos produtores da agricultura familiar, a fim de amenizar os obstáculos que permeiam o caminho da produção até a comercialização, por meio iniciativas governamentais ou não governamentais que acolhem e incentivam famílias rurais na continuidade das suas atividades.

Referências

BOECHAT, P. T. V.; SANTOS, J. L. **Feira Livre: Dinâmicas espaciais e relações identitárias**. Disponível em: Acesso em: 10 dez. 2016.

FONSECA, A. I. A.; FERREIRA, D. A. O.; OLIVEIRA, R. S. R. **Feira e mercado: espaço e relações sociais**. In: FONSECA, Ana Ivania Alves et al (Orgs.). Estudos sobre agroecologia, agricultura familiar e as territorialidades no Norte de Minas Gerais. Montes Claros: Unimontes, 2013. p. 282 a 309

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Banco de dados agregados. Disponível em: <<http://www.sidra.ibge.gov.br/bda/agric/>>. Acesso em: 18 de dez. 2016.

RIBEIRO, A. E. M. et al. **Feira livre: espaço para criação de desenvolvimento rural e geração de renda.** In: WILDHAGEN, Cid Dutra (Org.). Diálogos Sociais – Caminhos para o desenvolvimento territorial: novas abordagens. Realização SEDVAN/IDENE. Belo Horizonte: Crisálida, 2009. p. 97 a 144.

RIBEIRO, A. E. M. et al. As dimensões das feiras livres. In: RIBEIRO, E. M. (org.) **As feiras do Jequitinhonha.** Fortaleza, Editora ETENE/BNB, 2007, p. 113-148.

Tabela 1 - Planilha para coleta de dados na feira livre do município de Jequitinhonha-MG. Fonte: Arquivo pessoal (2017)

Nº	Descrição dos produtos	Origem do feirante	Responsável pelo ponto de venda			Valor
			Homem	Mulher	Casal	

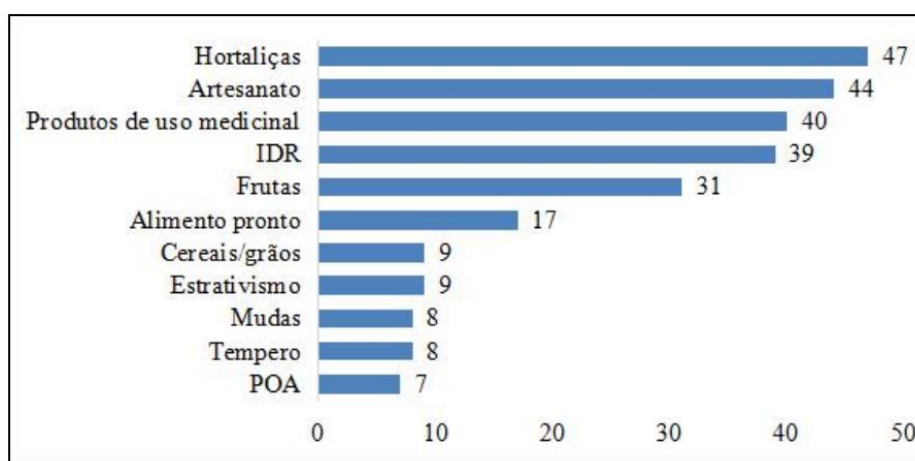


Gráfico 1 - Total de produtos, por categoria, comercializados na feira livre no município de Jequitinhonha-MG, no período de junho de 2017 a maio de 2018. Legenda: IDR = Indústria Doméstica Rural; POA = Produtos de Origem Animal. Fonte: pesquisa de campo, 2017/2018.

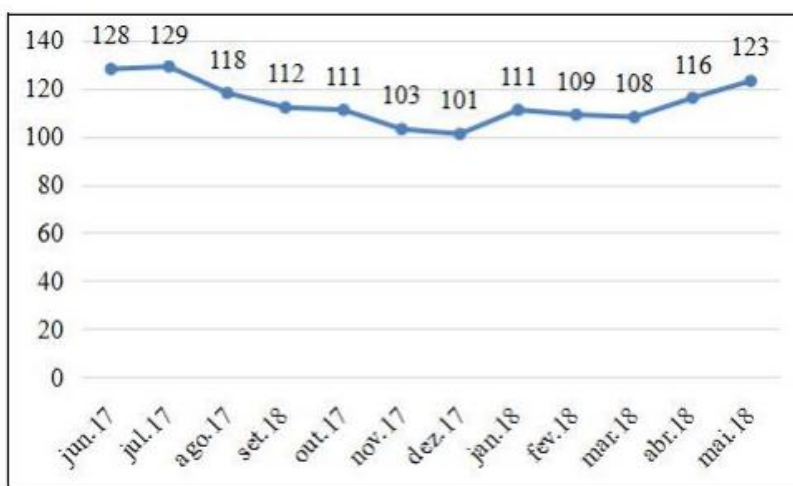


Gráfico 2 - Número de pontos de venda na feira livre do município de Jequitinhonha-MG, no período de junho de 2017 a maio de 2018. Fonte: pesquisa de campo, 2017/2018.