

Investigação e extensão universitária em feiras livres -experiências no vale do rio Jequitinhonha, Brasil

EDUARDO MAGALHÃES RIBEIRO

FLÁVIA MARIA GALIZONI²⁰

VICO MENDES PEREIRA LIMA²¹

MARIA SIRLENE DA CRUZ²²

ALEXANDRO MOURA ARAÚJO²³

CAMILA VIEIRA ROCHA²⁴

Palavras-chave: feiras livres, agricultura familiar, desenvolvimento rural, vale do Jequitinhonha

RESUMO

Este capítulo relata experiências de um grupo universitário de investigação e extensão que, desde o ano 2000, atua com feiras livres do Brasil. O objetivo do texto é compartilhar aprendizados e apresentar brevemente as metodologias criadas ao longo desse percurso. Na parte final do texto são apresentados alguns resultados de investigação, ilustrados com informações qualitativas e quantitativas que resultam desse conjunto de experiências.

20 Professor da Universidade Federal de Minas Gerais. Email de correspondencia: eduardoribeiromacuni@gmail.com

21 Professor do Instituto Federal do Norte de Minas Gerais.

22 Mestre em Sociedade, Ambiente e Território - UFMG.

23 Administrador, Mestrando UFMS

24 Bióloga, Mestranda UFMG/Unimontes

APRESENTAÇÃO

Feiras livres são muito importantes para o abastecimento de populações urbanas no Brasil, para a geração de rendas para agricultores e para a dinamização da economia do território. Por essas razões, o Núcleo de Pesquisa e Apoio à Agricultura Familiar, NPPJ, se dedica ao tema em conjunto com organizações parceiras.

Todas as atividades de investigação em feiras livres relatadas neste texto foram feitas com parceiros, geralmente agências de desenvolvimento rural de base camponesa, como as ONGs Centro de Agricultura Alternativa Vicente Nica (CAV) e Instituto de Trabalhadores e Trabalhadoras do Vale do Jequitinhonha (ITAVALE). Ações também foram apoiadas por organizações religiosas católicas, como a Cáritas e o Instituto Marista de Solidariedade (IMS), que atuam entre camponeses brasileiros. Além disso, as Comissões Regionais de Segurança Alimentar e Nutricional (CRSAN) e sindicatos de trabalhadores rurais foram, ao longo desses anos, parceiros constantes em estudos.

Recursos para deslocamento de equipes de estudantes, investigadores e professores, para custear reuniões de trabalho e bolsas de estudo têm sido fornecidos por agências públicas. Desde o começo dos anos 2000 essas despesas foram custeadas pelo CNPq, Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico, agência de fomento à ciência do Governo Federal brasileiro, ligada ao Ministério de Ciência Tecnologia e Inovação, e pela FAPEMIG, Fundação de Amparo à Pesquisa de Minas Gerais, uma organização do estado que financia integração entre pesquisa e extensão. Por fim, agências públicas como o Banco do Nordeste do Brasil (BNB), banco estatal que atua com financiamento rural, às vezes custearam estudos sobre mercados camponeses. Certamente não é usual receber financiamento de agências de fomento para ações de extensão, mas essa inovação foi adotada durante certo período no Brasil, diante dos resultados modestos que a investigação científica “pura” trazia para a sociedade.

No texto a seguir, inicialmente será feito um relato sobre as feiras livres no Brasil. Em seguida será apresentada a região do vale do Jequitinhonha, o lugar em que foram desenvolvidas investigações debatidas aqui; depois, são apresentadas as técnicas de pesquisa e, por fim, comentados brevemente alguns resultados dos estudos.

FEIRAS LIVRES

Feira livre é uma tradição com mais de três séculos no Brasil. Porém, tem maior expressão no Nordeste, Norte e Sudeste do país; nessas regiões são instituições sociais importantes. Mais que mercados, manifestam a riqueza da cultura brasileira, e artes como pintura, música e cinema utilizam feiras como recurso de expressão. Isso ocorre, também, por serem pontos de convergência da população das pequenas cidades, da presença de camponeses na vida dos municípios interiores. Um clássico da Música Popular Brasileira é a “Feira de Caruaru”, uma canção dos anos de 1950, do famoso cantor e compositor Luiz Gonzaga, o Gonzagão. Caruaru é uma cidade do Nordeste brasileiro com o maior mercado urbano do país, que aos sábados movimentava milhares de pessoas vendendo, dizem, de tudo. É isso que a canção reafirma no refrão: “na feira de Caruaru/ se encontra tudo que a gente quer”, e vai descrevendo a comida, o remédio, o ornamento, a arte, os muitos produtos encontrados na feira.

Mas, o que é uma feira livre? No Brasil é um equipamento público – prédio de mercado, praça ou quadra esportiva -, geralmente governado pelos próprios usuários, onde são vendidos alimentos ao natural ou processados, produtos da pequena indústria doméstica rural e urbana, carne de animais recém-abatidos, animais vivos, artesanato, comidas prontas, bebidas para consumo local, ervas medicinais, produtos do agroextrativismo e, às vezes, manufaturas de pequeno valor, como brinquedos, utensílios e roupas. As vendas costumam ser feitas à vista, o que agrada muito aos camponeses. E feira é, antes de tudo, um costume: acontece sempre no mesmo lugar e no mesmo dia da semana, quase sempre sábado ou domingo, numa determinada cidade, com os mesmos vendedores-produtores.

Nas feiras livres brasileiras existem dois tipos de vendedores. Um: o camponês ou artesão, vendedor direto de sua produção; outro: aquele que vende produção de outros, revendedor, intermediário de produção alheia. Quando a organização camponesa se fortalece, em geral passa a exigir exclusividade das vendas nas feiras livres das pequenas cidades, ou seja, que se vendam apenas produtos locais, de camponeses daquele município, excluindo vendedores de produtos alheios, revendedores de produtos, ou como dizem: “produtos de fora”. Quando conseguem fazer isso, são criadas feiras exclusivamente camponesas; estas que serão comentadas neste trabalho. Mas isso não significa

que vendedores-intermediários sejam irrelevantes. Ao contrário, nas cidades médias e grandes é muito importante o papel dos intermediários, porque a escala e o ritmo de vendas muitas vezes exigem a profissionalização do vendedor para assegurar o abastecimento. Já nos pequenos municípios, a simplicidade da logística e a modéstia da escala contribuem para maior ou exclusiva participação de camponeses e pequenos produtores de artesanato e alimentos prontos da localidade.

Geralmente o espaço físico da feira fica sob responsabilidade da municipalidade, que cuida de limpeza, iluminação e provimento da estrutura básica para a venda e o abastecimento urbano. Mas as atitudes dos municípios costumam ser variadas. Algumas administrações de municípios dão apoio aos agricultores e ao espaço das vendas: cuidam do prédio e da limpeza, oferecem transporte gratuito até a cidade, criam sistemas de compras de excedentes, oferecem serviços de extensão rural. Outras administrações apoiam menos ou não apoiam: cobram por pontos de venda, limitam a oferta de transporte, fazem compras públicas em grandes redes atacadistas, restringem o acesso de agricultores-feirantes aos serviços de mecanização rural. Por isso, mudanças na administração municipal costumam influenciar nas condições da comercialização, porque apoio pode vir da pessoa ou grupo que comanda o município, mas raramente existe política municipal formalizada.

No entanto, políticos municipais costumam dizer que “feiras não dão votos, mas tiram votos”, ou seja: se o administrador apoia a comercialização não ganhará votos, mas se não cuidar da feira perde votos de agricultores e consumidores. Por isso, nos pequenos municípios, quase sempre o camponês pode selecionar sua produção e consegue vendê-la na própria localidade com algum tipo de apoio da administração pública, com liberdade para definir preço, qualidade e horário de venda. Em geral, o fator limitante para as vendas regulares do camponês na localidade é menos sua relação com o setor público e muito mais os laços que cria com o consumidor, influenciados pela regularidade, qualidade e adequação dos produtos aos padrões costumeiros de preferência.

INVESTIGAÇÕES E EXTENSÃO EM FEIRAS

As investigações em feiras livres do grupo NPPJ começaram em 2000. O Núcleo é formado por professores e estudantes de universidades e institutos

federais do estado de Minas Gerais, Brasil: UFMG, IFNMG, IFSMG, UFLA, IFLMG, UFVJM, que atuam em rede. Muitas vezes equipes mistas de várias das instituições executam determinada pesquisa, outras vezes os estudos são conduzidos pela equipe de apenas uma instituição.

A primeira investigação sobre feira do NPPJ foi conduzida como estudo de mestrado do estudante de pós-graduação da Universidade Federal de Lavras, José Luís Gutierrez Angulo, boliviano. Esse estudo permitiu descobrir que na feira havia um filão para novas investigações e possibilidades inovadoras para a extensão universitária. A feira livre foi uma grande surpresa para o grupo de pesquisa e para os parceiros porque, durante toda a década de 1990, o esforço das organizações camponesas brasileiras fora no sentido de conquistar mercados de cidades grandes e distantes. Se acreditava que a organização de agricultores deveria levar sua produção a 500 ou mais quilômetros de distância, para uma metrópole de mais de um milhão de habitantes: lá, venderia bem! Nessa década foram se acumulando iniciativas de comercialização à distância que se revelaram más experiências por conta de dificuldades com logística, preços, regularidade de oferta e pagamento, embalagens, aceitação do produto, e a relação com isso que atualmente se denomina “boas práticas”. Enfim, eram acúmulos de desafios, enfrentados com persistência, militância e fé num futuro melhor que nunca chegava.

Priorizar a feira livre abriu possibilidades para camponeses e agentes de desenvolvimento assenhorar-se de “seus” mercados próximos. Para pesquisadores acadêmicos descobrir a feira foi a oportunidade de focar estudos nos mercados potenciais da localidade. Para mediadores, camponeses e acadêmicos surgiu um horizonte novo de atividades e parcerias em torno de mercados cuja dinâmica em parte estava sob seu controle. A partir daí a escala espacial de abordagem dos mercados camponeses mudou muito: ficou mais voltada para assuntos do município, transferiu-se para a escala do próximo, do possível, do cotidiano. Então, foi necessário criar novos métodos de investigação e extensão, e delinear novos protocolos de trabalho. Um breve resumo está exposto abaixo.

Primeiro ponto: foi preciso repensar a abordagem das escalas na comercialização, dando menos atenção às dimensões como volume de vendas e receitas, valorizando mais a regularidade dos negócios, a proximidade do consumidor e as possibilidades de interação e gestão do mercado.

Segundo ponto, foi necessário pensar em termos de parcerias amplas, porém orientadas pelos arranjos econômicos e políticos locais. Do ponto de

vista da conciliação de interesses, agir no pequeno município costuma ser mais complexo que nos grandes mercados, em decorrência de conflitos antigos e desentendimentos locais. Essa ação local exige mais habilidades, muitas concertações e grande complementaridade entre organizações. Assim, grupos de agricultores, agências de extensão, acadêmicos e poder público municipal devem construir um objetivo comum e andar juntos para atuar num determinado município.

Terceiro ponto, acima das divergências políticas e partidárias, deve haver um bom acordo entre as organizações do próprio município. Prefeitura, sindicato de trabalhadores rurais, associações, agências públicas, serviços de extensão, organizações não governamentais e igrejas devem deixar o partidatismo um pouco de lado para cuidar dos mercados locais. Sem um bom acordo local, principalmente, não vale a pena a equipe acadêmica conduzir investigação e extensão universitária, pois será muito difícil alcançar e implementar resultados.

Quarto ponto, o trabalho de investigação começa com o conhecimento do funcionamento da feira livre: quais e quantas pessoas vendem, quem compra, o destino do excedente. Mas, sempre, a investigação tem que ir para além dos aspectos puramente econômicos, entra necessariamente na área interdisciplinar, porque é preciso abordar assuntos como água, cultura, direitos e programas públicos, que são muito relevantes, e é preciso compreender seu papel sobre a sociedade e o município. Cultura, gosto e educação, por exemplo, são temas que parecem distantes dos mercados; no entanto, são tão importantes quanto farinhas, verduras, legumes e doces.

Quinto ponto, nas atividades de extensão universitária que se seguem às investigações, a principal tarefa é re-ver a feira. Esses espaços de comercialização de camponeses na maior parte das vezes são “invisíveis”, são fenômenos do cotidiano, regulares e rotineiros. Então, é importante mirar a comercialização de proximidade com novos olhares, compreendê-la de maneira inovadora. Feira livre tem que começar a ser re-vista como uma utilidade, uma instituição a ser valorizada, uma expressão alimentar e cultural importante daquela localidade.

Esses, certamente, foram os principais aprendizados de pesquisa e extensão.

Em duas décadas de investigação e extensão de feiras livres talvez o principal ganho tenha sido aprender a valorizar o comércio de pequena escala

feito na localidade, passando a compreendê-lo não somente como atividade econômica, mas como espaço holístico que reúne economia, cultura, ecologia e sociabilidade. Se aprende que a feira livre da pequena cidade tem relações fortes com segurança e soberania alimentar, na medida em que fornece alimentos próprios daquela região. E focando na feira é possível organizar interesses e forças de agricultores, agentes de desenvolvimento rural, funcionários estatais, vereadores, prefeitos e secretários municipais. Isso se refletiu, já, na criação das associações municipais de agricultores-feirantes e, durante certo tempo, na criação por parte dos Governos Federal e Estadual de programas em apoio a feiras livres inspirados nessas experiências.

BALANÇO

Ao longo, como dizem os camponeses, da “caminhada”, refletindo sobre feiras foram surgindo novas e diversas frentes de ação, como mudança nos pontos de venda, abastecimento de água, capacitação de agricultores, formação de jovens rurais, crédito rotativo e outras. Certo é que as pesquisas sobre feiras livres geraram a necessidade de outros estudos, e talvez o avanço mais importante na relação da universidade com a sociedade tenha sido a institucionalização da demanda por novas investigações, pois as organizações camponesas aprenderam a construir com os centros de ensino e pesquisa novas questões que levaram a mais conhecimentos, abrindo sempre renovadas trilhas de investigação e extensão.

As técnicas de investigação usadas em feiras livres são quantitativas e qualitativas, dependem do objetivo. Mas, sempre é necessário algum dado quantitativo: dimensionar o número e o tipo de vendedores que vão às feiras, volumes de produção e oferta, por exemplo. Esse foi um desafio para a pesquisa: criar técnicas para dimensionar uma população móvel. Mas também são necessários estudos qualitativos sobre programas públicos, sistemas de produção, costumes alimentares. As experiências de extensão do NPPJ e parceiros em feiras livres tem sido direcionadas principalmente para dar visibilidade às feiras. São ações junto a prefeituras de municípios, agências de governo, órgãos de crédito, são esforços para convencer agentes públicos que na feira livre existe um movimento sócio, econômico e cultural importante e digno de ser acompanhado. No

início é difícil convencer pessoas que pequenos negócios são importantes e que o abastecimento de qualidade nas pequenas cidades pode ser bem feito por produtores de pequena escala. Muitas vezes, para disseminar essa perspectiva, as instituições de ensino fazem capacitações de produtores, cursos para agricultores, e principalmente intercâmbio entre agricultores, trocas de informações, e visitas técnicas; é também muito importante inserir nessas atividades responsáveis por políticas públicas, gestores e agências de fomento.

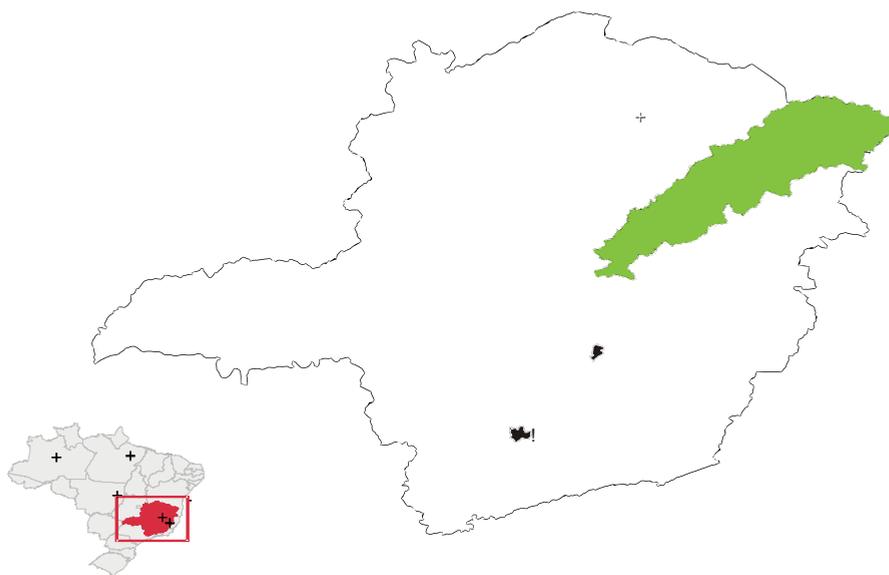
Depois de vários anos de atuação, em alguns municípios o grupo de pesquisa já investigou a feira de algumas cidades até cinco vezes e, no intervalo entre as pesquisas, executou várias ações de extensão. Desde o ano 2000 o grupo de pesquisa fez investigações em 45 feiras livres. A grande maioria no vale do rio Jequitinhonha.

Um resumo das ações de extensão, investigação e organização de interesses sobre feiras livres se materializa num encontro que já passou da décima edição, o “Seminário sobre feiras livres e programas públicos do vale do Jequitinhonha”. É um evento anual, itinerante, que reúne agentes que apoiam e participam de feiras camponesas: associações de camponeses, governos municipais, agências de desenvolvimento rural, sindicatos, investigadores e estudantes se reúnem por um dia ou dois debatendo feiras livres. O “Seminário” é liderado pelo Centro de Agricultura Alternativa Vicente Nica, CAV, que todo ano faz a memória do evento. No correr de 15 anos percebe-se que o debate amadureceu, e nas últimas edições a pauta tratou da qualificação de agricultores, da sua participação nos fóruns municipais de políticas públicas e de programas de acesso a água.

FEIRAS DO JEQUITINHONHA

O vale do rio Jequitinhonha está situado a nordeste de Minas Gerais, estado do sudeste do Brasil. Foi a área de exploração colonial que sustentou a Coroa portuguesa com diamantes durante o século XVIII, transformou-se em área agrícola no correr do século XX, e região camponesa emblemática no século XXI. Dispõe de grande biodiversidade, pois em seu território se encontram altitudes e climas diversos, e os biomas Cerrado, Caatinga e Mata Atlântica. O Jequitinhonha recebeu muitos programas públicos baseados na extração de recursos naturais: grandes hidrelétricas deslocaram milhares de

famílias camponesas e monopolizaram a água e empresas do agronegócio implantaram 500 mil hectares de eucaliptos em terras comunais, formando a maior floresta artificial contínua do planeta. Isso gerou uma estrutura fundiária muito concentrada, mas também uma resistência muito grande das comunidades camponesas.



Mapa 1. Brasil, Minas Gerais e vale do rio Jequitinhonha em destaque.

No vale do Jequitinhonha existem duas estações bem marcadas no correr do ano: seis meses de estiagem, a “seca”, outros seis meses de chuvas, as “águas”. A regularidade do clima tem sido perturbada por um período de seca duradouro que começou desde 2013, mas, além disso, a escassez é acentuada pela monocultura do eucalipto que ocupa as principais áreas de recarga, interferindo na dinâmica da água.

As comunidades camponesas que participam das feiras são produtoras de alimentos para autoconsumo e venda. Produzem alimentos nas beiras de rios, áreas mais férteis dos terrenos familiares, usam técnicas costumeiras e

poucos insumos industriais. A produção se baseia num conhecimento enciclopédico da natureza e dos recursos locais.

Feiras alimentam a população do município fisicamente e também culturalmente; abastecem com produtos da indústria doméstica rural, verduras, legumes e animais vivos, mas proporcionam trocas de notícias, confraternizações, reciprocidades, doações, escambo e aprendizados. De uma cidade para outra a produção ofertada se modifica, porque o produto é muito associado aos costumes do lugar, de modo que cada feira é única, uma instituição que representa a soberania alimentar, influi nos aspectos técnicos e culturais da dieta, põe em circulação aquilo que a sociedade do lugar define como o bom alimento. Os camponeses levam à cidade os produtos que querem, mas os consumidores negociam preço e qualidade, criando referências de produtos de excelência; segundo dizem: produtos feitos “com mais capricho”, que obedecem à definição costumeira de alimento de qualidade. Feiras são mercados seguros para agricultores, mas também proporcionam rendas para o comércio urbano, porque depois de vender os agricultores compram em supermercados, lojas de vestuário, estabelecimentos que vendem insumos e equipamentos. A feira, então, dinamiza a economia local.

Denomina-se como “feirante” àquele que leva sua produção para vender nas feiras livres. Mas o feirante-agricultor familiar, no entanto, é um personagem que raramente existe no singular, pois o ponto de venda na feira sempre abriga mais que uma pessoa vendendo ou produzindo; o ponto de venda representa a família: mulheres, jovens e homens que vendem a produção nas feiras, em igualdade de condição.

Estudo de Maria Sirlene da Cruz (2019) revela que a maioria dos feirantes do Jequitinhonha (92,5%) são produtores, isto é, agricultores familiares, 80,8% destes produzem na sua própria terra, que geralmente são menores que 10 hectares; têm entre 46 e 60 anos de idade, em média 4 anos de escola. A mesma autora observa que as feiras são bastante estáveis em termos de número de pontos de vendas e participação de feirantes. Entre 2004 e 2018 o número de pontos de vendas no Jequitinhonha oscilou em apenas 2%, revelando a constância da atividade ao longo dos anos, mostrando que é um canal seguro para vender a produção na proximidade, garantindo abastecimento para as cidades e renda semanal para a família rural.

Em 2018, as frutas, verduras e legumes eram os principais produtos comercializados nas feiras do Jequitinhonha; representavam 36,7% dos pontos de vendas de produtos (Tabela 1). A indústria doméstica rural, que compreende os produtos processados, principalmente derivados de cana-de-açúcar, mandioca e milho, representava 17,0% dos pontos de vendas. Os pontos de vendas diversificados, ou seja, aqueles que oferecem diferentes produtos da horta, da indústria doméstica e da agricultura, representavam 15,0%. As carnes, principalmente os açougues, chegavam a 10,0%, e a agricultura, com produtos *in natura* como feijões, mandioca e milho, representava 4,0% dos pontos de vendas. Existiam ainda diversos pontos de vendas de produtos menos representativos em percentual, mas não menos importantes em qualidade por expressarem a diversidade e riqueza das feiras, como alimentos prontos, animais vivos, produtos da pecuária, artesanato, tabaco, condimentos e os bens do agroextrativismo.

Nos pequenos municípios do vale do Jequitinhonha feiras conseguem abastecer boa parte da população. O percentual varia de uma para outra cidade, porque depende das dimensões da feira e da população urbana, mas os estudos apontam que na média pelo menos 50% das famílias da cidade consomem produtos das feiras livres. Isso revela sua importância para o abastecimento e a segurança alimentar dessas localidades. São consumidores que residem na área urbana do próprio município, que procuram produtos de procedência conhecida: querem saber de onde vem os produtos, buscam produtos que atendam à diversidade do seu consumo, produtos sem veneno.

Feirantes e consumidores têm relações próximas, baseadas em confiança e reciprocidade, que marcam as negociações que acontecem sobre qualidade, aparência e apresentação dos produtos, e também, evidentemente, sobre preços. Se encontram toda semana, conversam, e boa parte das vezes o consumidor busca informações sobre o sistema de produção e o zelo do feirante. Consumidores afirmam que preferem alimentos locais, porque têm mais controle sobre a qualidade, porque são produtos frescos e têm características regionais, são adequados ao padrão de gosto do território. A relação de confiança fortalece as trocas e estimula a dinâmica comercial, social e cultural do município.

Praticamente um terço dos consumidores das feiras do vale do Jequitinhonha, 32%, têm renda de até um salário mínimo; 37% têm renda de

um a dois salários mínimos, e 26% têm renda acima de dois salários mínimos. De modo que a maioria das pessoas que compra na feira tem uma renda menor do que dois salários mínimos; o salário mínimo brasileiro correspondia a US\$ 250 pelo câmbio de janeiro de 2020.

Tabela 1. Percentual de pontos de vendas em feiras do Vale do Jequitinhonha (2018)

Categorias de produtos	Percentual (%)
Frutas/verduras	36,73
Indústria doméstica rural	17,26
Diversificados	15,43
Açougues	10,58
Agricultura	4,21
Alimentos prontos	4,42
Animais vivos	3,37
Pecuária	2,95
Manufaturados	2,32
Artesanato	1,47
Fumo/tabaco	0,84
Tempero	0,21
Agroextrativismo	0,21
Total	100,00

Fonte: Cruz, 2019.

Em 2018 a receita média mensal obtida pelos feirantes com as vendas girava em torno de 2 salários mínimos. No entanto, a receita variava de acordo com o feirante, a cidade e a época do ano e do mês. Alguns produtos de maior preço, geralmente produtos beneficiados, possibilitam maiores receitas; feiras maiores permitem maior volume de negócios; nos finais do ano as vendas crescem, e na segunda semana do mês, quando acontecem os pagamentos dos empregados urbanos, a demanda por alimentos cresce na feira livre.

Tabela 2. Receita média mensal de feirantes em 5 municípios do Jequitinhonha (2018)

Município	Número de feirantes	Receita média mensal feirante (R\$)	Receita em salários mínimos 2018*
Chapada do Norte	45	1.812,20	1,89
Itamarandiba	302	3.223,98	3,38
Minas Novas	160	1.163,48	1,22
Turmalina	178	1.348,43	1,41
Veredinha	51	1.022,80	1,07
Total	736	2.083,59	2,18

Fonte: Cruz, 2019.

No correr do ano a feira livre passa por grandes variações em termos de oferta de produtos. No tempo das chuvas, que caem no verão, aparece a produção de derivados da pecuária bovina e do agroextrativismo: dezembro, janeiro, fevereiro. Em janeiro, auge das chuvas, produtos da pecuária e da coleta representam mais de 15% do total de pontos de vendas. A safra agrícola começa em março e costuma ir até junho; nestes meses, de novo se modifica a pauta de alimentos ofertados. De abril em diante começa a estação seca, mas os efeitos piores começam a aparecer em setembro: setembro, outubro e novembro são os meses mais secos. A partir de junho, chegam às feiras a produção das hortas domésticas e da indústria doméstica rural; essa oferta costuma durar até novembro.

A maior parte desses agricultores usa recursos da natureza para produzir. Fazem manejos tradicionais e agroecológicos, usando conhecimentos costumeiros para produzir alimentos. Segundo dados de pesquisa de 2018, 45,7% dos agricultores feirantes utilizam adubos orgânicos de produção própria, baseados em dejetos de animais e decomposição de restos orgânicos. No entanto, 41,0% deles compra fertilizantes químicos, 76,0% costumam comprar sementes e 12,7% precisam usar algum tipo de veneno para produzir. A dependência de insumos externos e os riscos de usos de agrotóxicos são grandes desafios a serem enfrentados.

Por fim, como uma porção do Jequitinhonha fica situado no Semiárido ou na sua fronteira, muitos produtores têm problemas com abastecimento de água. No último levantamento feito entre eles, 40% declararam sofrer

escassez de água que limitava a produção em sua gleba. Esse fator, evidentemente, afeta o abastecimento urbano. Embora tenha merecido atenção de inúmeros programas públicos, ainda há um vasto campo de atividades a serem desenvolvidas.

No entanto, mesmo com dificuldades, gestores, feirantes e consumidores dizem que a feira representa saúde, manifesta a cultura, e é, certamente, uma das maiores riquezas do território.

BIBLIOGRAFIA

- Angulo J. L. G. (2002). Mercado local, produção e desenvolvimento: estudo de caso da feira de Turmalina, Vale do Jequitinhonha, MG. 138 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Federal de Lavras, Lavras.
- Araujo, A. M.; Ribeiro, E. M. (2018). Feiras, feirantes e abastecimento: uma revisão da bibliografia brasileira sobre comercialização nas feiras livres. *Estudos Sociedade e Agricultura*, v. 26, n. 3, p. 561-583.
- Cruz, M.S. (2019). Do campo para a cidade: estudo sobre feiras livres, abastecimento urbano e comercialização da agricultura familiar no Alto Jequitinhonha. 146 f. dissertação (mestrado), Montes Claros, UFMG/Unimontes.
- Ribeiro, E.M. (org.) (2007). Feiras do Jequitinhonha: mercados, cultura e trabalho de famílias rurais no semi-árido de Minas Gerais. Fortaleza, Etene/BNB. 244 p.