

(RE) CONSTRUÇÃO IDENTITÁRIA DAS MULHERES COMERCIANTES DO MERCADO MUNICIPAL DE MONTES CLAROS: UMA DISCUSSÃO SOBRE A MEMÓRIA ORAL

(RE)CONSTRUCTION OF THE IDENTITIES OF WOMEN TRADERS IN THE MUNICIPAL MARKET OF MONTES CLAROS: A DISCUSSION ON ORAL MEMORY

(RE)CONSTRUCCIÓN DE LAS IDENTIDADES DE LAS MUJERES COMERCIANTES EN EL MERCADO MUNICIPAL DE MONTES CLAROS: UN DEBATE SOBRE LA MEMORIA ORAL

Ana Paula Oliveira Lopes¹
Lucas Matheus Araújo Bicalho²
Jéssica Fagundes Sales³

RESUMO: A presente pesquisa tem o objetivo de analisar a partir da memória oral a identidade cultural de comerciantes do Mercado Municipal de Montes Claros - MG. Este artigo buscou também, identificar a importância do Mercado Municipal como patrimônio de memória cultural. Para isso efetuou-se uma pesquisa orientada pela metodologia da História Oral. Este método possibilitou investigar os quadros de referência na identidade cultural desses sujeitos, partindo das narrativas históricas, e da memória oral dos próprios indivíduos. Nosso aporte teórico baseia-se nos estudos de autores que salientam a importância assumida pela cultura local, e pela memória oral na interpretação da realidade e na formação da identidade. Para os comerciantes o Mercado trata-se de um lugar com suas peculiaridades, referências e significados. Esse contexto histórico revela sua diversidade, um lugar que entrelaça memórias, tradições ancestrais, referências identitárias, e histórias, assumindo um significado que compõem em parte as suas vidas como local de trabalho, diversão, enfim, torna-se referência de vivências, constituindo-se como lugar/ patrimônio de memória dos indivíduos e da cidade.

957

Palavras-chave: Identidade. Memória Oral. Sertão Norte Mineiro.

ABSTRACT: The aim of this research is to analyze the cultural identity of traders at the Municipal Market in Montes Claros - MG, based on oral memory. This article also sought to identify the importance of the Municipal Market as a heritage of cultural memory. To this end, the research was guided by the methodology of Oral History. This method made it possible to investigate the frames of reference in the cultural identity of these subjects, based on historical narratives and the oral memory of the individuals themselves. Our theoretical framework is based on the studies of authors who emphasize the importance of local culture and oral memory in interpreting reality and shaping identity. For the traders, the market is a place with its own peculiarities, references and meanings. This historical context reveals its diversity, a place that intertwines memories, ancestral traditions, identity references and stories, taking on a meaning that partly makes up their lives as a place of work, entertainment, in short, it becomes a reference of experiences, constituting a place/ heritage of memory for individuals and the city.

Keywords: Identity. Oral Memory. Sertão Norte Mineiro.

¹Mestranda no Programa de Pós-Graduação em História (PPGH) da Universidade Estadual de Montes Claros (UNIMONTES).

²Mestrando no Programa de Pós-Graduação em História (PPGH) da Universidade Estadual de Montes Claros (UNIMONTES).

³Graduada em Direito pela Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG) e graduanda em Licenciatura em História pela Universidade Estadual de Montes Claros (UNIMONTES).

RESUMEN: El objetivo de esta investigación es analizar la identidad cultural de los comerciantes del Mercado Municipal de Montes Claros - MG, a partir de la memoria oral. También se buscó identificar la importancia del Mercado Municipal como patrimonio de la memoria cultural. Para ello, la investigación se orientó por la metodología de la historia oral. Este método permitió investigar los marcos de referencia en la identidad cultural de estos sujetos, a partir de narrativas históricas y de la memoria oral de los propios individuos. Nuestro marco teórico se basa en los estudios de autores que destacan la importancia de la cultura local y de la memoria oral en la interpretación de la realidad y en la formación de la identidad. Para los comerciantes, el mercado es un lugar con sus propias peculiaridades, referencias y significados. Este contexto histórico revela su diversidad, un lugar que entrelaza recuerdos, tradiciones ancestrales, referencias identitarias e historias, adquiriendo un significado que conforma en parte sus vidas como lugar de trabajo, de ocio, en definitiva, se convierte en un referente de experiencias, constituyendo un lugar/patrimonio de memoria para los individuos y la ciudad.

Palabras clave: Identidad. Memoria Oral. Sertão Norte Mineiro.

INTRODUÇÃO

Montes Claros está localizada na região Norte de Minas Gerais. Ao longo da história do município, os processos de urbanização e territorialização ocorreram em torno da agricultura e da pecuária, aspectos que permeiam a cultura local e fazem parte das diversas tradições ancestrais, sendo algumas das principais referências identitárias da cidade. As mudanças trazidas pela urbanização provocaram uma transformação nas populações, que, antes predominantemente rurais, adaptaram suas formas de comercializar seus produtos (BICALHO, et. al., 2024). A necessidade de novas alternativas para a geração de renda, aliada ao aproveitamento sustentável e à valorização da cultura regional, impulsionou o fortalecimento do comércio, o que representa um fato de grande relevância econômica e cultural para as populações tradicionais.

Desse modo, como destaca Vânia Renata Santana Silva et al. (2010), em busca pela sobrevivência, os grupos tradicionais passaram a adequar seus espaços, gerando novas redes e articulações entre sociedade, cultura e natureza. Nesse novo cenário, tornou-se necessário que esses grupos incorporassem e dialogassem com outras culturas. Populações tradicionais são aquelas que têm como primeiro território o fragmento da natureza, do qual extraem os meios necessários à sua sobrevivência.

Fundamentada no plantio, produção, cultivo, comércio e manejo dos recursos naturais, a história dos ascendentes regionais consiste na transição do homem do campo para os centros urbanos. Para determinados grupos, a agricultura e a pecuária, especialmente a comercialização

dos produtos e serviços oriundos da agricultura e do artesanato regional, foram parte essencial do cotidiano, tornando-se referências de vivências e constituindo-se como um patrimônio de memória dos indivíduos e da cidade. Esses elementos revelam a identidade e os aspectos culturais desses grupos, cujos meios de sobrevivência estavam prioritariamente ligados aos recursos naturais, com práticas sustentáveis de produção, cultivo e fabricação de artesanato. Desse modo, tornaram-se os criadores e detentores de sua própria cultura, criando resistência à modernidade em prol da valorização das tradições dos antepassados. Esses aspectos de resistência e manutenção de suas tradições desempenham, no tempo presente, uma função importante ao potencializar a cultura tradicionalmente rural e popular local (SILVA et al., 2010).

Para Rodrigo Veloso Fagundes et. al. (2014), o mercado é um espaço elaborado para diversas finalidades, sendo uma delas proporcionar um local onde grupos tradicionais, como o homem do campo, artesãos, agricultores e comerciantes, possam vender suas mercadorias à população urbana. O Mercado Municipal Christo Raeff Nedelkoff, localizado na região central da cidade, é uma referência no comércio de produtos tradicionais, recebendo diariamente uma demanda significativa de produtores, consumidores locais e turistas. Consiste em um local destinado a compras de diferentes segmentos, configurando-se, assim, como um espaço de comércio, turismo cultural e lazer.

959

O Mercado Central abriga uma população diversificada, originária de vários municípios mineiros e de outros estados, revelando um conjunto de diferentes relações que se consolidam em seus diversos espaços. Composta por múltiplas identidades e territorialidades, essa população se expressa por meio de identidades culturais e regionalismos, que são observados, criados, recriados e incorporados à cultura local, fortalecendo a identidade do lugar. No Mercado, estabelece-se uma miscelânea de culturas, tornando-se, assim, um espaço que produz e reproduz várias histórias envolvendo feirantes, comerciantes, agricultores familiares e a população que dele participa, conectando o urbano ao rural (FAGUNDES et al., 2014).

Montes Claros (MG) carrega a expressividade do povo do sertão, do interior, e suas tradições, que subsistem e englobam inúmeras identidades e práticas performáticas próprias da localidade, um fato preponderante na construção da identidade local. Essas manifestações culturais se dão por meio da produção e reprodução da cultura local. No mercado, essas práticas se organizam, fazendo com que esses espaços não sejam apenas locais de venda de produtos, mas sim centros de uma cultura social, cultural e política, que desenvolveram um jeito peculiar

de saber-fazer e fazer-sabendo. Esse modo de viver ainda faz referência ao povo sertanejo, transformando-se em um território de vivências diversificadas. A identidade cultural, então, é construída, desconstruída e reconstruída ao longo do tempo, mantendo os hábitos, costumes e tradições que representam os grupos de comerciantes sertanejos, os quais constituem a identidade cultural local.

Um exemplo dessa forma peculiar pode ser observado nas mulheres que trabalham no mercado, algumas das quais dedicam a parte da tarde a atividades como dar aulas, corrigir provas e auxiliar as crianças com suas tarefas escolares, tudo isso no próprio ambiente de trabalho, o mercado municipal. Essa realidade pode ser interpretada à luz de um organismo vivo, refletindo a rotina dessas pessoas, que se distingue do que é habitualmente realizado em outros contextos. Assim, essas mulheres criaram uma estrutura de trabalho própria dentro do mercado, que pode ser comparado a uma microcidade, um local que, para elas, funciona como um verdadeiro lar.

O debate sobre a história da região Norte de Minas é presente em diversos materiais historiográficos, que, ao longo do tempo, fomentaram novos e cada vez mais ricos estudos sobre a cultura local. Esses estudos evidenciam os papéis dos indivíduos como criadores e detentores de sua própria cultura, e os trabalhos pré-existentes possibilitaram uma melhor interpretação da realidade na formação da identidade do povo montesclarenses. De acordo com os autores Carla Cristina Barbosa e Cesar Henrique de Queiroz Porto (2018), em seu livro *Sertão, Tradição, Cultura e Poder*, essas pesquisas buscam descortinar aspectos históricos e geográficos relacionados às tradições ancestrais, que foram e continuam sendo fundamentais para a compreensão dos aspectos culturais e identitários da região, destacando a riqueza da cultura local e regional. Assim, tais estudos buscam evidenciar fragmentos da complexidade da vida no vasto sertão do Norte de Minas, por meio da análise do cotidiano e dos aspectos que permeiam a cultura local e as tradições ancestrais. Mas, de qual cultura e memória se pretende falar e discutir? O objetivo é obter achados historiográficos sobre esse povo não elitizado e os modos de viver de Montes Claros.

A complexidade real e concreta da identidade do povo, embora pressuposta até este ponto, ainda não foi definida nem tiveram seus elementos constitutivos devidamente identificados ou explicados. Ela revela-se ao longo do processo cultural, histórico e social de Montes Claros, despertando o interesse de estudiosos e pesquisadores. Estudos nesse campo são idealizados com o objetivo de revelar e documentar a história local. Nesse sentido, o desafio

deste estudo foi analisar, a partir das memórias narradas, a identidade dos comerciantes do Mercado, criando uma ponte entre a história oral e as representações identitárias contidas em suas narrativas. O objetivo foi, portanto, investigar a identidade cultural dos comerciantes do Mercado Municipal de Montes Claros – MG, considerando-as como um patrimônio de memória cultural. Para isso, foi realizada uma pesquisa orientada pela metodologia da História Oral, que possibilitou a investigação dos quadros de referência na identidade cultural desses sujeitos, a partir da memória oral dos próprios indivíduos.

EXPLORANDO A MEMÓRIA ORAL E A IDENTIDADE DOS COMERCIANTES DO MERCADO CENTRAL DE MONTES CLAROS - MINAS GERAIS⁴

Este artigo foi fundamentado na metodologia da história oral, com base na análise de 'fontes orais', aliadas a conteúdos bibliográficos pertinentes. Seu foco foi a realização de entrevistas com grupos de mulheres comerciantes do Mercado Central, sendo fundamentado nos depoimentos narrados por esses indivíduos, que compartilharam suas experiências individuais ou coletivas. A história oral, de acordo com Ferreira (2000), como método de pesquisa, consiste em uma valiosa ferramenta para promover a conscientização histórica e social, demonstrando que, embora a maneira de entrevistar possa variar em diferentes culturas e circunstâncias, o conhecimento da realidade social é inesgotável. Os aspectos que pretendemos conhecer e explicar se somam a novos e interativos processos envolvidos na produção de significados representacionais, em conexão com a construção de identidades e sistemas simbólicos. Assim, como afirma Portelli (2001, p. 13), “[...] podemos definir a história oral como o gênero de discurso no qual a palavra oral e a escrita se desenvolvem conjuntamente, de forma que cada uma fala para a outra sobre o passado”.

O uso das fontes orais nesta pesquisa é essencial. A tipologia destas fontes é repleta de subjetividades é oportuna para compreender as experiências, a historiografia, a tradição, as memórias, e coloca o sujeito e suas subjetividades como protagonista, e traz a história em suas próprias palavras, e busca ouvir e registrar, e a partir das vozes dos sujeitos (THOMPSON, 1998; BICALHO, et. al., 2024)).

Para Portelli (2001), isso pode ser comprovado pela presença do pesquisador em campo, interagindo com os sujeitos, e pela apresentação do material recolhido aos próprios pesquisados. Os conhecimentos historiográficos, portanto, são obtidos por meio da fala e da memória

⁴ Optamos por não colocar o nome completo dos entrevistados. Colocamos as iniciais de seus nomes.

ancestral desses grupos. Assim, foi possível acessar a produção e recriação da memória sobre a história dos comerciantes do Mercado Central de Montes Claros. Foram realizadas entrevistas com os comerciantes e, por meio da metodologia da história oral, obteve-se a reconstrução dessa memória, com as fontes orais facilitando a compreensão de seu patrimônio cultural, que pode ser sistematizado.

Memórias e outros elementos foram obtidos por meio de entrevistas, realizadas com o intuito de identificar tradições ancestrais e aspectos que compõem a identidade dos indivíduos, explorando os elementos e hábitos da cultura local que se ancoraram, fortaleceram e perpetuaram ao longo de décadas. Além disso, essas entrevistas trouxeram, para o tempo presente, a identificação de novos elementos que agora fazem parte da identidade desses sujeitos. As fontes orais permitem alcançar um lugar de memória e oferecem vários espaços capazes de revelar quem é o povo que vive nesse local. Joel Candau (2011) enfatiza a importância da união entre memória e identidade para abordar as experiências de vida, considerando que as relações que se estabelecem entre as várias dimensões da memória, na construção das identidades, são as memórias propriamente ditas que possibilitam extensões, juntamente com crenças e sentimentos, que se beneficiam da cultura e da memória social incorporada..

Shirley Patrícia Nogueira de Castro Almeida (2009) afirma que o historiador, por meio das fontes orais, acessa campos e significados de grande relevância para determinados grupos e indivíduos, uma vez que os lugares de memória se tornam relacionais. O homem estabelece relações que constroem sentimentos e modos de vida, assim como os gestos do cotidiano. Refletir sobre a multiplicidade de vozes e sujeitos pode contribuir para a preservação da memória.

De acordo com Rodrigo Veloso Fagundes et al. (2014), o Mercado Municipal de Montes Claros está localizado na área urbana da cidade, na Avenida Deputado Esteves Rodrigues, no centro. Ele gera renda, emprego e oferece produtos de qualidade para a região, sendo um local onde são visíveis os aspectos de uma miscelânea de hábitos, culturas, formas de comércio, vivências e uma diversidade de produtos regionais. Observa-se que as pessoas frequentam a feira não apenas para comprar, mas também para encontrar amigos, frequentar bares e restaurantes, que promovem atividades culturais, apresentações artísticas e vendem comidas típicas da região, como arroz com pequi, feijão tropeiro e carne de sol.

O Mercado é um lugar de memória dos montesclarenses, onde se verifica a presença de pessoas simples e trabalhadoras que também contribuíram para a construção da cidade e da

cultura, por meio do tempo e do espaço em que viviam realidades concretas. Segundo Almeida (2009), é um lugar diversificado, situado na perspectiva de lutas de classes constantes, conflituosas e tensionadas, mas firme e seguro ao longo de sua trajetória. O histórico desses comerciantes é bastante similar. Suas histórias envolvem a vinda de seus antepassados, que, em sua grande maioria, iniciaram e mantiveram suas vidas a partir das possibilidades que lhes eram oferecidas naquele tempo. Nas narrativas desses comerciantes, o trabalho no Mercado Central era considerado oportuno e necessário para seus antepassados. Os mais antigos, que ali estabeleceram seus comércios, viam naquele espaço uma chance de melhorar suas vidas. Na fala de CM: “[...] o meu avô foi um dos primeiros comerciantes do mercado, na minha família ele que começou essa profissão aqui”.

Na narrativa, é imperativo em sua maioria, que apareça a figura do homem, provedor, que passa a deslocar se para o Mercado Central a fim de obter o provento para sua família. Nesse cenário, esses grupos são em maior parte de origem rural, de famílias que viveram no campo por um longo período ou mesmo ainda, permanece alguns remanescentes nessas áreas, razão pela qual optaram pela atividade, onde assimilaram grande parte do conhecimento, com familiares e na convivência com a cultura regional, um legado cultural rico e heterogêneo, cuja reprodução era essencialmente ligada à zona rural, ao artesanato e ao comércio. Na fala da entrevistada CM: “[...] meu avô trabalhava aqui há muitos anos, ele tinha um comércio na casa dele... ele veio do Ceará, de Sobral, ele veio pra cá de vapor. Foi Januária, e de lá veio para Montes Claros trabalhar no comércio, ele tinha um armazém, chamava empório”.

963

Em suas memórias é possível identificar que fazem uma ponte entre o conhecimento construído pelos saberes obtidos dos seus antepassados, aos saberes constituídos localmente, isto é, a cultura e os saberes e tradições populares, oriundos de alguns aspectos que caracterizam as populações tradicionais, e que se associam no tempo presente, com os conhecimentos oriundos das vivências do Mercado, e de tempos modernos.

No mercado, as pessoas aprendem, ensinam e se apropriam de saberes, e essa dinâmica torna-se essencial para o fortalecimento e dinamização das economias locais. Quanto ao perfil das mulheres comerciantes identificadas no Mercado Central, atuantes no ano de 2022, observa-se que, majoritariamente, essas mulheres têm uma faixa etária entre 30 e 65 anos, com renda variando entre 1 e 2 salários mínimos, e que consideram o estabelecimento ou ofício como a única fonte de sustento para suas famílias. Em relação à escolaridade, a maioria dos entrevistados não concluiu o ensino fundamental. Também foi observado um maior percentual

de idosos atuando como comerciantes, especialmente na venda de ervas, raízes, produtos naturais e itens de origem rural.

Desses comerciantes podemos perceber que uma boa parte dos são agricultores familiares, eles vivem do comercializam, (couve, alface, cebolinha, coentro), verduras (mandioca, tomate, abóbora, pepino, vagem) frutas (mamão, laranja, limão) e diversos tipos de condimentos e derivados do leite como o queijo e o requeijão caseiro produzidos nas propriedades destes agricultores. Os comerciantes estão centralizados em um corredor de barracas no mercado, onde têm seus produtos empacotados, alguns etiquetados e disposto em balcões sacos de linhagem e prateleiras. Pode-se destacar também que boa parte destes agricultores que participam da feira vem de diversos municípios próximos como Bocaiúva, Janaúba, Juramento, Francisco Sá, Glaucilândia, e de distritos como Lagoinha, Santa Rosa de Lima, Nova Esperança, tendo um maior numero de agricultores na feira os agricultores pertencentes à região do Planalto rural (FAGUNDES et al., 2014).

O Mercado é descrito pela Entrevistada AM, comerciante, que trabalha atualmente para suprir a renda de sua família e apoiar seus familiares no negócio como um lugar que precisa de melhorias, mas que consiste em uma oportunidade de ter renda. Na fala de AM: “[...] aqui é um lugar bom, eu gosto de trabalhar aqui, a gente faz amizade”. CM descreve que estar em seu comércio no Mercado também representa uma oportunidade de reviver a ancestralidade, e as tradições deixadas pelo seu avô. “[...] meu avô tinha um empório, eu fiquei com a banca dele, não era nesse mesmo lugar, a que ele tinha aqui antes no Mercado, hoje esta reformada, minha banca é idêntica a que era dele, mas é meu sonho montar um empório, o meu, quero envelhecer que nem ele, trabalhando”.

964

Os elementos da cultura, da ancestralidade, se relacionam com o território, dando significado as memórias que compõem o imaginário atual e ancestral desses indivíduos, essas relações sociais vivenciadas naquele espaço se ancoraram, fortaleceram e perpetuam. Ao questionar sobre as razões pela qual, aquele lugar foi escolhido como meio de vida, trabalho e comércio: MA relata que “[...] ahhh, foi necessidade, eu vim trabalhar num restaurante, e aí, eu não estava mais dando conta, eu precisava de um lugar que eu trabalhasse mais sentada”. Para CM as razões de trabalhar ali são mais profundas, e vão além de obtenção de renda, “[...] na minha família era assim, eu trabalhava, e estudava, e aí meu avô me colocava pra trabalhar lá dentro do mercado com ele, com nove anos de idade, a gente vinha trazer a comida pra ele, ele ficava descansando, e enquanto isso a gente atendia, quando dava 14:30 ele vinha, e a gente ia embora fazer a tarefa”. O trabalho desses indivíduos perpassa as gerações, são famílias que permanecem e transmitem o ofício, para seus

descentes. Para alguns indivíduos o Mercado representa oportunidade, para outros seu significado está associado à tradição e tradicionalidade.

O Mercado Central faz parte da vida, trabalho, diversão, estudo, enfim, torna-se referência de vivências, constitui um ponto de encontro, lugar e de pertencimento, pois como acontece na maioria das cidades, o mercado é o local onde as pessoas se encontram não apenas para fazer compras, mas para conversar e trocar experiências. Descreve a entrevistada MA “[...] *minha família trabalha aqui, minha filha, meu filho, minha irmã... minha cunhada*”. CM “[...] *eu criei minha filha aqui, de manhã ela estudava, a tarde ela me dava uma força aqui, meu sobrinho, e outros parentes, eu fiz com eles o que meu avô fez com agente, criando trabalhando e dando educação pra não deixar*”. Entrevistada CL, fala sobre as razões que a fizeram escolher o trabalho e o legado de comércio da família, “[...] *tem só 8 meses que estou trabalhando aqui no mercado, não sou daqui, sou de Bocaiuva, a loja é de minha cunhada, mas eu já era vendedora antes. Estou dando um apoio para ela que vai ganhar o neném, aqui tudo é feito em família.*” Entrevistada BL relata que está neste trabalho ao longo de gerações, e que hoje recebe o apoio da família que também trabalha no local, em outras bancas e no comércio de variedades de artesanato, comidas típicas.

“[...] *estou aqui há mais de 30 anos. Os mais antigos aqui é eu, a moça dos temperos... eu ainda tô, algumas saíram e deixaram os filhos (entrevistada CM)*”. MA “[...] *trabalho no mercado há mais de 8 anos, nasci em Janaúba, eu to com 58 anos, não tinha a banca, trabalha na saúde, mas foi com muita luta pedindo um pouquinho emprestado aqui, outro pouquinho ali comprei esse Box, e foi desse Box que desde então sustentei minha família*”. Para CM: “[...] *eu vou falar uma coisa, mas vocês não vão rir não, eu só fiz até a sétima série, mas eu dou aula particular aqui, para as crianças, o povo do mercado eu que ensino*”. “*Eu gosto de trabalhar aqui, aqui é uma família, eu venho pra cá de manhã e só volto de tarde*”. Segundo Almeida (2009), o espaço que se aborda nesse estudo é aquele em que as pessoas têm sentimentos, ou se identificam com ele. Ele faz parte da sua vida como trabalho, diversão, torna-se referência de vivências. Sobre a importância do mercado para esses comerciantes, a entrevistada SP relata que “[...] *O mercado é uma mãe*”. CM descreve o mercado e sua importância como além de ser sua única fonte de renda, ser: “[...] *aqui é minha empresa, meu trabalho, onde ganho minha vida, eu gosto*”.

O mercado é nessa perspectiva um desses espaços criados, pensados e construídos para consolidar as tradições inventadas as peculiaridades e singularidades em relação a sua diversidade cultural, remetendo especificamente ao seu patrimônio e memória.

O mercado de acordo com os aspectos observados em campo nasceu apenas como um lugar para se vender e comprar coisas. Com o tempo, ele foi adquirindo outros significados. De acordo com Almeida, (2009) a dinâmica e a riqueza cultural apresentada nesses espaços nos possibilitam de investigar quais são esses patrimônios e memórias da/na Cidade, suas referências e significados. Assim como destaca Fagundes *et al.*, (2014) o mercado possui vários aspectos a serem pensados que envolvem cultura, tradição, laços de sociabilidade, e não é somente um lugar onde os comerciantes e agricultores familiares utilizam para realizarem suas relações comerciais. Nesses lugares ocorre o entrecruzamento entre o respeito ao passado, seja ele, real ou imaginário, e o sentimento de pertencimento a um dado grupo, entre a consciência coletiva e a preocupação com a individualidade ou entre a memória e a identidade. É muito mais que o espaço geográfico, aquele território definido, com fronteiras delimitadas e claras.

Os comerciantes, são detentores de conhecimentos relevantes, sobre seus produtos, e que buscam reconhecimento do seu trabalho não somente como fonte de renda, mas como a continuidade de um legado histórico e cultural de saberes. Mesmo diante da forte tradição familiar, que persiste no legado desses comerciantes há uma probabilidade de perda de identidade cultural das comunidades locais, principalmente a população jovem, que têm atuado ali, para ajudar sua família. Vânia Renata Santana Silva, *et al.*, (2010) descreve especificamente, na feira do Mercado Municipal há um marco de tradição de comercialização de produtos rurais, construindo, portanto, territórios delimitados materialmente ou circunscritos simbolicamente. CM: “[...] eu gosto de trabalhar com cerâmica de Janaúba, com madeira, pilão colher de pau, os produtos principais que comercializo, são sandália de couro e chapéu de palha que é feito aqui, que é nossa, balaios e essas coisas de cestos são fabricações de nossa cidade”.

Mas recentemente notamos a venda de mercadorias que não se limitam a esse nicho, tais como roupas, sapatos e até mesmo serviços de estética (manicure, pedicura, design de sobrancelhas). Descreve a entrevistada MA “[...] minha mercadoria é mais simples, vendo coisas da nossa região mesmo. Minha clientela a maioria é turista, mas ultimamente esta tão devagarzinho.” Ao questionar sobre suas mercadorias, os entrevistados relatam segundo a percepção de AM: “[...] hoje trabalhamos com produtos locais, por exemplo, o chapéu de palha é um produto artesanal da nossa cidade, são produzidos aqui mesmo, mas outras mercadorias, são revendas e vem de outras regiões.” Entrevistada CL “[...] nos vendemos uma variedade muito grande, esses produtos vêm de vários lugares”.

Cabe ressaltar que as feiras livres e o comércio no mercado municipal, se (re) significam com a urbanização das comunidades, se modificam com as inovações, porém, permanecem como um espaço de cultura e entretenimento como aponta Almeida (2009). Os Mercados Municipais são lugares históricos de comércio, um comércio vivo, de (re) existência, símbolo cultural local, onde o envolvimento das práticas matemáticas, não envolve simplesmente a venda de produtos, mas abarca toda uma cultura de raciocínio gerido por essas gentes que vendem e compram numa prática onde desenvolvem e perpetuam seus saberes. O Mercado Municipal enquanto lugar de memória articula diversas e diferentes abordagens por meio dos sujeitos presentes naquele espaço, a que dei o nome de atitudes “antigas” e aquelas que passam a apresentar coexistem nas mesmas pessoas. As alterações dos comportamentos processam-se, na maioria dos aspectos da vida social, com grande lentidão. As atitudes novas são incorporadas noutras já existentes, parecendo por vezes, à primeira vista, formas das atitudes “antigas” que receberam uma nova aparência. As pessoas vivem assim simultaneamente (ALMEIDA, 2009).

Silva, (2012) reforça que nas últimas décadas, os Mercados públicos têm passado por um processo de ressignificação. As populações tradicionais, composta por camponeses, trabalhadores da terra, proprietários tradicionais e outros que demonstram ligações entre a cultura rural, imprimiram na região Norte de Minas, fortes tradições que marcaram a identidade do povo local, muitas dessas tradições, se mantiveram e permaneceram nas áreas em que esses remanescentes destes biomas residem, e seus descendentes traduzem e transmitem esses valores e tradições culturais até o tempo presente, assim, a identidade do homem sertanejo, do homem rural e do cerrado vêm delineando as configurações e funções de vida entre os significados tradicionais aqui observados e os valores modernos.

Em relação à identidade e a representatividade a entrevistada CM afirma: “[...] isso aqui, o Mercado, faz parte de mim, de minha história e de minha família”. Almeida (2009), destaca essas características como parte dos significados dos comerciantes do mercado, o de ali, se sentir pertencendo àquele espaço geográfico, cultural, econômico, político, enfim, onde a vida pulsa de várias e diferentes formas e ângulos. A constituição e a referência desses sujeitos é o homem sertanejo, tradicional, rural, mas também urbano, mas que se espelha nas tradicionalidades, e que trabalham no mercado considerando que sua ancestralidade é o patrimônio imaterial que ali está resgatado, materializado e manifestado frente ao seu trabalho de comerciante.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As comerciantes locais carregam em sua história conhecimentos diversos, capazes de representar a identidade e a memória da cidade. Esses saberes foram repassados e mantidos pelas atuais gerações, cuja reprodução está essencialmente ligada à zona rural, ao artesanato e ao comércio. Os saberes e tradições populares, em sua maioria, têm origem nos ancestrais dessas populações tradicionais, os quais se associam e se adaptam às realidades do tempo presente. É notória a importância do Mercado, que, desde o início de sua existência, funcionou como o coração pulsante da cidade.

O mercado se apresenta aos comerciantes como um lugar dinâmico, adaptável às ações da sociedade. Ele se transforma e se define como a materialização desse dinamismo humano, que, ao longo de sua existência, se modificou para se adaptar aos novos movimentos sociais. A partir da memória oral, foi possível conhecer melhor quem são esses sujeitos, quem são os comerciantes, e, assim, há uma oportunidade de entender melhor quem é a mulher da cidade e nela. A partir disso, questionamos: qual a representatividade cultural das pessoas que trabalham no mercado em relação ao total da população da cidade? Pensar o Mercado Municipal enquanto lugar de memória é também refletir sobre o papel desse espaço no fortalecimento da história local.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Shirley Patrícia Nogueira de Castro e. **Fazendo a feira**: estudo das artes de dizer, nutrir e fazer etnomatemático de feirantes e fregueses da feira livre do Bairro Major Prates em Montes Claros - MG. 2009. 135 f. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Social - UNIMONTES, Universidade Estadual de Montes Claros, PPGDS/2009.

ALMEIDA, Maria Geralda, Cultura ecológica e biodiversidade. Mercator - **Revista de Geografia da UFC**, Fortaleza, ano 2, n. 3, jun./jul. 2003.

BARBOSA, Carla Cristina; PORTO, César Henrique de Queiroz. **Sertão**: tradição, cultura e poder. Montes Claros: Editora Unimontes, 2018.

BICALHO, Lucas Matheus Araujo et al. O filho que foi pai: memórias e xadrez na cidade de Montes Claros/MG na década de 1980. **Pensar a Prática**, v. 27, 2024.

CANDAU, Joel. **Memória e Identidade**. São Paulo: Contexto, p. 219. 2011.

FAGUNDES, Rodrigo Veloso., et. al. Mercado Municipal De Montes Claros: Uma Análise De Sua Funcionalidade e da Agricultura Familiar. **Fepeg**. Montes Claros: Unimontes: 2014.

FERREIRA, Marieta de Moraes. **Usos e abusos da história oral**. (8ª edição) Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006, p. 183-191.

FERREIRA, Marieta de Moraes; FERNANDES, Tania Maria; ALBERTI, Verena (Org.). **História oral: desafios para o século XXI**. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz/Casa de Oswaldo Cruz; Fundação Getúlio Vargas/CPDOC, 2000. 204 p.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. II. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HALL, Stuart. **Quem precisa de identidade?** In: SILVA, Tomaz Tadeu. *Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2003.

PORTELLI, Alessandro. História Oral como Gênero. **Projeto História**, São Paulo, n. 22, p. 9-36, jun., 2001.

REIS, Filomena Cordeiro. Montes Claros, mg - lugar de memória: uma cidade, um mercado e os arquivos. In: **Simpósio Nacional de História**. São Paulo: USP, 2011.

SILVA, Sandra Siqueira da. **O Mercado Central de Montes Claros e o consumo dos bens alimentares: o patrimônio cultural como vetor do desenvolvimento local** / Sandra Siqueira da Silva. - 2012. 195 f. Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual de Montes Claros - Unimontes, Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Social/PPGDS, 2012.

SILVA, V. R. S.; VIEIRA, R. R.; SILVA, C. A. da. Estudo de raizeiros no Mercado Municipal de Montes Claros - MG: agentes transformadores na valorização dos conhecimentos tradicionais. **Revista Cerrados**, [S. l.], v. 8, n. 01, p. 219-238, 2010. Disponível em: <https://www.periodicos.unimontes.br/index.php/cerrados/article/view/2970>. Acesso em: 7 dez. 2024. 969

THOMPSON, Paul. **A voz do passado**. São Paulo: Paz e Terra, 1998.

WOODWARD, Kathryn. HALL, Stuart. **Identidade e Diferença: Uma Introdução Teórica e Conceitual**. Ed.vozes, 2005.