

O Protagonismo das Mulheres Agricultoras nas Feiras e Mercados do Norte de Minas

*The leading role of women farmers in fairs and
markets in the North of Minas*

*El protagonismo de las Mujeres agricultoras en
ferias y mercados del Norte de Minas*

Vivian Mendes Hermano

Universidade Estadual de Montes Claros – UNIMONTES
hermanovivian@gmail.com

Ana Ivânia Alves Fonseca

Universidade Estadual de Montes Claros – UNIMONTES
anaivania@gmail.com

Resumo: As mulheres rurais vêm ganhando espaço nos diferentes ambientes sociais, ampliando seu papel no fortalecimento da agricultura. Nesse sentido, o presente artigo tem como objetivo analisar o protagonismo das mulheres nas feiras e mercados do Norte de Minas, buscando identificar a importância desses espaços na renda e na qualidade de vida dessa população. A metodologia adotada parte da experiência das mulheres que atuam nesses locais e suas condições de existência na dinâmica familiar e produtiva. Para o levantamento dos dados, foram realizadas entrevistas semiestruturadas conjuntamente com o apoio de uma revisão bibliográfica sobre a temática. De acordo com os resultados, foi possível perceber o protagonismo das mulheres rurais, por meio da sua participação, desde o processo de plantio na lavoura, até as atividades de comercialização dos produtos. Foi identificado nas diversas afirmativas a satisfação ao atuar nesses espaços, em diferentes aspectos (econômica, cultural e político).

Palavras-chave: Gênero. Protagonismo. Norte de Minas.

Abstract: Rural women have gained space in different social environments, extending their role in strengthening agriculture, contributing to rural development. Thus, this article aims to analyze the protagonism of women in fairs and markets in the North of Minas Gerais, seeking to identify the importance of these spaces in the income and quality of life of this population. The methodology followed is based on the experience of women who work in these places and their conditions of existence in family and productive dynamics. To collect data, semi-structured interviews were carried out with the support of a bibliographic review on the topic. The results made it possible to perceive the leading role of rural women in fairs and markets in the North of Minas through their participation, from the planting process in the fields, to the product marketing activities. In the various statements, satisfaction was identified in working in these spaces, in different aspects (economic, cultural and political), among others, highlighting the protagonism of these women in the regional context.

Keywords: Gender. Protagonism. North of Minas Gerais.

Resumén: Las mujeres rurales han ganado espacio en diferentes entornos sociales, ampliando su papel en el fortalecimiento de la agricultura, contribuyendo al desarrollo rural. Por lo tanto, este artículo tiene como objetivo analizar el protagonismo de las mujeres en ferias y mercados del Norte de Minas Gerais, buscando identificar la importancia de estos espacios en los ingresos y la calidad de vida de esta población. La metodología seguida se basa en la experiencia de las mujeres que trabajan en estos lugares y sus condiciones de existencia en la dinámica familiar y productiva. Para la recolección de datos se realizaron entrevistas semiestructuradas con apoyo de una revisión bibliográfica sobre el tema. Los resultados permitieron percibir el protagonismo de las mujeres rurales en ferias y mercados del Norte de Minas a través de su participación, desde el proceso de siembra en el campo, hasta las actividades de comercialización de

los productos. En las diversas declaraciones se identificó satisfacción por trabajar en estos espacios, en diferentes aspectos (económico, cultural y político), entre otros, destacando el protagonismo de estas mujeres en el contexto regional.

Palabras clave: Género. Protagonismo. Norte de Minas Gerais.

Introdução

Os estudos de gênero e ruralidade envolvem um olhar para as novas reflexões da sociedade. A presença da globalização, a utilização de tecnologias, as mudanças no processo de trabalho, o fortalecimento da agricultura familiar e da pluriatividade e a migração são alguns dos fenômenos que merecem atenção no âmbito da discussão acadêmica.

Nesse contexto, existem poucas pesquisas sobre o protagonismo das mulheres rurais, que são vistas comumente apenas como provedoras das atividades domésticas, tendo invisibilidade em relação a sua contribuição nas unidades familiares. É um tema relevante ao desenvolvimento rural, já que traz à baila a problemática da intersecção de gênero e as relações familiares e de trabalho, as condições socioeconômicas e até mesmo a saúde mental.

No Brasil, é relativamente recente a inclusão de agricultoras nos espaços de análises acadêmicas. A demanda das mulheres trabalhadoras rurais pelos direitos ao acesso a direitos parte da justificativa de que sua situação de invisibilidade social, consequência da cultura patriarcal, foi que definiu a inferioridade do papel feminino.

Para reconhecermos o protagonismo dessas mulheres, é necessário um maior conhecimento sobre suas contribuições nas propriedades rurais e nos canais de comercialização, o que foi proposto neste trabalho. Com esta pesquisa, pretende-se analisar o protagonismo das mulheres rurais nas feiras e mercados da região do Norte de Minas, buscando identificar a importância desses espaços na renda e na qualidade de vida dessa população.

O questionamento específico que irá nortear nossa pesquisa é: como o protagonismo no comércio de produtos rurais tem contribuído para redefinir as relações de gênero e criar as condições para o protagonismo das mulheres no Norte de Minas? A pesquisa justifica-se pela importância das questões rurais, sobretudo o trabalho da mulher na agricultura e na manutenção das famílias, temática que vêm ocupando os debates acadêmicos, as instituições governamentais e não governamentais nas últimas décadas.

Materiais e métodos

No intuito de atingir o objetivo proposto, torna-se necessária uma metodologia que abarque a complexidade existente nas relações sociais que constroem a realidade. Para compreendermos como se estabelece a percepção dos atores sociais, analisamos que a percepção é uma ação subjetiva, não podendo ser medida e compreendida por meio de experimentos unicamente quantitativos.

Assim, cada tipo de investigação possui um desenho metodológico específico, adequado à realidade a ser pesquisada. Nesse sentido, escolhemos como aporte metodológico a abordagem quanti-qualitativa, configurada principalmente pela compreensão e interpretação da realidade social e das relações que se estabelecem nesse universo de significados.

As técnicas quantitativas foram utilizadas na descrição geral das entrevistadas, em análise de dados como idade, número de filhos, nível de escolaridade e tipos de produtos comercializados. Utilizou-se do cálculo da média simples e de *softwares* como o *Excel* e o *Paint*, na edição das fotos.

Sendo o principal método, a abordagem qualitativa possibilitou a construção de esquemas que consigam responder às percepções e ações do grupo social estudado. De acordo com Turato (2003) e Gil (2007), a pesquisa qualitativa aprofunda a compreensão sobre o objeto estudado de uma maneira específica, e não necessita de processos estatísticos de amostragem e nem mesmo de um grande número de entrevistas para garantir a representatividade.

Godoy (2015) a define como aquela ação e efeito de perceber algo ou alguma coisa por meio de um de nossos sentidos, coletando assim informações e processando essas em forma de uma ideia sobre o objeto e o seu significado. Dessa forma, foram realizadas entrevistas semiestruturadas e as perguntas constantes no roteiro estavam relacionadas ao universo socioeconômico e à vivência nos espaços da feira livre e mercado.

O desenvolvimento analítico teve como base a experiência das mulheres em relação à sua atuação nos mercados e nas feiras, bem como as mudanças ocorridas nos últimos anos. Foram realizadas 20 entrevistas com observação participativa em 6 localidades diferentes (Mercado Central de Montes Claros, Feira do São José, Feira do Major Prates, Mercado de Janaúba e Mercado de

Porteirinha, Feira de Glauclândia) além da interação constante com as mulheres atuantes. A seguir mapa de localização da área de estudo.

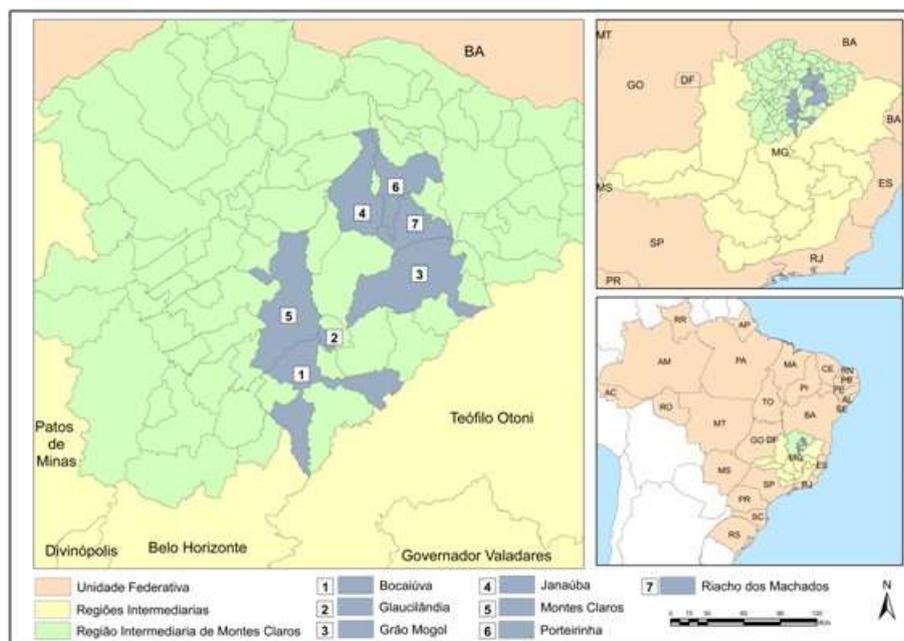


Figura 1: Mapa de Localização das feiras no Norte de Minas

Fonte: Dados da pesquisa.

Na interpretação das diversas entrevistas, utilizou-se a técnica de análise de conteúdo, proposta por Fonseca *et al.* (2011, p. 1007), destacando que “essa é uma das mais usadas na pesquisa qualitativa e visa identificar e selecionar categorias que possam constituir-se em temas e subtemas”. Para essa seleção, deve ocorrer uma ordenação dos dados, a realização de pré-análise, mediante leituras compreensivas em que se busca o dito e o não dito, e a instituição de categorias temáticas.

Dessa forma, para as análises das respostas, foram seguidos e estruturados os seguintes tópicos: descrição socioeconômica geral, vivência nos espaços da feira e mercado, e o protagonismo da mulher. Cabe salientar que as respostas analisadas dizem respeito às percepções dos entrevistados, validando essa compreensão para o público que participou da pesquisa e não expandindo para os agricultores familiares em geral, já que cada comunidade e região apresenta uma realidade distinta.

Resultados e discussões

Contextualizando a área de estudo: as feiras e os mercados do Norte de Minas

Geograficamente, o Norte de Minas se limita com o estado da Bahia e com as Mesorregiões Noroeste de Minas, Central Mineira e Jequitinhonha. A formação dos municípios surgiu distante da forte economia do ciclo do ouro, ao longo do tempo, e foi sendo esquecida pelos governantes, configurando-se mais como espaço de problema do que de potencialidades. As disparidades históricas persistiram, reflexo direto das intervenções governamentais, representadas, quase sempre, pela elite regional. (Pereira, 2007).

Até o início da década de 1960, não haviam políticas específicas e deliberadas de desenvolvimento que contemplassem a região. Somente a partir de sua incorporação à área do “Polígono das Secas” e sua consequente inclusão nas ações da SUDENE, em 1963, foi que ela passou a ser alvo de tais políticas públicas desenvolvimentistas (Rodrigues, 2000).

Atualmente, o Norte de Minas apresenta extensas áreas cobertas por pastagens destinadas à criação de gado, sendo um setor importante para a região. Há também plantações de florestas para produção de carvão vegetal, além de projetos de irrigação, polo de produção de frutas no Rio São Francisco, e tem-se destacado empreendimentos voltados para a produção de energia renovável fotovoltaica.

Ao analisarem especificamente o contexto rural, Araújo e Theophilo (2022 p. 165) consideram aspectos plurais, observando que a maioria dos municípios tem apresentado decréscimo da população rural, esta tem renda predominantemente menor que a população urbana. Para estes autores, “na região, de certa maneira, prevalecem as características rurais, e a maioria dos municípios apresentou algum tipo de degradação ambiental”.

Desta forma, é possível afirmar que o Norte de Minas possui características específicas, como a predominância de paisagens próximas ao semiárido, trajetória histórica voltada à exploração de grandes monoculturas. Na atualidade, abriga cidades que exercem forte atração como Montes

Claros/MG, e com presença marcante da ruralidade em termos populacionais e econômicos.

Neste contexto, em que a ruralidade é marcante e presente, as feiras livres e os mercados são espaços estratégicos tanto para a população rural quanto para a urbana. Pintaudi (2006) e Marcos (2007) corroboram que a feira e mercado são um espaço econômico e de sociabilidade, havendo formas intercambiais de produtos dialogando com outras formas mais modernas de comércio. São espaços de comercialização criados pelos próprios agricultores, por isso, além de serem espaços educativos de integração entre consumidores e de relações de complementaridade, são também espaços de trocas materiais e imateriais.

As feiras livres têm esse caráter diversificado, onde circulam por elas vendedores, compradores, transeuntes, personagens e outros participantes variados. Esses espaços abarcam vários tipos de mercadorias, pessoas que vendem e compram, causos contados e recontados pelos visitantes da feira, é uma pechincha aqui outra pechincha ali, fregueses amigos dos vendedores, ou seja, uma afetividade pelo lugar.

As pessoas circulam muito, examinam pechincham, ou simplesmente estão à procura do que desejam, sendo que outras já têm seus feirantes preferidos, conhecem estes de longas datas, e às vezes criam laços de afetividades mais profundos. (Boechat; Santos, 2016 p. 7).

As feiras e os mercados são locais onde se realizam e manifestam as relações culturais, ocorrendo um entrelaçamento entre o urbano e o rural por meio dos produtos comercializados e do contato entre os agricultores e agricultoras familiares e a população urbana. Portanto, são locais de socialização de saberes, lazeres, compra e venda, é indubitavelmente uma identidade comercial, cultural que beneficia todos os atores envolvidos no seu processo de formação e organização.

A pesquisa revelou que, em relação ao Norte de Minas, existem poucas informações a respeito da importância das feiras no cotidiano das pessoas. São poucas as investigações que abarquem o consumo de hortaliças, e os fatores

que estreitam o relacionamento entre a feira, o mercado e os consumidores na região.

Silvestre *et al.* (2011) ressalta que, no semiárido de Minas Gerais, as feiras livres representam mercados cujos custos de entrada para a produção local são reduzidos. Participam produtores que são também vendedores e, por estarem ligados ao abastecimento, inserem parcela da população rural e urbana nos circuitos de trocas, o que possibilita o desenvolvimento local a partir da inserção da agricultura familiar nesse mercado. A seguir, fotos das feiras e mercados regionais:



Figura 2: Fotos das feiras regionais

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

Brandão *et al.* (2015) destacam que, para a região do Norte de Minas, a feira livre é um canal que permite o relacionamento direto entre o produtor e o consumidor final. Isso torna possível identificar mais facilmente as necessidades e desejos do consumidor e melhorar os aspectos tanto da produção quanto da comercialização.

No Norte de Minas, mercados e feiras são pontos de encontro de extrema relevância cultural e econômica para os cidadãos locais. São espaços que guardam consigo grandes tradições da cozinha mineira, preservando e mantendo nossa memória afetiva e sabores locais. Fonseca *et al.* (2017, p. 101) identificam que,

[...] para o Norte de Minas, esses espaços são lugares de interação e integração social. A feira e o mercado constituem um local no qual vão sendo escritas várias histórias, tanto do agricultor e agricultora familiar que utiliza, quanto da sociedade que mantém na feira e no mercado, além de relações comerciais, laços de sociabilidade e de convivência.

Feiras e mercados remetem a uma soma de coisas peculiares, que se misturam em cores, sabores, cheiros, e que durante séculos vêm se repetindo e se aperfeiçoando como um ritual quase que sagrado feito pelo homem e por mulheres. No Norte de Minas, região com presença marcante da ruralidade, a relevância se intensifica, especialmente com a possibilidade desses espaços serem promotores do protagonismo da família rural e em especial das mulheres.

Trabalho rural e protagonismo feminino: alguns apontamentos

As discussões de gênero demarcam um caráter interseccional ao reconhecerem a pluralidade das manifestações singulares e coletivas dos saberes locais. No intuito de contribuir com tais reflexões, o presente artigo sistematizou as produções sobre gênero e ruralidade, de modo a contemplar as diferentes realidades que envolvem a vida das mulheres nestes espaços.

Maciazeki-Gomes *et al.* (2016) destacam que as discussões de gênero ganham destaque nos contextos rurais por se tratar de um território em constante disputa. Para as autoras, a produção da relação gênero e ruralidade necessariamente demanda um enfoque interseccional.

As especificidades locais traduzem mudanças no “jeito de ser mulher” em contextos rurais, nas mais diversas partes do globo. Torna-se essencial levar em conta as questões socioculturais e elementos como classe, raça/etnia e renda, além de saúde, corpo e sexualidades.

Ao retratar dimensões singulares e locais da vida das mulheres, rompe-se com a ideia de que seja possível universalizar as discussões, uma vez que as dimensões socioculturais são fundamentais para a compreensão das dinâmicas que transversalizam as discussões. (Maciazeki-Gomes et al, 2016, p. 122)

A singularidade e transversalidade fazem parte das discussões de gênero, por ser a mulher subordinada e excluída em várias formas de direito durante muito tempo, como a falta de reconhecimento de sua força de trabalho. Nesse contexto, o empoderamento poderia significar a capacidade de fazer representar sua visão de mundo dentro de espaços democráticos e participativos como, por exemplo, sua participação nas associações de produtores rurais locais.

O empoderamento traduzido como protagonismo implica na alteração radical dos processos e das estruturas que reproduzem a posição subalterna da mulher e pode ser percebido nas dimensões econômica, social e política. Pode representar perspectivas como aumento de renda, melhoria na qualidade de vida, capacidade de questionamento de sua posição de submissão e ampliação na sua participação no poder.

A partir do momento em que a mulher desafia relações familiares patriarcais, criando espaço para novas abordagens e perspectivas através do empoderamento, está implicando em mudanças não só em suas próprias experiências, mas também nas de seus companheiros e de sua família e na construção de uma nova identidade. Muitas mulheres desempenham em suas unidades familiares protagonismo na função econômica, acumulando as funções reprodutivas e produtivas.

María Adelaida Quijano (2011) destaca que o entendimento do significado do feminino no espaço rural passa pela compreensão de que as mulheres possuem interesses ligados aos contextos a que estão inseridas. Além das

dimensões histórica, social, geográfica e cultural, preconiza-se o estudo das dimensões políticas e discursivas. A autora enfatiza que as análises de gênero em territórios rurais envolvem a intersecção de três espaços institucionais: a casa, a comunidade e o mercado de trabalho.

Em propriedades familiares rurais, é praticamente indissociável o trabalho doméstico do trabalho produtivo. Assim, a resistência à exploração e a expropriação a qual estão submetidas às mulheres rurais se traduz na busca de novos caminhos e identidades que influenciam na construção social da identidade feminina e no processo político pela conquista dos direitos da mulher rural como trabalhadora.

Como essas atividades não têm reflexo na acumulação financeira da família, elas não são consideradas trabalho e não são contabilizadas nos gastos e ganhos da economia doméstica. Para a mulher rural em regime de economia familiar, “o trabalho agrícola é uma extensão das suas tarefas domésticas” (Herédia; Cintrão, 2006, p.8).

Para Schneider *et al.* (2020, p. 249) “muitas vezes o trabalho da mulher rural se torna invisível, assim como sua contribuição econômica, pois sua atuação é tida apenas como auxílio ou complemento dentro da organização familiar”. Dessa forma, é comum ocorrerem subdivisões e designações para a realização das atividades e, em muitos casos, essa divisão está fortemente marcada pela divisão sexual do trabalho, havendo distinções sobre o que é o trabalho do homem, da mulher e dos filhos e das filhas.

Além de cuidar da casa, no modelo de agricultura familiar, as mulheres são responsáveis pelo trato dos pequenos animais (geralmente aves e suínos) criados no quintal, pelo cultivo de hortaliças, ajudam nos roçados próximos das casas, pela transformação de alimentos (doces, queijos, quitandas), geralmente destinados para o consumo externo, devido ao melhor valor agregado ao produto final. (Ramos, 2014 p.42).

A consolidação da presença da mulher rural em aparelhos produtivos reflete diretamente no melhoramento da renda familiar, oportuniza a compra de bens de consumo que antes não eram acessíveis às famílias e otimiza a

qualidade de vida do grupo familiar. Trata-se do engajamento feminino que recentemente vem sendo notado na sociedade.

As mulheres deslocaram-se do espaço interior ao circularem pelo espaço exterior a partir da diversidade de demandas de trabalho, fato que pode ser visto como uma possibilidade concreta de empoderamento delas. Contextualizada na realidade da mulher da região Nordeste, França e Alves (2020 p. 477) observam que os espaços das feiras são importantes elementos no processo emancipador das mulheres, possibilitando maior autonomia, maior contato com o empoderamento e maior participação feminina nos espaços públicos.

As mulheres vêm configurando um novo processo de movimento de apropriação e empoderamento econômico. Aos poucos se confirma o poder de articulação e implementação da mulher rural nos meios produtivos e reprodutivos da vida conjunta, uma maior consciência em relação aos efeitos nocivos da utilização de agrotóxicos e à importância da agroecologia para a sociedade em geral.

Schneider *et al.* (2020, p. 253), em relação ao protagonismo, afirmam que, atualmente, é possível “verificar algumas transformações na reorganização das atividades em relação ao gênero, isso se deve pelo direito ao trabalho remunerado e o acesso ao estudo adquirido pelas mulheres”. No entanto, para os pesquisadores, no meio rural, ainda prevalecem algumas das concepções relacionadas ao trabalho reprodutivo e ao trabalho produtivo, um associado ao gênero feminino e outro ao masculino.

De forma geral, a revisão bibliográfica indicou que as discussões sobre gênero e trabalho no espaço rural são relativamente recentes, e que a participação feminina é de extrema relevância à unidade familiar, estendendo-se do âmbito doméstico ao produtivo, mas durante muito tempo, essa atuação ficou sob a invisibilidade. Devido ao movimento de reconhecimento, a mulher rural vem conquistando seu espaço político e fomentando seu protagonismo.

O protagonismo das mulheres rurais nas feiras e mercados do Norte de Minas

Após a realização das entrevistas com as mulheres rurais, que atuam nas feiras e mercados do Norte de Minas, obteve-se os seguintes resultados:

em relação à realidade socioeconômica, 70% possuem a idade acima de 45 anos e 80% possuem de dois a três filhos; 75% são casadas e 10% viúvas. Em geral, apresentam-se mulheres em idade adulta, associadas a famílias de diferentes gerações (pais, filhos e netos) com a renda média mensal de dois a três salários mínimos.

No que se refere à divisão do trabalho, que é a forma como as tarefas são distribuídas na família, todas as entrevistadas declararam que as tarefas são divididas. Homens e mulheres exercem as mesmas funções dentro e fora de casa. No intuito de reforçar a investigação, questionou-se novamente sobre as tarefas domésticas, de exclusividade do interior da casa, e as afirmativas foram: *“É tudo dividido, lá em casa todo mundo ajuda”*. Outra destacou *“Mexo mais com as folhas e as verduras, meu menino pega no pesado, xuxu e pimentão, tudo dividido dentro de casa, chegou não tem comida ele faz”*.

No que tange à organização do trabalho e renda, todas afirmaram serem produtoras e comerciantes, e apenas uma parte dos produtos que são revendidos não fazem parte da autoprodução. Os tipos de produtos comercializados são demonstrados no gráfico 01:

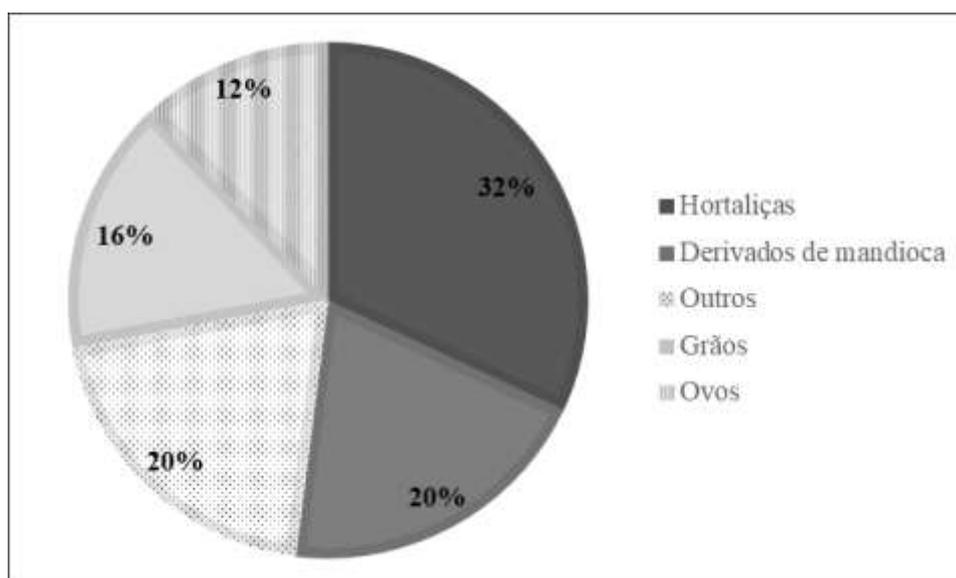


Gráfico 1: Tipos de produtos comercializados nas feiras e mercados

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

Mais da metade dos produtos são as hortaliças e as frutas, seguido dos derivados de mandioca (farinhas) e grãos. As principais são frutas e hortaliças como banana, laranja, manga, cebola, batata, goiaba, maracujá, além de itens como biscoito, tamarindo, leite, alho-poró. Alguns produtos são do extrativismo do cerrado, como a canela de perdiz, castanha do catulé, carqueja, além das mudas de plantas. Em conjunto, uma característica marcante da organização produtiva é a presença da diversidade, tanto na produção como na comercialização.

Em relação à presença de cursos de aperfeiçoamento, muitas entrevistadas citaram a assistência técnica da Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural (Emater), por meio de cursos e palestras. Houve uma declaração em que a entrevistada relatou a participação em curso de nível superior: *“Eu faço graduação em Ciências Sociais na Unimontes, eu dei uma atrasada, o semestre passado eu fiz o estágio, e agora 2024 vou concluir o TCC”*.

Em relação à experiência das mulheres nos espaços das feiras e mercados, destacou-se a relevância para o protagonismo feminino em vários aspectos da vivência. Essa participação estratégica se insere no sustento da família, na promoção da socialização, no bem-estar e na inserção na luta política.

Uma entrevistada afirmou: *“A feira é muito diverso, lá na roça é um pouco, na feira tem um pouco de tudo. Pessoas de vários lugares, tem artesanato, brinquedos, volta e meia tem grupo de danças, o que você não produz compra do outro.”* *“Antigamente não tinha direito a nada, foi no grito, a gente conseguiu auxílio maternidade, direito a férias foi na raça”*. Cada qual tem que ter a sua parte”, ao referir-se à luta da mulher agricultora.

Referindo-se ao tempo gasto, destaca a seguinte declaração: *“A gente fica um tempo preparando durante a semana”*, outra entrevistada destacou *“Tem 25 anos que eu participo da feira”*. Uma afirmativa relevante é a questão financeira *“Minha renda é das feiras e mercados, é daqui que eu tiro meu sustento”*.

Com relação à evolução da mulher na feira e no mercado, uma participante ressaltou *“Nos tempos de antigamente era mais difícil, a feira é demais, feira é terapia, lazer.”* *“De primeiro era horrível, melhorou bastante.”* Em outra entrevista foi destacado: *“Melhorou muito, porque no mercado temos*

o contato com outras pessoas, os clientes, e a comunicação faz a amizade”. “A feira é maravilhosa, tudo que traz vende”.

Identificou-se que existe uma diversidade de significados na participação da mulher nesses espaços, não apenas no âmbito econômico, em especial na socialização, participação, promovendo o protagonismo. A seguir tem-se o quadro 1 com a síntese das afirmativas:

Significado	Econômico	Familiar	Qualidade de vida
Exemplos	<p>“A produção própria é muito mais rentável do que as que são compradas para vender na feira, como batatinha”.</p> <p>“A mulher tem jeito mais meigo, o homem atende de qualquer jeito”</p>	<p>“Tenho oito filhos, todos criados da feira, a família toda trabalha”</p> <p>“A feira mostra a qualidade das coisas a feira ensina.”</p>	<p>“A Feira é maravilhosa, tudo que leva vende. É um lugar de comunicação e lazer, existe muita diversão”</p> <p>“A alimentação é importante comer comida quente feito na hora”.</p>

Quadro 1: Síntese da opinião das mulheres sobre as feiras e os mercados

Fonte: Dados da pesquisa, 2023

As mulheres que vivem e trabalham nas áreas rurais encontram nesses espaços o local de escoamento de mercadoria a partir da venda e compra de produtos; e é visto também como um lugar de lazer, onde as relações de sociabilidade se aprofundam. Todavia, existem pontos a serem melhorados, como a questão da infraestrutura que muitas vezes não atende às necessidades específicas, em especial nas feiras, como afirmou uma entrevistada: *“Atende em parte, falta um banheiro pra gente usar”*. Outra participante destacou: *“Falta muita coisa, não tem um banheiro pra usar”*.

O protagonismo da mulher em relação a esses espaços se mostrou evidente, como nos seguintes relatos: *“A mulher na feira evoluiu muito”*. *“A mulher mudou muito, ela consegue, está entendendo que é capaz, dá conta de estudar e trabalhar”*. Refletindo sobre a trajetória da mulher rural, uma

participante destacou: “Fez com que a mulher evoluísse, o conhecimento *emancipa*”.

Considerações finais

Apesar das conquistas adquiridas pelas mulheres nas últimas décadas, ainda é possível verificar no meio rural sua invisibilidade no que refere ao trabalho e à gestão, visto que elas são importantes protagonistas na efetivação de diversas atividades da propriedade e na manutenção da família. Nesse sentido, é necessário avançarmos no debate sobre a participação das mulheres nas propriedades rurais, e não apenas como coadjuvantes de seus maridos e/ou pais.

O protagonismo das mulheres rurais se inscreve num cenário que busca, não somente por meio de leis, a igualdade entre homens e mulheres, mas que almeja uma mudança na cultura da igualdade de gênero dentro da população. Para isso, ressalta-se o respeito pelas diversidades culturais, étnicas, de gênero, de religião e de modos de vida, num contexto social de igualdade de oportunidades em matéria de alimentação, saúde, educação, moradia, emprego e de acesso à informação, entre outros.

Assim, a partir da pesquisa, foi possível perceber o protagonismo das mulheres rurais nas feiras e nos mercados do Norte de Minas. Sua relevância e participação foi identificada desde o processo de plantio na lavoura até as atividades de comercialização dos produtos. Diversos apontamentos ressaltaram a satisfação ao atuar nesses espaços, passando pela perspectiva econômica, cultural e política, entre outros. Tais relatos evidenciam o protagonismo dessas mulheres no contexto regional, em especial o rural.

Referências bibliográficas

ARAUJO, C. A. L. de; THEOPHILO, Renato C. Análise dos indicadores de desenvolvimento rural do Norte de Minas. In: *Revista Desenvolvimento Social*, Montes Claros v. 27, n. 2, p. 148-169, 2022, p 148-169. Disponível em:

<https://www.periodicos.unimontes.br/index.php/rds/article/view/458>

1. Acesso em: 26 jan. 2024.

BOECHAT, Patricia Teresa Vaz; SANTOS, Jaqueline Lima dos. Feira Livre: Dinâmicas Espaciais e Relações Identitárias. In: *Geosaberes*, Fortaleza, v. 6, 2016.p. 653 - 665. 2016. Disponível em: <http://www.geosaberes.ufc.br/geosaberes/article/download/512/486/> Acesso em: 15 dez. 2022.

BRANDÃO A. A; COSTA CA; GALIZONI FM; CAVALCANTE TFM; NEVES AC. 2015. Perfil socioeconômico dos consumidores de hortaliças em feiras livres na microrregião de Januária. In: *Horticultura Brasileira*, Brasília, v 33, 2015, p.119-124. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/S0102-053620150000100019>. Acesso em: 19 nov. 2023.

FONSECA, A. I. A.; COSTA, S. G.; VIEIRA, G. do R. A. L.; & GALDINO, S. M. G. (2017). Feiras e mercados municipais em Bocaiúva (MG) e Montes Claros (MG): o empoderamento das mulheres agricultoras. In: *Revista do Departamento de Geografia*, São Paulo 33, 2017. p.97-105. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/rdg.v33i0.129166>. Acesso em: 26 ago. 2015.

FONSECA, Isabel Carmen; SILVA, Celia Nunes; FERNANDES, Luis Fernando. Pesquisa qualitativa em saúde: um olhar inovador sobre a produção do conhecimento científico. In: *Revista Baiana de Saúde Pública*. Salvador, v.35, n.4, 2011p.1001-1012. Disponível em: https://rbsp.sesab.ba.gov.br/index.php/rbsp/article/view/270/pdf_83. Acesso em: 14 ago. 2021.

FRANÇA, Ana Lívia de Lima; ALVES, Arilde Franco. Protagonismo feminino nos processos agroecológicos: o caso das mulheres camponesas da Associação EcoVárzea, Paraíba. In: *Revista Principia - Divulgação Científica e Tecnológica do IFPB*, João Pessoa, v. 59, n. 2, 2020 p. 467-479. ISSN 2447-9187. Disponível em: <https://periodicos.ifpb.edu.br/index.php/principia/article/view/5000>. Acesso em: 18 jan. 2024.

GIL, Antônio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4. ed. – 9. reimpr. São Paulo: Atlas, 2007. 208 p.

GODOY, Cristiane Maria Tonetto. *A emergência da identidade ambiental territorial na agricultura familiar nos municípios de Santa Rosa e Novo Machado*, RS. 2015. 113f. Tese (Doutorado em Extensão Rural) – Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS, 2015. Disponível em: <https://repositorio.ufsm.br/handle/1/3820>. Acesso em: 27 set. 2024

HEREDIA, B.M.A. de; CINTRÃO, R. P. Gênero e acesso a políticas públicas no meio rural brasileiro. In: *Revista Nera*, Presidente Prudente, ano 9, nº 8, 2006.p 1-28. Disponível em [:https://revista.fct.unesp.br/index.php/nera/article/view/1443/1420](https://revista.fct.unesp.br/index.php/nera/article/view/1443/1420). Acesso em: 21 de fev. 2021.

MACIAZEKI-GOMES, R. C.; NOGUEIRA, C.; TONELI, M. J. F. Mulheres em contextos rurais: um mapeamento sobre gênero e ruralidade. In: *Psicologia & Sociedade*, v. 28, 2016. 115-124. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/psoc/a/pqP4MDkBx4VLR5Lqf5DLHys/>. Acesso: 26 set. 2022

MARCOS, V. Agroecologia e campesinato: uma nova lógica para a agricultura do futuro. In: *Agrária*, São Paulo, n. 7, p. 182-210, 2007. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/issn.1808-> Acesso em: 13 mar. 2022.

PEREIRA, A. M. *Cidade média e região: o significado de Montes Claros no Norte de Minas Gerais*. Tese (Doutorado em Geografia) – Instituto de Geografia, Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2007.

PINTAUDI, S. M. Os mercados públicos: metamorfoses de um espaço na história urbana. In: *Revista Cidades*, Chapecó, v. 3, n. 5, pp. 81-100, 2006. Disponível em: <https://periodicos.uffs.edu.br/index.php/cidades/article/view/12783/8352> Acesso em: 07 mar. 2014.

QUIJANO, Farah M. A. Cambios en las relaciones de género en los territorios rurales: aportes teóricos para su análisis y algunas hipótesis. In: *Cuadernos de Desarrollo Rural*, Bogotá, v. 5, n. 61, 2011. p. 20, p. 20, Disponível em: <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/desarrolloRural/article/view/1200> Acesso em: 03 out. 2024.

RAMOS, Crystiane Pontes. Mulheres rurais atuando no fortalecimento da agricultura familiar local. In: *Gênero*, Niterói, v.15, 2014, p. 29-46. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/revistagenero/article/view/31200>. Acesso em: 14 out. 2023.

RODRIGUES, Luciene. Formação econômica do Norte de Minas e o período recente. In: OLIVEIRA, Marcos F. M. & RODRIGUES, Luciene (orgs). *Formação social e econômica do Norte de Minas*, Montes Claros: Ed. Unimontes, 2000, p.105-170.

SCHNEIDER, Clair Odete; TONETTO, Cristiane Maria Godoy; WEDIG, Josiane Carine; VARGAS, Thiago de Oliveira. Mulheres rurais e o protagonismo no desenvolvimento rural: um estudo no município de Vitorino, Paraná. In: *Interações*, Campo Grande, v. 21, n. 2, 2020. p. 245-258. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/inter/a/qMfbPhJpKYMfjmWsSsMLZWq/>. Acesso em: 09 out 2023.

SILVESTRE, L. H. A.; RIBEIRO, Áureo E. M.; FREITAS, C. da S. Subsídios para a construção de um programa público de apoio à feira livre no vale do São Francisco/MG. In: *Organizações Rurais & Agroindustriais*, Lavras, v. 13, n. 2, p. 186-200, 2011. Disponível em: <https://www.revista.dae.ufla.br/index.php/ora/article/view/346>. Acesso em: 5 fev. 2024.

TURATO, Egberto Ribeiro. *Tratado da metodologia da pesquisa clínico-qualitativa: construção teórico-epistemológica, discussão comparada e aplicação nas áreas da saúde e humanas*. 2. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2003. 688p.

Vivian Mendes Hermano

Doutora em Geografia. Professora no Departamento de Geociências da UNIMONTES. Faz parte do Núcleo de Estudos e Pesquisas em Geografia Rural-NEPGER. Tem experiência técnica e científica na área de Geografia, com ênfase nos seguintes temas: população, meio ambiente, mobilidade e desenvolvimento.

E-mail: hermanovivian@gmail.com

Currículo lattes: <http://lattes.cnpq.br/6716517336098039>

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3642-6762>

Ana Ivânia Alves Fonseca

Doutorado em Geografia pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP, UNESP/RIO CLARO); Mestrado em Geografia pela Universidade Federal de Uberlândia (UFU) e Graduação em Geografia pela Universidade Estadual de Montes Claros (UNIMONTES). É Professora do Programa de Pós-Graduação em Geografia e dos cursos de Geografia do Departamento de Geociências da Universidade Estadual de Montes Claros (UNIMONTES).

E-mail: anaivania@gmail.com

Currículo lattes: <https://lattes.cnpq.br/4494210387984708>

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7873-750X>

Recebido para publicação em maio de 2024.

Aprovado para publicação em junho de 2024.