

**FEIRANTES E NARRATIVAS DE IDENTIFICAÇÃO COM O LUGAR-FEIRA
EM DELMIRO GOUVEIA-AL****MARKET VENDORS AND NARRATIVES OF IDENTIFICATION WITH THE
FAIRGROUND IN DELMIRO GOUVEIA-AL****Kleber Costa da Silva¹**
kleber.csilva@hotmail.com**Juliana dos Santos Lima²**
julianabk2017@gmail.com**RESUMO**

O entendimento da identificação dos sujeitos com um lugar geográfico sugere o acesso a algumas noções fundamentais. As narrativas, por exemplo, são elementos importantes ao entendimento dessa identificação. Sendo assim, sugerimos com este trabalho o registro de apreciação de narrativas e vivências de alguns feirantes que nos ajudem a conduzir interpretações sobre o desenvolvimento de vínculos com o Lugar-feira em Delmiro Gouveia/AL. Para a realização deste trabalho, tivemos como base teórica referências sobre Lugar; Identidade e Identificação; Feiras e Mercados Regionais e Estratégias sociais de sobrevivência. Já enquanto sentido metodológico, ressaltamos a leitura e a aproximação a uma abordagem fenomenológica de apreciação dos significados das narrativas de feirantes, a pesquisa qualitativa com esforços através de trabalhos de campo, registros fotográficos e interpretações de informações e contextos. O propósito central foi o de esclarecer modos de conceber vivências, ligações e estratégias de sobrevivência de sujeitos sociais no tocante ao lugar-feira de Delmiro Gouveia, Sertão de Alagoas.

Palavras- chave: Lugar-Feira; Delmiro Gouveia; Feira.**ABSTRACT**

The understanding of the identification of subjects with a geographical place suggests access to some fundamental notions. Narratives, for example, are important elements to the understanding of this identification. Thus, we suggest with this work the record of appreciation of narratives and experiences of some market vendors that help us to conduct interpretations about the development of bonds with the "Lugar-fair" in Delmiro Gouveia/AL. For this work, we had as theoretical basis references about Place; Identity and Identification; Regional Fairs and Markets and Social Strategies for Survival. As a methodological sense, we emphasize the reading and the approach to a phenomenological approach of appreciation of the meanings of the market vendors' narratives, the qualitative research with efforts through field work, photographic records and interpretation of information and contexts. The central purpose was to clarify ways of conceiving

¹ Universidade Federal de Alagoas (UFAL).² Universidade Federal de Alagoas (UFAL).

experiences, connections and survival strategies of social subjects regarding the marketplace of Delmiro Gouveia, Sertão de Alagoas.

Keywords: Place-Fair; Delmiro Gouveia; Fair.

INTRODUÇÃO

As narrativas sobre identificação de sujeitos com um lugar geográfico sugerem singularidades que permitem refletirmos acerca de como fenômenos e podem ser vivenciados no cotidiano. Elas podem expressar muitas vezes realizações de sujeitos que forjam significações relevantes ao andamento das trocas sociais e das memórias de vida.

Pensando nisso, para este trabalho, pretendemos apreciar narrativas e vivências de alguns feirantes concernentes à construção de vínculos com o Lugar-feira em Delmiro Gouveia, Sertão de Alagoas. Partimos de uma base teórica que trilha por contribuições como Yi-Fu Tuan (2011; 2014; 2018); Tavares (2017); Araújo (2011); Holzer (1999), Giddens (2003), Lima (2022), dentre outros.

O esforço de interpretação se insere num plano ampliado de investigação, então finalizado em 2022, sob título “Feirantes e narrativas de identificação com o lugar-feira em Delmiro Gouveia – AL: estratégias socioeconômicas e culturais de sobrevivência”. A pesquisa inicial levou em conta um total de 37 participantes, sendo 21 deles a responderem às entrevistas e 16 aos questionários, contando com fases de apreciação que valorizaram reconhecimento de área, pesquisas de campo e mapeamentos, pesquisas bibliográficas, interpretação de narrativas e estudos de gabinete.

Enquanto exercício de apreciação que pretendeu ser, registramos por ora os conteúdos e informações entendidos como relevantes, a título de aproximação a uma realidade concreta – a feira popular de Delmiro Gouveia – a uma composição de interpretação e de reflexão que se aliam num sentido de evidenciar a relevância do tratamento do apego e dos significados inerentes às vivências reais dos sujeitos que fazem parte desta ambiência singular.

IDENTIDADE E LUGAR: DISCUTINDO CONCEITOS

Nesse sentido, Lugar diz respeito antes de tudo a uma categoria de análise da Ciência Geográfica. Lima (2022, p. 21) vai explicar que lugar é normalmente associado ao contexto de localização no espaço, como por exemplo, “...a casa onde se vive, o apartamento em que se habita, a Universidade, a escola, a praça, etc.”. Holzer (2003, p. 113) menciona que o conceito de Lugar foi utilizado tradicionalmente pelos geógrafos como uma forma de expressar uma localidade, ou seja, na perspectiva locacional, onde qualquer coisa estaria localizada na superfície da terra.

Numa nova disposição à revisão conceitual, Holzer (2003, p.63) cita que somente a partir da década de 1980 do século passado que o conceito de Lugar passa a ser expressado sob outras lentes de interpretação. E é importante mencionar que essas novas interpretações exaltaram elementos antes nunca considerados, como por exemplo, ingredientes subjetivos de face simbólica e, portanto, intangíveis. Assim, passaram-se a considerar sentidos e aspectos como identificação, significados, vivências, narrativas, além das próprias singularidades.

Para Yi-Fu:

...lugar é um centro de significado construído pela experiência. É conhecido não apenas através dos olhos e da mente, mas também através dos modos de experiência mais passivos e diretos, os quais resistem à objetificação. Conhecer o lugar plenamente significa tanto estendê-lo de um modo abstrato, quanto conhecê-lo como uma pessoa conhece outra (YI-FU TUAN, 2018, p.6).

Assim, podemos dizer que o lugar é construído por vivências e aproximações. E que ele não se resume meramente ao mundo concreto, ou seja, àquilo que a gente vê, mas também àquilo que a gente sente, experimenta e vivencia.

Um aspecto interessante é o fato de que para conhecer o lugar é necessário situá-lo em um plano muito mais elevado que o plano material, ou seja, significa necessariamente colocá-lo no plano da abstração. Nesse contexto, mais importa a subjetividade.

Para Marcelo Lopes de Souza (2013, p.36) um lugar:

...não é ‘qualquer lugar’, um sinônimo abstrato de localidade; ele é um espaço dotado de significado e carga simbólica, ao qual se associam imagens, muitas vezes conflitantes entre si: lugar de ‘boa fama’ ou de ‘má fama’, hospitaleiro ou perigoso, e assim segue. O lugar é, em princípio, um espaço vivido: vivido, claro, pelos que lá moram ou trabalham quotidianamente.

Assim como Tuan, Lopes de Souza (2013, p. 115) menciona o lugar buscando dar ênfase aos seus aspectos simbólicos. O autor deixa em evidência que lugar não é “qualquer coisa ou qualquer lugar”, mas espaço vivido. A partir disso, podemos dizer que o termo localização nada tem a ver com a noção de lugar, porque o primeiro é vazio, inerte, enquanto o segundo é dotado de significado, de vidas e vivências.

Para Staniski et al (2014, p.14) lugar é entendido tal qual um ambiente em que é possível indicar a presença de várias referências pessoais, além das significações que direcionam as diferentes formas de perceber e constituir a paisagem e o espaço geográfico. Para os autores, o conceito de Lugar assume um caráter subjetivo à medida que cada sujeito incrementa, configura e reconfigura um tipo de experiência pessoal no espaço, tornando-o um lugar.

Seguindo essa linha, é possível destacar, dentre todas as colocações dos autores, que um dos elementos essenciais à noção de Lugar se liga à significação, mas não somente a isso. Também são valiosos ingredientes como os laços de afetividade, as vivências, narrativas e, de um modo geral, a configuração de um ambiente dotado de singularidades.

Nessa perspectiva, Marcelo Lopes de Souza (2013, p.115) explicara que

...no conceito de lugar, não é a dimensão do poder que está em primeiro plano ou é aquela mais imediatamente perceptível, diferentes do que se passa com o conceito de território; mas sim a dimensão cultural-simbólica e, a partir daí, as questões envolvendo as identidades, a intersubjetividade e a trocas simbólicas, por trás da construção de imagens e sentidos dos lugares enquanto espacialidades vividas e percebidas, dotadas de significados[...] (SOUZA, 2013, p.115).

Em face do que foi apresentado, podemos notar que ao conceito de Lugar o que mais importa é a dimensão simbólica e cultural, diferentemente do conceito de território, em que há, neste, a predominância dos sentidos de poder e domínio.

Um aspecto interessante e que é mencionado pelo autor é ainda a noção de “identidade”. Que se ressalte, é ingrediente valioso e fundamental ao processo de apropriação e construção de vínculos para com o lugar. Isso permite indicar que não poderia haver lugar sem identificação, sem identidade, pois “...é no lugar que as identidades se desenvolvem de modo mais efetivo, [...] é nele que se agregam e se firmam as realidades de vida, onde se enraízam as vivenciais e experiências pessoais e também coletivas” (LIMA, 2022, p.27).

Lugar e Identidade são equivalentes, nesse caminhar. Atuam harmonicamente, em uma relação mutualística. Sobre isso, Mourão e Cavalcante (2011, p.208) vão explicar que Identidade de Lugar indica a existência de uma “subestrutura” capaz de conter em seu interior um nível mais aguçado de autoconhecimento pessoal à medida que caminha para a proteção e enraizamento de vivências, memórias, narrativas e momentos.

Com base no que foi apresentado por Mourão e Cavalcante (2011), podemos verificar que lugar e identidade estão ligados do ponto de vista de construção de vínculos com o ambiente (afetividade, apego, lembranças, narrativas), mas também em relação ao conhecimento, ao autoconhecimento do participante. Para conhecer o outro é necessário antes conhecer a si mesmo, e para construir memórias em um lugar é preciso ter memórias sobre o que o sujeito é e sobre aquilo que ele projeta, (re)projeta e representa no, com e para o mundo.

Nesse sentido, Lima (2022, p.32) complementa que “a identidade de lugar é a extensão da identidade pessoal, mas é também como o sujeito se reconhece no ambiente vivido. Ou seja, o sujeito é o que o lugar é”. A autora ainda ressalta, que se o sujeito é o que o lugar é ele provavelmente irá estabelecer parâmetros basilares que se farão fundamentais à configuração simbólica e estética do lugar que onde vive ou vivencia. Portanto, o lugar é e será construído cotidianamente por aqueles que o experimentam.

FEIRAS POPULARES E MERCADOS REGIONAIS

Dada a complexidade referente ao conceito de Lugar, a feira popular oportuniza grande riqueza de saberes e conhecimentos sobre vivências e aproximações de sujeitos num ambiente rico e central à constituição do cotidiano social do Sertão Alagoas.

A uma primeira aproximação, Gonçalves (2016, p.37) nos ajudará a entendermos a feira como “...uma conformação de comércio, tem origem na idade média, especificamente, no período do renascimento do comércio, com o aumento do crescimento de mercadorias entre as cidades e o campo”. As trocas dos excedentes com diferentes grupos estrangeiros sinalizaram, de início, um incentivo à transformação de produtos quaisquer em mercadorias, uma característica antes não vista, considerando que anterior a esse processo os produtos eram apenas trocados entre comunidades.

Sobre isso, Sousa (2004) enfatizara que um fator importante a ser considerado é que com as sobras de uns e as faltas de outros surgiu a necessidade de intercâmbio de mercadorias. Tal intercâmbio acontecia entre intergrupos sem a exigência de um lugar específico, onde a busca de se conseguir as mercadorias que necessitavam era mais intensa. A propósito, Machado (2014, p.) menciona que uma forma de facilitar essas trocas foi a determinação de um local específico para tal. Dessa maneira, a autora sugere que o surgimento da feira como um espaço de trocas, no qual se poderia juntar todos os produtos – de propriedades diferentes – e aqueles que desejassem adquiri-los, ocorreu quase que de forma natural; uma exigência necessária, porém fundamental (MACHADO, 2014, p.29)

Diante disso, é possível considerarmos que historicamente as feiras eram realizadas em pontos estratégicos, em cruzamentos de cidade importantes ou próximos a portos, por exemplo. Tal característica contribuiu para a ascensão dos “burgos”, como a própria autora destaca. Esse termo, basicamente, fazia referência às pequenas vilas e povoamentos formados por comerciantes, homens que negociavam entre si.

Sendo assim, concordamos com Lima (2022, p. 35) quando menciona que “a partir da determinação de um ponto específico para o encontro, venda e troca, a feira passa a ocupar locais estratégicos. Tal característica pode ser evidenciada a partir da realização das mesmas em locais que sinalizavam ter um considerável fluxo de pessoas”.

Para o caso do Brasil, todavia, no que tange à origem das feiras, Santos et al (2014, p.125) explicam que elas surgiram a partir do crescimento demográfico e em decorrência da diversidade econômica da colônia. Gonçalves (2016, p.66) complementa que a relevância da feira pode ser datada desde o período da colonização, principalmente no Nordeste do Brasil, onde fomentou a economia e contribuiu consideravelmente para a cultura dessa região.

Diante das considerações, frisamos que a noção de feira não está somente ligada às características econômicas, mas também às características simbólicas. Ou seja, a feira se liga a elementos culturais e de vivências que dizem respeito a identidades, a tradições, a experiências, a significados e a valores desenvolvidos na vida social cotidiana. Considerando tais ingredientes, tomamos como base Tavares (2017), ao explicar esse horizonte mais subjetivo da feira o qual mencionamos anteriormente.

Desse modo, concordamos com ele ao dizer que a feira é

...um lugar de manifestações culturais, ocasiões em que se percebe um rico fluxo de identidades e valores. Nela podemos evidenciar uma sociabilidade entre seus frequentadores. Com isso buscamos ressaltar que a feira não é apenas um espaço econômico, mas também um local de produção cultural. Não é apenas um espaço de dinamização de consumo, é também um espaço de socialização dos indivíduos. Características culturais estão presentes nas feiras livres desde os primórdios, nas quais as relações comerciais se davam através dos excedentes, também serviam como uma forma de integração e aproximação de culturas e costumes entre diferentes povos e comunidades (TAVARES, 2017, p.31).

Diante do exposto, o que se pretende por ora é propor uma reflexão sobre a feira sem, no entanto, circunscreve-la como um espaço físico, visível, mas trazê-la para uma reflexão em que seus ingredientes culturais e subjetivos também sejam evidenciados. Para isso, tomaremos como referência o que menciona Tavares (2017, p.27) ao mencionar que a feira atua obviamente como um lugar de troca de excedentes e, portanto, de relações comerciais, mas que também atua como um lugar de integração entre diferentes costumes e culturas, dentre as quais podemos destacar a inter-relação entre o rural e o urbano, ou seja, entre o campo e a cidade. Assim, podemos notar que não se trata de um único horizonte. Temos, nesse contexto, contextos que se complementam. É um espaço que agrega trocas comerciais, mas é também lugar de vivências, de narrativas, configuração de identidade, enraizamento e de manifestação cultural.

A feira é, dentre outras possibilidades, um valioso mercado regional que agrega diversos elementos em um único lugar, basicamente um escoadouro permanente e contínuo de bens e serviços, onde comerciantes se reúnem em um lugar pré-estabelecido com o intuito de vender e trocar mercadorias e assim suprir as necessidades dos

consumidores (FORMAN, 1979, p.114). Polanyi (2000, p. 76) explica que “um mercado é um local de encontro para a finalidade da permuta ou da compra e venda”. Polanyi (2000), assim como Forman (1979) indicam concordar quanto a concepção de que um mercado regional é um lugar de trocas, vendas, permutas. Todavia, é importante salientar que, para Forman (1979) a feira e o mercado não são as mesmas coisas, embora sejam conceitos vistos como sinônimos, a feira é “...um dos tipos de mercado, cuja função consiste em ‘movimentar mercadorias’” (FORMAN, 1979, p.114).

Nesse mesmo sentido, Lima (2022, p.39-40) explica que “a feira está contida em uma esfera maior que é justamente a área de mercado regional. Esse mercado é fomentado por atividades e estratégias que visam, por exemplo, o desenvolvimento regional através de atividades comerciais de trocas socioeconômicas e sociais”. Entretanto, diferentemente de Forman (1979) e Polanyi (2000), Lima (2022) assume uma proposta singular ao discutir a noção de mercado regional. Como podemos observar, para ela, o mercado regional é também fomentado por estratégias socioeconômicas e sociais. Assim, para além de um espaço de comércio, um mercado é lugar de trocas simbólicas, de vivências entre diferentes sujeitos.

ESTRATÉGIAS SOCIOECONÔMICAS E CULTURAIS DE SOBREVIVÊNCIA

Diante do apresentado, verificamos que um espaço só pode se tornar lugar se nele houver significados, afetividade, identidade. A feira, por sua vez, não é constituída por apenas um sentido de realização, e que assim como a noção de lugar, a feira também não diz respeito apenas aos aspectos materiais, afinal, a feira é um lugar. E se a feira é um lugar, ela necessariamente carece de ingredientes simbólicos, de vivências. Um mercado regional, nesse rumo, é um importante escoadouro de mercadorias, e que também diz respeito a trocas que agregam interações sociais. Portanto, também tem elementos simbólicos como fundamentais à sua existência.

Em complemento, Araújo (2011) explica que as feiras, além de serem espaços de sociabilidades, são lugares de trabalho. São, nesse sentido, lugares que acabam recepcionando aqueles que se encontram em um contexto de desemprego formal. A mesma autora complementa que “as feiras [...] se constituem em lugares de sobrevivência

para esses feirantes, geradores de rendas, rendas que são as principais para a manutenção das suas vidas e daqueles que deles dependem” (ARAÚJO, 2011, p. 131).

Em vista do que foi apresentado por Araújo (2011), podemos indicar que a feira, para além de um ambiente de trocas e de sociabilidades, é também lugar de sobrevivência. É lugar de experiências, mas também de trabalho, de determinação, de integração. Seguindo essa linha de raciocínio, concordamos com Lima (2022, p. 42) ao mencionar que a

...feira se manifesta enquanto um lugar importante para a manutenção da vida, bem como lugar de sobrevivência individual e coletiva. Além de ser um ambiente caro à sociabilidade, a feira é também relevante do ponto de vista de persistência e resistência frente ao desemprego e falta de oportunidade no contexto dos empregos formais (LIMA, 2022, p. 42).

Dessa maneira, a feira é, sobretudo, sinônimo de sobrevivência. Tanto Araújo (2011) quanto Lima (2022) destacam essa característica, e em ambas as autoras podemos ler que a feira é lugar de manutenção de vida para aqueles que dela dependem. Manutenção de vida que na prática se manifesta através da geração de renda e de emprego imediato que se justificam pela situação de informalidade de emprego. Sobre isso, Lima (2022, p.43) ainda vai mencionar que “os sujeitos em situação de trabalho informal buscam alternativas que possibilitem, em primeira instância, a vida, a sobrevivência e a permanência”.

Noutras palavras, a feira acaba se manifestando consoante uma atividade correspondente a um contexto de mercado informal que também concretiza-se como ambiente de sobrevivência aos participantes, sendo, nesse sentido, uma especificidade de mercado regional que sinaliza fomentar as exigências econômicas daqueles que, em sua maioria, ainda não conseguiram ou não tiveram a oportunidade de se adaptar às exigências da mão de obra e das técnicas especializadas das ditas sociedades modernas.

Araújo (2011) ressalta que as feiras se constituem como lugares de luta por sobrevivência, não somente do ponto de vista do ponto de vista de afirmação individual, mas na perspectiva de sobrevivência do núcleo familiar. O interesse do trabalho na feira muitas das vezes se justifica pela oportunidade de ter e de manter uma atividade que gere

renda e que, além disso, forneça autonomia de trabalho, haja vista que o feirante na maioria dos casos é o seu próprio patrão.

De modo geral, a feira popular se apresenta como uma importante estratégia de sobrevivência socioeconômica, mas ela não diz respeito somente a isso. Entendemos que a feira é um universo que transcende as mais variadas interposições materiais e que não se justifica apenas no plano econômico, assim como também não diz respeito somente ao campo cultural e subjetivo. Antes de tudo, compreendemos que a feira se apresenta como uma união indissociável de cada um desses elementos. Nesse sentido, a relevância da feira não é motivada apenas pela constante de sobrevivência, resistência e subsistência, mas também pela necessidade de autonomia, de liberdade, de autoconfiança e motivação ao poderem trabalhar em um negócio próprio.

A AFIRMAÇÃO DO LUGAR-FEIRA DE DELMIRO GOUVEIA

Ao trabalharmos com a noção de Lugar-Feira, devemos levar em conta três outras noções que se combinam: Feira, Lugar e Identidade. Para a configuração da noção de Lugar é importante considerarmos o apego, as experiências, a afetividade, apropriação e a significação. Assim como para a noção geral de Identidade é importante considerarmos a referência particular, a exposição e vivência com outros sujeitos, convivência social, perdas, acréscimos, trocas, ausências e prevalências de atributos culturais. E sobre a noção de Feira, poderemos aplicar o mesmo raciocínio dos demais conceitos já apresentados, combinando sentidos como o de um espaço ao desenvolvimento regional, à produção cultural, ao mercado regional e à comercialização, bem como ambiente estratégico à sobrevivência socioeconômica e cultural de sobrevivência.

Nessa perspectiva, podemos considerar que há elementos que se entrelaçam e permitem a interação entre os três campos principais acima elencados: a singularidade, as interações e inter-relações, narrativas e as trocas materiais e imateriais. Assim, entendemos que é a partir dessa coexistência entre as esferas que surge a noção de Lugar-Feira. Uma noção que não diz respeito nem ao lugar, somente; nem a identidade e a feira, exclusivamente; mas à junção das três concepções.

De modo geral, a Feira é Lugar e é num lugar concreto que a feira está inserida. Nesse entremeio entre o lugar e a feira indicamos a presença da identidade, que é, não por

coincidência, o caminho para a configuração de um lugar geográfico. Assim, podemos dizer que só existe um lugar se, necessariamente, houver afetividade, apego, apropriação, laços simbólicos, identificação e trocas, pois são esses elementos que configuram um espaço em um lugar, e a feira sinaliza conter tais atributos.

Escolhemos, no entanto, exercitar essa reflexão através da realização de um trabalho de investigação com base de dados e registros fotográficos, interpretação de narrativas, entrevistas e questionários. A partir das interpretações realizadas, verificamos que no que se refere ao pressuposto de a feira ser ou não um lugar, a maioria dos feirantes questionados responderam que a feira é sim um lugar. E que se ressalte, para eles o lugar não se refere à localização, mas diz respeito às vivências e experiências. Seguindo essa linha de raciocínio, concordamos com Lima (2022, p. 72) quando menciona que na feira as trocas e as vivências se apresentam como elementos caros a esse processo de construção de vínculos, isso porque há uma interação direta com diferentes sujeitos, tanto entre os que vendem, quanto entre os que compram.

Ademais, cada sujeito carrega consigo as suas narrativas individuais, suas concepções de vida, seus modos de ser e de estar no mundo. Na feira, por exemplo, esses mesmos sujeitos têm a possibilidade de se depararem com várias outros dizeres e modos de ser, nisso, é muito provável que haja trocas e interações e também a exaltação de vivências e experiências. Nesse contexto e diante do que foi apresentado, entendemos que o lugar não é dado, mas é construído cotidianamente. Assim como as relações de afetividade entre os sujeitos precisam ser reforçadas diariamente, o lugar também necessita ser fortificado, configurado, construído.

Dando continuidade às discussões, vimos que para os feirantes a feira é um lugar de vivências e experiências. Entretanto, é necessário que reforçemos que um espaço só se torna um lugar a partir do momento em que os sujeitos se apropriam dele e passam a inserir atributos, dentre os quais podemos destacar, por exemplo, a afetividade, os significados, as narrativas, as vivências. Quando questionados sobre o que os vinculava com a feira, a maioria dos feirantes respondeu que o principal fator é o econômico.

Na verdade, os aspectos econômicos e culturais indicam ser os mais relevantes para a constituição de vínculos dos feirantes como a feira livre. Como já mencionamos anteriormente, a feira, por estar inserida num contexto de emprego informal, possibilita aos seus trabalhadores uma oportunidade de emprego que não exige tanta formação

acadêmica; basta saber vender. Nesse sentido, é natural que, para os feirantes, o aspecto econômico seja favorável à criação de vínculos com a feira, pois é através disso que eles conseguem sobreviver, subsistir e gerar renda.

Para o caso de Delmiro Gouveia, cidade situada no Sertão de Alagoas, a feira popular compreende um lugar que centraliza e concentra o espaço mais dinâmico da cidade, entre os bairros Centro e Eldorado, a firmar demandas socioeconômicas por produtos e serviços no âmbito da região. Dos bens e produtos tradicionais, das verduras e frutas, aos grãos e carnes, roupas e calçados, de brinquedos e ferramentas, etc., a compor cenários de uma feira tipicamente sertaneja que dialoga com as demandas mais recentes dos novíssimos vínculos sociais e econômicos locais com o país e com o mundo.

A feira de Delmiro se estrutura territorialmente por setores vinculados à oferta de produtos, categorizados por frutas e verduras, carnes e pescados, grãos e similares, bem como roupas e calçados, peças e ferramentas, produtos de agropecuária, além de importados. Os meios de transporte, sejam os de distribuição e articulação (Caminhões, Vans etc.) ou os de apoio aos consumidores (D20's, automóveis, motocicletas etc.) se localizam em vias do entorno, com clara presença nas proximidades da Avenida Juscelino Kubitschek e da Rua Sargento Antônio Pedro.

A feira se realiza aos sábados, conferindo às quintas e sextas-feiras os dias dedicados à chegada e à distribuição de parte considerável dos produtos. Nos demais dias da semana, pouquíssimas barracas atuam no espaço da feira. Combinam-se a este amplo território, a coexistência de estabelecimentos comerciais formais, a exemplo de supermercados, lojas de bebidas e de vestuário, bem como farmácias e oficinas, além de serviços voltados ao funcionamento da própria feira.

Para o propósito de nossa investigação, portanto, podemos reforçar a importância econômica e cultural que a feira de Delmiro Gouveia tem para os feirantes a partir das narrativas demonstradas abaixo:

“É minha sobrevivência e ajuda nas contas do fim do mês”³

“...na feira é minha forma de sustento e com ela pude ajudar minha família. Porém trabalho porque é preciso e ela me ajuda”⁴

³ Entrevistada 1, 64 anos, maio de (2022)

⁴ Entrevistada 2, 57 anos, maio de (2022)

“Significa...um meio de sobrevivência”⁵

“...é um patrimônio cultural e um trabalho digno”⁶

“um local de trabalho. Estou aqui porque tenho que trabalhar”⁷

“É fonte de renda, é meu trabalho”⁸

“É o meu ganha pão”⁹

Diante do que foi apresentado nas narrativas, podemos perceber que a feira é muito valiosa do ponto de vista econômico, principalmente para aqueles que não conseguem ou não conseguiram se adaptar às exigências do mundo de trabalho “técnico-científico” atual. Aliás, isso se revela na narrativa da entrevistada 1, ao mencionar que para ela a feira é o meio de sobrevivência, ou seja, é através das vendas que ela consegue gerar renda. Assim como a entrevistada 1, a entrevistada 2 também entende a feira como uma estratégia de sobrevivência, já que é por meio dela que ela consegue pagar as contas e sustentar a família.

Em complemento, há um dado social a ser levado em conta. O grau de escolaridade dos feirantes indica que em sua maioria não conseguiu completar o ensino fundamental. Alguns justificaram que um dos principais motivos foi o fato de terem de sair da escola para poderem trabalhar, ou porque os pais não tinham condições de mantê-los na escola. Esse contexto pode nos ajudar a entender melhor o porquê de muitos feirantes se sentirem vinculados à feira por questões econômicas. Diante de tais circunstâncias, a feira acaba se tornando um dos poucos ambientes em que esses sujeitos podem trabalhar, ter autonomia no seu negócio e gerarem renda para subsistência, pois para vender não precisa ter formação escolar, mais vale a experiência.

Quando questionados acerca das motivações que os levaram cada um dos entrevistados a serem feirantes, eles destacaram três ingredientes principais, a geração de renda imediata, uma escolha de vida e também por questões de tradição familiar. Permanece como um dos principais motivadores para a profissão de feirante a geração de renda e o fato de grande parte viver em situação de informalidade.

⁵ Entrevistado 3, 45 anos, maio de (2022)

⁶ Entrevistado 4, 18 anos, maio de (2022)

⁷ Entrevistado 5, 22 anos, maio de (2022)

⁸ Entrevistado 6, 40 anos, maio de (2022)

⁹ Entrevistada 7, 32 anos, maio de (2022)

Além do aspecto socioeconômico, temos dois outros que se ligam a motivações simbólicas e ao caráter subjetivo de apego à feira; a escolha de vida e a tradição familiar. Assim, notamos que ser feirante não se resume tão somente à geração de renda, embora este seja um dos aspectos mais relevantes demonstrados com base nas narrativas. Há elementos que também se mostram como valiosos como, por exemplo, a tradição familiar e o da escolha pessoal de serem feirantes. Nesse sentido, a motivação para a vivência da profissão é também alimentada por questões que transcendem o caráter econômico e são reforçadas pelas experiências, pelas trocas imateriais e significativas que já indicam ter valor por si só.

Seguindo essa linha de reflexão e dando ênfase aos aspectos simbólicos, consideramos importante apresentar algumas narrativas que sugerem uma breve demonstração dessa proposta. Quando questionados sobre o que a feira significava para eles, alguns feirantes responderam que:

“A feira é tudo [...] estava com depressão por conta do falecimento do meu filho. Aí eu me ocupei [...]conheci novas pessoas e isso ajudou a passar por esse momento difícil [...]a feira salvou minha vida”.¹⁰

“...minha tudo. Se não fosse isso eu tinha morrido de fome [...]”¹¹

“...é tudo para mim. Acho muito bom aqui. Eu amo a feira”¹²

Diante do exposto, podemos verificar que o teor simbólico e emocional é central. Para a primeira, a feira representa um início, um lugar de recomeço, de vida nova. Devido ao fato de a entrevistada estar passando por um momento difícil após a perda do seu filho, a feira se apresentou como uma forma de conforto, pois foi nesse lugar que ela encontrou forças para seguir a vida emocionalmente. Na segunda narrativa, que é de um senhor analfabeto e praticamente cego, a feira também representou um recomeço, pois na feira que ele conseguiu forças para continuar, e ainda foi nela que ele conseguiu renda para poder sobreviver. Devido as suas condições é muito difícil encontrar emprego e na feira ele conseguiu.

¹⁰ Entrevistada 8, 59 anos, maio de (2022)

¹¹ Entrevistado 9, maio de (2022)

¹² Entrevistada 10, 57 anos, maio de (2022)

Já na terceira narrativa apresentada, observamos que para essa pessoa a feira não é apenas um ambiente de trocas, não se limita a um espaço tangível, nem tampouco a um mercado regional, somente. Para ela, a feira é um lugar, mas não qualquer um, é o lugar que ela ama estar, que ela se sente bem em vivenciar à medida que experimenta e constrói os seus significados e ligações com o espaço e a comunidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Propusemos neste trabalho compreender as narrativas de identificação com o Lugar-Feira em Delmiro Gouveia ligada às estratégias socioeconômicas e culturais de sobrevivência. Buscamos interpretar narrativas dos feirantes na tentativa de compreender quais ingredientes são elementares para a construção de vínculos com a feira, transformando-a em lugar de estratégias socioeconômicas e culturais de sobrevivência.

Podemos dizer que a feira é um rico lugar de vivências e experiências para os feirantes. Para eles, é isso que faz da feira um lugar. São as trocas de saberes, o contato com diversas pessoas, as amizades, as histórias pessoais que são compartilhadas. Além disso, vimos que um dos principais motivadores para a criação de vínculos dos feirantes com a feira é o caráter econômico. Isso pode ser justificado, dentre outras possibilidades, devido ao fato de a feira ser um ambiente de mercado que consegue incluir sujeitos com as mais diversas carências e demandas sociais e econômicas. Assim, levando em consideração que a maioria dos entrevistados não tiveram nem ao menos o ensino fundamental finalizado, é coerente que a feira passe a ser um ambiente de inclusão para eles, já que não é necessário muito requisito para trabalhar na feira, basta ter experiência. E por não necessitar de tantos requisitos, a feira se apresenta como uma importante estratégia de sobrevivência para os feirantes de um modo geral.

Notamos que um dos fatores de motivação para a profissão de feirante é a geração de renda imediata. Alguns feirantes destacaram essa vantagem. Desse modo, o que é vendido geralmente já é abonado no mesmo dia, na mesma hora, então a geração de renda acaba sendo imediata e isso é um ponto bastante positivo, segundos os seus olhares. O feirante consegue ter relativa autonomia no trabalho, pois ele consegue ser patrão e empregado ao mesmo tempo, pode ditar as horas e o ritmo de trabalho.

Ainda, a feira também se mostra e se firma como lugar constituído por forte expressão simbólico-afetiva por parte dos participantes, sendo justificado pelas superações de vida, pelos recomeços, pelas novas perspectivas; a feira que não diz respeito a um espaço de trocas de mercadorias, somente e simplesmente. Mas que também realça aspectos igualmente valiosos como os vínculos, o afeto, as narrativas de vida.

Em síntese, quando utilizamos o termo Lugar-Feira, estamos fazendo referência a uma única coisa, não somente a feira e não somente ao lugar, mas aos dois conceitos enquanto noções indissociáveis. Quando mencionamos Lugar-Feira, queremos sugerir um ambiente em que há a exaltação de aspectos simbólicos e imateriais sem os quais não seria possível existir a noção principal. Ou seja, entendemos que a feira está em um lugar concreto, mas só existe esse lugar porque existe a feira quanto ao conjunto de significados e significações forjados pelas vivências, modos de ser e de estar, modos de sentir e de interpretar. Isso enseja uma Geografia que transcende as coisas e olha para as motivações simbólicas.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, G. de A. F. 2011. Continuidade e descontinuidade no contexto da globalização: um estudo de feiras em Portugal e no Brasil (1986-2007). **Tese de Doutorado em História**, Universidade do Minho.

CORREIA, T. de B. **Delmiro Gouveia: a trajetória de um industrial no início do século XX**. Disponível no endereço eletrônico: https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=https%3A%2F%2Fwww.usp.br%2Fpioneiros%2Fn%2Fargs%2FtCorreia_dGouveia.doc&wdOrigin=BROWSELINK consultado em 18/02/2022.

FORMAN, S. 1979. **Camponeses: sua participação no Brasil**. Rio de Janeiro Edição eletrônica. Disponível em: [Microsoft Word - FORMAN Camponeses FINAL.docx](https://scielo.org/doc/Microsoft Word - FORMAN Camponeses FINAL.docx) (scielo.org) consultado em 12 de agosto de 2021.

GONÇALVES, L. A. A. 2016. A metamorfose das feiras nordestinas com a inserção da confecção popular: estudo geográfico das feiras de Caruaru-PE; Aprazível, Sobral-CE e Serrinha-BA. **Tese de Doutorado em Geografia**, Universidade Estadual do Ceará.

HOLZER, W.. 2003. O conceito de Lugar na geografia cultural-humanista: uma contribuição para a geografia contemporânea. **GEOgraphia**, Rio de Janeiro, vol.10, p. 113-126.

LIMA, J. dos S. 2022. Feirantes e narrativas de identificação com o Lugar-Feira em Delmiro Gouveia – AL: estratégias socioeconômicas e culturais de sobrevivência. **Monografia em Geografia**, Universidade Federal de Alagoas.

MACHADO, V. L. 2014. Modernização agrícola no médio norte goiano: a feira como estratégias de sobrevivência do pequeno produtor rural. **Tese de Doutorado em Educação**, Universidade Federal de Goiás.

MOURÃO, A. R.; CAVALCANTE, S. 2011. **Identidade de Lugar**. In: _____ Temas básicos em psicologia ambiental. Rio de Janeiro, Vozes, p. 208-216.

OLIVEIRA, D. A. de. 2020. Território, globalização e circuitos da economia urbana: uma análise à luz de duas cidades do alto sertão alagoano – Delmiro Gouveia e Pariconha. **Monografia em Geografia**, Universidade Federal de Alagoas.

POLANYI, K. 2000. **A grande transformação: as origens da nossa época**. Tradução de Fanny Wrabel. 2 edição. Rio de Janeiro, Compus.

SANTOS, J. E. dos.; SILVA, A. F. da.; SOARES, M. M.; BANDEIRA, S. É. A. de C.. 2014. Feira Livre como Lugar Privilegiado para a (Re)produção e (Re)invenção de Práticas Espaciais e Socioculturais Populares: a Feira Livre de Ceará-Mirim (RN). **Sociedade e Território**, Natal, v. 26, nº 1, p. 58 – 75.

SOUSA, L. G. de. 2004. **Memórias de economia: realidade brasileira**. Edição eletrônica. Disponível em <www.eumed.net/cursecon/libreria> consultado em 15 de agosto de 2021.

SOUZA, M. L. 2013. **Os conceitos fundamentais da pesquisa sócio-espacial**. Rio de Janeiro, Bertrand Brasil.

SOUZA, C. J. V. de. 2017. Transferir para modernizar: os feirantes e as relações capitalistas no alto sertão de Alagoas – Delmiro Gouveia (1980-1990). **Monografia em História**, Universidade Federal de Alagoas.

STANISKI, A; KUNDLATSCH, C. A; PIREHOWSKI, D. 2014. **O conceito de lugar e suas diferentes abordagens**. Perspectiva geográfica, Paraná, vol. 9, n. 11, p. 1-19.

TAVARES, N. J. A. 2017. Feira livre de Boqueirão: dinâmica regional, mercado e consumo no Cariri Paraibano. **Dissertação de Mestrado em Geografia**, Universidade Federal de Pernambuco.

TUAN, Y. F. 2018. Place: as experimental perspective. **Geograficidade**. V.8, n.1, p. 4-15.