



MULHERES QUE “BOTAM BANCA” NA FEIRA DE EUCLIDES DA CUNHA/BA



Fotos: Patrícia Quirino Rocha

PATRÍCIA QUIRINO ROCHA

SÃO CRISTÓVÃO/SE

2020

PATRÍCIA QUIRINO ROCHA

MULHERES QUE “BOTAM BANCA” NA FEIRA DE EUCLIDES DA CUNHA/BA

Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pósgraduação em Geografia da Universidade Federal de Sergipe – PPGeo/UFS – para o desenvolvimento da pesquisa de mestrado sob a orientação da Prof.^a Dr.^a Maria Augusta Mundim Vargas.

SÃO CRISTÓVÃO/SE

2020

PATRÍCIA QUIRINO ROCHA

Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pósgraduação em Geografia da Universidade Federal de Sergipe – PPGeo/UFS – para o desenvolvimento da pesquisa de mestrado sob a orientação da Prof.^a Dr.^a Maria Augusta Mundim Vargas.

Data da aprovação: 03/02/2020

BANCA EXAMINADORA

Prof.^a Dr.^a Maria Augusta Mundim Vargas
Orientadora

Prof.^a Dr.^a Sônia de Souza Mendonça Menezes
Membro interno
Universidade Federal de Sergipe

Prof.^a Dr.^a Vera Lúcia Salazar Pessôa
Membro externo
Universidade Federal de Goiás

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA CENTRAL
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE

R672m Rocha, Patrícia Quirino
Mulheres que “botam banca” na feira de Euclides da
Cunha/BA
/ Patrícia Quirino Rocha ; orientadora Augusta Mundim
Vargas. - São Cristóvão, SE, 2020.

111 f. : il.

Dissertação (mestrado em Geografia) – Universidade
Federal de Sergipe, 2020.

1. Geografia humana. 2. Territorialidade humana. 3.
Mulheres comerciantes. 4. Feirantes. 5. Feiras livres – Euclides
da Cunha (BA). I. Vargas, Augusta Mundim, orient. II. Título.

CDU 911.3:339.177(813.8)

Dedico às mulheres que “botam banca” na feira de Euclides da Cunha/BA, e às mulheres da minha família com quem aprendo a botar banca: Cida, minha mãe, Elza, avó materna, Maria José, avó paterna, Paloma, minha irmã.

AGRADECIMENTOS

“Grandes coisas fez o senhor por nós, e por isso estamos alegres”

Salmos 126:3

Quando tive a aprovação na seleção do mestrado e preparava-me para começar esse novo ciclo, sentia dentro de mim que coisas novas estavam por vir e, de fato, tudo novo se fez. Obrigada, Deus, por seu cuidado; sinto-me abençoada com tudo que tens me proporcionado viver e compartilhar neste mundo. Agradeço pelo seu cuidado constante e pela realização de sonhos e conquistas, muitas dessas nunca passaram pela minha mente alcançá-las, como o mestrado, pois até ingressar na graduação o desconhecia, assim como a maioria da população pobre. Obrigada, Deus, pela colheita deste trabalho.

Mãe, sou grata por ter me ensinado a voar e ter deixado eu partir, mesmo que isso fosse doloroso para você. Minha caminhada é reflexo de tudo que aprendo com você. Paloma e Pitágoras, vocês acreditam tanto em mim que, quando os dias são difíceis, a fé de vocês é como uma raio de luz que atravessa as nuvens iluminando minha vida.

Falando em iluminar a vida... Nazareno, com você tenho aprendido a ser mais leve, obrigada por cuidar de mim.

Às mulheres que botam banca na feira de Euclides, agradeço pela confiança ao compartilharem suas vidas comigo e me acolherem em suas bancas com tanto carinho; obrigada, porque as histórias de vocês são motivadoras e encorajam-me a nunca deixar de “botar banca”.

Guta, obrigada não somente por me orientar, mas por respeitar e compreender meus anseios e desejos em pesquisar as mulheres feirantes. Com você aprendo a fazer pesquisa com seriedade e rigor acadêmico, sem esquecer de tratar o outro como um semelhante, pois é no outro que nossas individualidades encontram sentido. Obrigada por ser minha companheira de banca, essa “banca” é nossa!

À banca examinadora, Dr^a. Sônia Menezes e Dr^a. Vera Pessôa, pelas contribuições e disponibilidade desde a qualificação da dissertação.

Agradeço também ao meu grupo de pesquisa, Sociedade & Cultura, pelos momentos de aprendizado com as discussões de texto, com os eventos, as conversas, as risadas... eu cresci muito com vocês. Agradeço especialmente a Dani, Vanessa, Jorge, Cícero e Rodrigo.

Nessa caminhada também conquistei grandes amigos, com os quais extrapolei as barreiras do PPGEIO: Bruna Santana, Heberty Ruan e Bruno Ribeiro, obrigada por serem meus cúmplices, confidentes, consultores, ombro amigo, conselheiros e amigos, é muito bom ter vocês ao meu lado.

Obrigada FAPITEC, financiamento desta pesquisa, pois a bolsa de estudo foi imprescindível para a realização.

Agradeço também ao Programa de Mobilidade Acadêmica – PROMOB pela oportunidade de vivenciar, durante 30 dias, a realidade do Instituto de Geografia e Ciência da UFMG, participando de disciplina, aulas de campo, palestras e eventos. Além do contato com outra cultura e outros moldes de viver na cidade de Belo Horizonte.

A vida acadêmica nos faz crescer a ferro e fogo, nos molda a sua maneira, de acordo com seus padrões. Daqui e “aculá” nós vamos saltando desse molde e tomando proporções únicas, mesmo que dentro de uma linha de montagem. Assim foi esse mestrado, pois a Patrícia que o iniciou já não está entre nós, não sou mais a mesma. Como não pudera ser de outro jeito busquei, durante minha caminhada, ser a melhor versão de mim; respeitando o princípio de ser verdadeira, evito passar uma imagem que destoia de minha essência.

Sou GRATA por ter concluído o mestrado, pois existiram dias em que esse momento era distante e incerto... Dito isto, reitero, obrigada a todos que dividiram essa caminhada comigo, pois foram muitos momentos em que duvidei de mim mesma, mas em vocês achei encorajamento e força para continuar.

RESUMO

Esta dissertação apresenta como sujeito/objeto de estudo as mulheres que “botam banca” na Feira em Euclides da Cunha/BA. Consideramos que mulheres e homens produzem diferentes territórios e lugares, por isso é imprescindível investigar pela perspectiva do gênero. Com o objetivo de compreender as práticas e saberes das mulheres feirantes, buscamos apreender suas vivências como mulheres e feirantes, seus vínculos com os produtos de suas barracas e refletir sobre suas territorialidades. A feira de Euclides da Cunha e as mulheres que botam banca estão inseridas nos sentidos de sertão, possuindo-o por completo em um contexto geográfico, cultural, político e econômico. A investigação é de abordagem qualitativa, operacionalizada pela percepção, caminho metodológico que escolhemos para desvendar como enxergamos os outros e a nós mesmos, conscientes de que foram pelos sentidos corporais que apreendemos, pelos “de fora” e pelos “de dentro”, o mundo vivido das mulheres feirantes. A Feira de Euclides da Cunha é, desde os primórdios de sua fundação, elemento importante na formação do município, e revelador da cultura regional. Caracteriza-se como lugar no qual são tecidas relações de amizade, solidariedade e companheirismo e, também, como território marcado pelas relações de poder no âmbito concreto e simbólico. Assim, as vivências das mulheres feirantes tecem o território-lugar, por meio de suas territorialidades, que singularizam o território feira, atribuindo-lhe formas e significados que, dialeticamente, marcam a feira com suas vivências. É, pois, pelo “botar banca”, que as mulheres feirantes tecem suas existências e, nesse “ir e vir” das suas localidades para a feira, são forjadas materialidades e imaterialidades reveladas em suas práticas e reveladoras de seus saberes.

Palavras-chave: Território-lugar. Práticas. Saberes. Mulheres. Feirantes.

ABSTRACT

This dissertation has as subject/object of study the women who "put up stalls" in the fair of Euclides da Cunha / BA, starting from the understanding that women and men produce different territories and places and, Therefore it is essential to investigate from the perspective of gender. To analyze the practices and knowledge of women marketers, we seek to apprehend their experiences as women and marketers, their ties with the products of their stalls and reflect on their territorialities, having with geographic, cultural, political and economic context: the backlands. The research is of a qualitative approach, operationalized by the perception, methodological path we choose to unravel how we see others and ourselves, aware that it was the bodily senses that we apprehended, the "outsiders" and the "insiders", the lived world of market women. Euclides da Cunha's fair has been, since the beginning of its foundation, important element in its formation, and revealing the regional culture. Moreover, it is characterized as a place in which relationships of friendship, solidarity and companionship are woven. It is, therefore, by the "put up tent" that women marketers weave their existence and, in this "come and go" from their localities to the fair, materialities and immaterialities are forged revealed in their practices and sabers.

Keywords: Territory-place. Practices. Knowledge. Women. Marketer.

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURA

CP	Comestíveis Primário
CS	Comestíveis Secundário
NC	Não Comestíveis
EICR	Enumerar, Identificar, Catalogar e Representar
CAR	Companhia de Desenvolvimento e Ação Regional

LISTA DE FIGURAS

Figura 01	Mapa de localização do município de Euclides da Cunha-BA.....	14
Figura 02	Áreas de influência da feira do gado de Feira de Santana/BA e Arcoverde/ PB	19
Figura 03	Feira na Praça da Bandeira, 1934.....	20
Figura 04	Localização da feira em 1955 e em 2009.....	21
Figura 05	A “nova feira”: Centro de Abastecimento Joaquim Matias de Almeida em 2012.....	22
Figura 06	Locais de realização da feira ao longo do tempo.....	23
Figura 07	Mudança no fluxo de carros e ônibus na cidade nos dias de feira.....	24
Figura 08	A feira em movimento.....	26
Figura 09	Tipologia dos produtos.....	27
Figura 10	Setores da Feira de Euclides da Cunha	28
Figura 11	Barracas das “coisinhas da roça” na lateral direita da cobertura.....	32
Figura 12	Croqui do Centro de Abastecimento Joaquim Matias de Almeida, a feira....	35
Figura 13	Esquema ilustrativo da análise	41
Figura 14	Esquema da descrição analítica do <i>corpus</i>	42

Figura 15	Perfil das mulheres que botam banca na feira de Euclides da Cunha.....	46
Figura 16	Dona Maria e Maria do Carmo em suas barracas de feira.....	59
Figura 17	As barracas de comidas estão em toda a Feira	61
Figura 18	Corredor das feirantes da agricultura familiar.....	62
Figura 19	Mapa com municípios de residência das mulheres que “botam banca” em Euclides da Cunha, 2018-2019.....	65
Figura 20	Caminhões carregados de mercadorias para venda aos feirantes	68
Figura 21	Mapa das rotas de transportes dos produtos comercializados na feira, 2019..	68
Figura 22	Varal de panos de prato na barraca de produtos variados.....	77
Figura 23	Feirantes louceiras exibindo suas panelas de barro	79
Figura 24	Maria José com seu buquê de ervas protetoras e pinhão roxo em outras barracas	81
Figura 25	Mãe e filha em sua barraca de feira.....	82
Figura 26	Comparação da qualidade dos alfaces	83
Figura 27	Ornamentação das barracas.....	87
Figura 28	Três gerações de feirantes: filha caçula, mãe e nora	88

LISTA DE QUADROS

Quadro 01	Perfil das Mulheres Feirantes.....	43
Quadro 02	Local de residência das feirantes.....	66
Quadro 03	Origem dos produtos comercializados pelas mulheres feirantes.....	67
Quadro 04	Identificação dos produtos sertanejos.....	72

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	13
2. O CHÃO DA PESQUISA.....	18
2.1 No vai e vem da feira.....	19
2.2 Criando caminho até as mulheres que “botam banca”	29
2.3 Perfil das mulheres que “botam banca”.....	42
3. ENVEREDANDO PELOS CAMINHOS.....	48
3.1 Mulher, feirante e sertaneja.....	48
3.2 Território, território-lugar e territorialidades.....	54
3.3 Redes de mulheres feirantes.....	63
4. HORIZONTES: MULHERES FEIRANTES.....	71
4.1 Práticas e saberes que revelam os sertões.....	71
4.2 Práticas e saberes que revelam as feirantes.....	78
4.3 Práticas e saberes que revelam as mulheres.....	85
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	91
REFERÊNCIAS.....	94
APÊNDICES.....	100

1. INTRODUÇÃO

A expressão “botar banca”, a priori, pode transmitir ao leitor uma ideia errada, ou pelo menos diferente da que pretendemos passar, talvez pelo duplo sentido que a expressão carrega; de alguém que se considera superior aos outros e por isso vangloriar-se e, no sentido literal, de colocar/armar uma barraca. As mulheres feirantes não se vêem melhor que as outras, nem tão pouco as consideramos assim, o que acontece é que elas têm, na sua prática, motivo de muito orgulho: ser feirante.

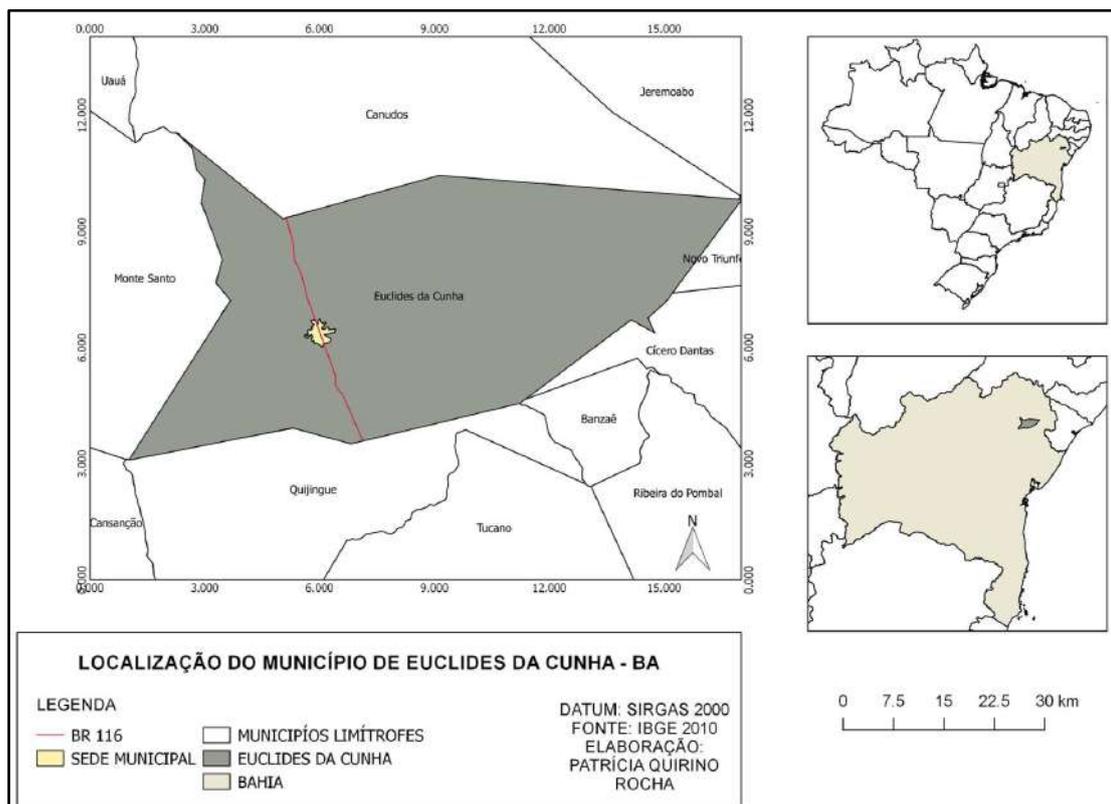
Escolher fazer o recorte do sujeito pelo sexo feminino, visto que o conceito de gênero abrange uma discussão maior do que feminino e masculino, foi uma decisão de caminhar ao lado desses sujeitos e visibilizar, pela pesquisa acadêmica, as mulheres que “botam banca” na Feira em Euclides da Cunha/BA e, assim, visualizá-las em suas práticas e saberes.

O município de Euclides da Cunha localiza-se no semiárido baiano, com destaque para a economia em torno do setor terciário, cuja expressividade é notada pela diversidade de oferta dos setores do comércio e de serviços, constituindo a centralidade do município na microrregião que leva seu nome, composta por nove municípios¹.

A feira ganha destaque na economia do município, porque no dia da sua realização, aos sábados, aumenta a movimentação do comércio de alimentos, de vestuários, de calçados, de material de construção civil e de prestação de serviços. Destaca-se nessa movimentação, além do deslocamento de consumidores de outros municípios, os agricultores rurais que trazem seus produtos para comercializarem na feira, seja na condição de produtor ou na condição de feirante. É esse, pois, o universo do nosso estudo: a feira do município de Euclides da Cunha (figura 01).

¹O município de Euclides da Cunha situa-se, de acordo com o IBGE, na mesorregião “Nordeste Baiano” e dar nome à microrregião composta pelos seguintes municípios: Cansanção, Canudos, Euclides da Cunha, Monte Santo, Nordestina, Queimadas, Quijingue, Tucano e Uauá.

Figura 01 - Mapa de localização do município de Euclides da Cunha-BA



Fonte: IBGE 2010. Elaboração: Patrícia Quirino Rocha

A escolha desse município sertanejo almejou evidenciar a pluralidade que o sertão abriga e expor seus limites territoriais que não são fixos, porque surgem e são nutridos pelo imaginário humano e, portanto, é dinâmico e incerto. Almeida (2003a) aponta duas perspectivas pelas quais podemos compreender os sertões, o vivido e o imaginado, findando que a construção dos sertões acontece por meio de quem o vivencia pelo cotidiano, os “de dentro” e por aqueles que não o vivenciam, os “de fora”, que desenharam no imaginário um sertão por meio das informações que recebem, portanto o território-lugar das mulheres feirantes é o nosso sertão.

Nesse sentido, Almeida (2013, p.45) escreve sobre a importância de ver além das aparências quando diz que é preciso “saber olhar o que não se vê”. Essa expressão reforça o olhar da autora desde seus estudos sobre gênero e identidade territorial das mulheres sertanejas, quando foi constatado que elas, ao narrarem suas histórias de vida, posicionavam seus trabalhos no contexto dos afazeres domésticos, como lidar com as roças do marido e com uma rede de confecção e venda de bordado (VARGAS; ALMEIDA, 2008).

A importância de pesquisar gênero na geografia repousa na necessidade de se compreender que mulheres e homens estão e produzem diferentes lugares, territórios e espaços, pois “[..] constrói e é construído pelas experiências e vivências cotidianas espaciais a partir de representações.” (SILVA, 2003, p.42), construindo uma geografia que compreende que as relações espaciais não são hegemônicas.

É imprescindível aguçar os sentidos para além do que está posto e, dessa forma, apreender os significados que permeiam as práticas e saberes das mulheres feirantes. Além disso, o movimento feminista na geografia cresce na denúncia de que essa ciência considerou por muito tempo a sociedade e o espaço geográfico de forma heterogênea, neutra e assexuado, como aponta Prats (2006) e Silva (2003).

Diante desse contexto, nosso objetivo é compreender as práticas e saberes das mulheres feirantes; para tal, procuramos (i) analisar suas vivências, (ii) compreender seus vínculos com os produtos de suas barracas e (iii) refletir sobre suas territorialidades.

Adentrar o mundo vivido das mulheres feirantes é também um processo de autoconhecimento, pois, como afirma Dirce Suertegaray (2002, p. 1-2): “buscamos respostas para nossas dúvidas em relação ao mundo e a nós neste mundo”, complementando que “o processo de pesquisa/investigação é, também, um processo de autoconhecimento, ou seja, o reconhecimento de nós no mundo”.

A percepção, pautada na fenomenologia existencial de Merleau-Ponty (1999) e nos sentidos corporais pontuados por Tuan (1983), permeiam nossa pesquisa como forma de descortinar o outro, as mulheres, e ao mesmo tempo nos visualizar enquanto parte desse coletivo. A percepção que escrevemos “não é uma ciência do mundo, não é nem mesmo um ato, uma tomada de posição deliberada; ela é o fundo sobre o qual todos os atos se destacam e ela é pressuposta por eles.” (MERLEAU-PONTY, 1999, p.6) é nossa percepção do mundo como resultado das vivências experienciadas nele.

Ao reconhecer essa forma de ver o mundo direcionada para o outro enquanto objeto/sujeito de pesquisa, entendemos que não há neutralidade ou “pureza” no modo de perceber o que está posto diante de nós. Isto, porque a percepção é sempre influenciada pelas vivências e experiências espaciais que antecederam o momento de observação atual. Visto que, como bem coloca Merleau-Ponty (1999, p. 524):

Posso fechar os olhos, tapar os ouvidos, mas não posso deixar de ver, nem que seja o negro de meus olhos, de ouvir, nem que seja este silêncio, e da mesma maneira posso colocar entre parênteses as minhas opiniões ou

minhas crenças adquiridas, mas, o que quer que eu pense ou decida, será sempre sobre o fundo daquilo que anteriormente acreditei ou fiz.

A percepção do mundo começa com a percepção de quem eu sou diante de um referencial usado para comparar elementos exteriores, que identificamos pelas similitudes ou distanciamento de quem somos. Embora seja necessário olhar para si e reconhecer quem somos, para além de nossa individualidade há um mundo no qual nos relacionamos com outras individualidades, as quais constroem uma coletividade baseada nas similitudes, mas que, ao mesmo tempo, precisa das diferenças para continuar se reafirmando, pois é por meio de um referencial que sabemos quem somos e o que não somos, e mais, o que juntos podemos ser.

Neste contexto, desenvolvemos o estudo e estruturamos o texto em três capítulos, além da introdução e considerações finais. No primeiro capítulo, intitulado “O chão da pesquisa”, narramos a história e formação da feira, desde sua origem aos dias atuais, bem como a exposição da construção metodológica da pesquisa das incursões na feira até a tessitura do perfil das mulheres que “botam banca”.

No segundo capítulo, “Enveredando pelos caminhos”, refletimos à luz das categorias geográficas: território, lugar e territorialidade, sobre o ser-no-mundo das mulheres feirantes, sinalizando para um entedimento da produção da feira como um território-lugar.

No terceiro capítulo “Horizontes: mulheres feirantes”, as reflexões são conduzidas pelos diálogos, estabelecidos durante a pesquisa com as feirantes, os quais são marcados pelas suas práticas e vivências, reveladoras dos sertões e das mulheres feirante.



O chão da pesquisa



Foto: Patrícia Quirino Rocha

2. O CHÃO DA PESQUISA

Nas próximas páginas, estão os registros do que chamamos de “chão” da pesquisa, pelo qual buscamos expor nossa trajetória metodológica e perceptiva do mundo vivido das mulheres feirantes. Quando chegamos pela primeira vez na feira, na condição de pesquisadores, nosso olhar era um misto de curiosidade, ansiedade e medo. Curiosidade em compreender o objeto de estudo, ansiedade para conhecer nossas “sujeitas”, e medo por não saber os desafios e surpresas que a pesquisa revelaria.

No decorrer do tempo, as reflexões e construção de aportes metodológicos foram alvos de estudo, pois são basilares para o desenvolvimento das pesquisas científicas. Nesse sentido, nossa abordagem é de cunho qualitativo, a qual para Chizzotti (2003, p. 221) “[...] implica uma partilha densa com pessoas, fatos e locais que constituem objetos de pesquisa, para extrair desse convívio os significados visíveis e latentes que somente são perceptíveis a uma atenção sensível[...]”.

Entendemos que no caminho da pesquisa lidamos com pessoas que são fontes da pesquisa. Assim, surgiu a necessidade de chamar a atenção para a postura do pesquisador, que deve primar pela seriedade acadêmica, pela ética e ter o cuidado com o mundo vivido do outro, como pontua Souza (2013, p.63)

Quando optamos pelos estudos qualitativos estamos lidando com uma dupla obrigação: em um primeiro lugar, com os nossos compromissos de pesquisa e, em segundo lugar, com as pessoas pesquisadas. Pessoas estas que deixam de ser meramente “objetos de pesquisa” para ser protagonistas de nossos estudos, “sujeitos da pesquisa” que interagem e dão voz.

Os sujeitos da pesquisa devem ser respeitados em suas subjetividades e na sua forma de ser e estar no mundo. Ao pesquisador, nesse contexto, é atribuída a responsabilidade de ser o intermediador entre os conhecimentos científicos e populares, portanto, buscamos refletir à luz dos conceitos geográficos para que tivéssemos êxito no “fazer pesquisa”, pois:

[...] se o pesquisador não se rodeia de cuidados especiais para colher e trabalhar os dados (sejam qualitativos ou quantitativos) corre o risco de fazer um bom trabalho, mas que poderia ser feito por qualquer bom repórter para o caderno de cultura do jornal de domingo. (WHITAKER 2002, p.37)

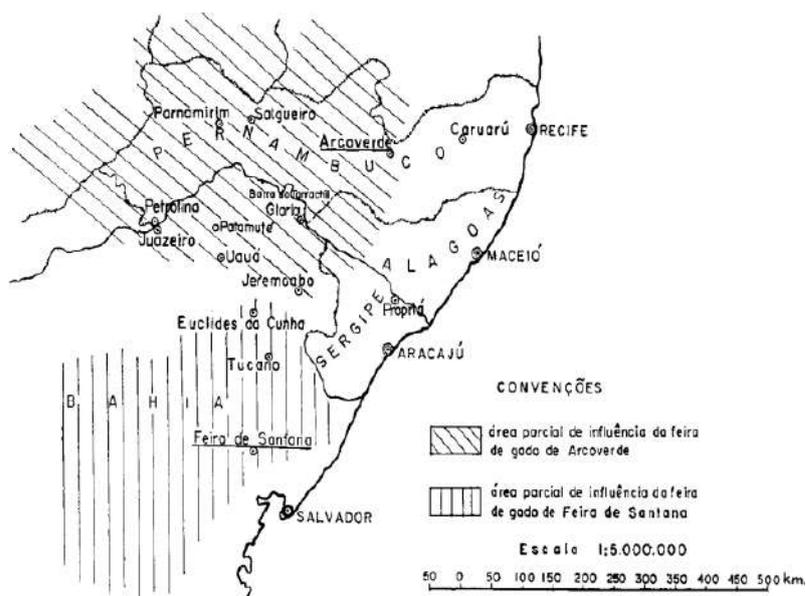
Proucuramos construir nossas reflexões sobre o mundo vivido das mulheres feirantes, desvendando a feira e suas formas de fazer metodologicamente, pelos instrumentos de pesquisa e, teoricamente, pelos conceitos da geografia.

2.1 No vai e vem da feira

Há registros da feira de Euclides da Cunha antes da emancipação do município em 1933. Aras (2003, p.121-122) relata que “[...] mesmo antes em 1850, já existia nesses terrenos, e na Fazenda Carrancudo, uma feirinha muito frequentada, e onde eram vendidos produtos da terra [...] além de ferragens e objetos de ourivesaria trazidos por viajantes de outras terras.”

Outro fator relevante na formação da feira foi a localização do município ao lado da estrada da rota do gado, atualmente BR 116, pela qual transportava-se o gado até a cidade de Feira de Santana para sua comercialização na feira do gado. A influência desta para o desenvolvimento do município é observada em Strauch (1952) pelo seu estudo sobre as feiras do gado em Feira de Santana/BA e Arcoverde/ PB, o autor demonstra, na figura 02, essa relação entre a feira do gado e o desenvolvimento regional, e pontua Euclides da Cunha na área de influência.

Figura 02 - Áreas de influência da feira do gado de Feira de Santana/BA e Arcoverde/ PB



Fonte: Strauch, 1952.

Além dos boiadeiros que passavam pela localidade, Aras (2003, p.123) menciona a presença dos tropeiros, culminando para o entendimento de que Euclides da Cunha era um local de passagem dos viajantes:

A nova feirinha passou a ser mais frequentada por tropeiros dos sertões e das circunvizinhas, em busca de cereais, fumo, frutas, couros e farinhas, principalmente. Traziam mercadorias e produtos que não se encontravam na região. E, em pouco tempo, o povoado se destacou pelo seu crescimento.

A feira acontecia debaixo dos pés de Cajarana, ao lado da Igreja de Nossa Senhora da Conceição, na Praça da Bandeira, como descrevem Aras (2003) e Nóbrega (2012) e, somente depois, foi construído o “barracão da feira, que levava o nome de seu idealizador “Major Antonino”.

A Figura 03 retrata a primeira estrutura da feira em anos distintos; observamos também a presença das mulheres destacando o uso de aventais, vestidas de cor clara e sapatos fechados. Pela estrutura das armações, com a presença de bandeirolas, compreendemos que as fotos foram tiradas no mesmo local e, provavelmente, a nomenclatura “Feira Chic” foi um dos nomes atribuídos a ela.

Figura 03 - Feira na Praça da Bandeira, 1934



Fonte: Museu do Cumbe

Parte da liderança política local, com destaque para Seo² Dantas, considerava falta de respeito com a igreja e com Nossa Senhora da Conceição a feira ser ao seu lado e, por isso, quando Seo Dantas estava no poder, transferiu sua estrutura para a praça nova, conhecida atualmente como Praça do Jardim ou Duque de Caxias.

Dessa forma, sua localização era subordinada ao grupo político da situação, como aponta (NÓBREGA, 2012, p. 35) “O vaivém do barracão de uma praça para outra passara a

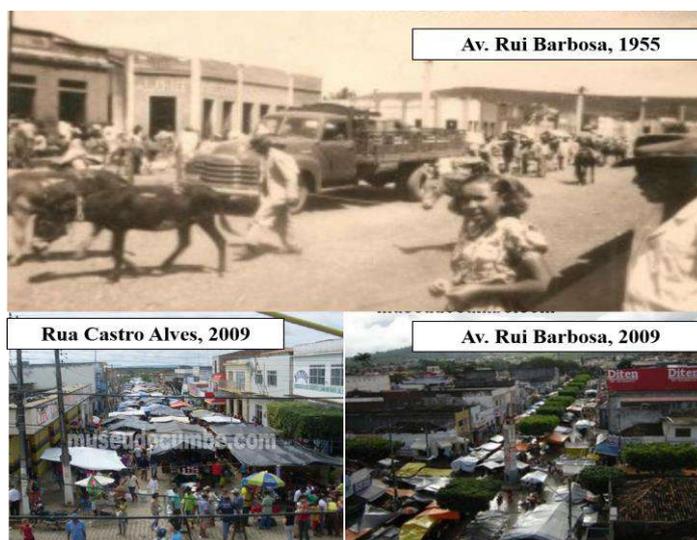
²Pronome de tratamento usado nos registros que relatam a história desse homem.

representar em Cumbe³ símbolo de mudança de poder.”. É importante destacar, também, o aspecto regional da feira que é mantido até os dias atuais, o qual será abordado mais detalhadamente no segundo capítulo. O escritor José Aras (2003, p.166) escreve que:

Por volta de 1895 e antes da guerra de Canudos, apesar de ser um vilarejo pertencente a Monte Santo, Cumbe já expandia o seu comércio com o movimento de tropas de animais que subiam até o Rio São Francisco carregadas de farinhas-de-mandioca, polvilho, cereais, batata-doce, fumo e frutas e chegavam até o Piauí, retornando abastecidos de carne seca, requeijão, ovos cozidos e vários produtos. Outros demandavam do estado de Sergipe, voltando com ferragens, aguardente, calçados, tecidos e sal.

Após esse período de disputa de poder, ela permaneceu na Praça Nova e, à medida que foi crescendo, começou a ocupar a avenida Rui Barbosa, como mostra a Figura 04 na parte superior e, posteriormente estendia-se pelas ruas próximas ocupando cada vez mais o centro da cidade, como mostra as fotos da parte inferior.

Figura 04 - Localização da feira em 1955 e em 2009



Fonte: Museu do Cumbe

Aras (2003, p. 212) relata como foi a transição da feira para a Avenida Rui Barbosa:

A partir dos anos 40, a Avenida Rui Barbosa demonstrava a pujança da feira do Cumbe que a ocupava em quase toda a sua extensão. Eram vistos surrões de couro enfileirados, com produtos do sertão de Caratará, Uauá, Riacho das Pedras - bodes secos retalhados, doces, vinagre de umbu, queijos de cabra e outros produtos que chegavam em jumentos carregados, depois de dois dias de viagem.

³ Primeiro nome da localidade, passando a chamar Euclides da Cunha apenas em 1938 (IBGE, 1957-1964).

A feira continuou se espacializando pelas ruas centrais da cidade até 2009, quando foi transferida para a atual localização: o Centro de Abastecimento Joaquim Matias de Almeida, figura 05, ao lado da BR 116. Na figura observamos o local em um dia sem feira, a ausência da cobertura de concreto, a qual foi posta posteriormente, mediante as reclamações dos feirantes e frequentadores com relação aos excessos de exposição ao sol e à chuva.

Figura 05 - A 'nova' feira: Centro de Abastecimento Joaquim Matias de Almeida em 2012



Fonte: Google Maps, 2012.

Assim, o levantamento documental e as informações das feirantes possibilitaram a organização do histórico dos locais da feira. A figura 06 mostra, na linha do tempo, a espacialização da feira desde 1934, na Praça da Bandeira, até os dias atuais. Em sequência, as fotos abaixo mostram essas localidades nos dias atuais.

Figura 06 - Locais de realização da feira ao longo do tempo



Praça da Bandeira, 2019



Praça Duque de Caxias, 2019



Av. Rui Barbosa, 2019



Centro de Abastecimento, 2019

Fonte: Pesquisa de campo, 2019 e Google Maps. Fotos: Patrícia Quirino Rocha, Gabriel Veras.

Desse modo, os registros fotográficos e os escritos levantados reforçam a importância da feira. Nóbrega (2012) aponta que o barracão da feira foi o primeiro patrimônio público do município, reafirmando sua importância. Quanto ao dia de sua realização, os moradores mais antigos relatam que acontecia às quartas-feiras e depois mudou para o sábado, como

registrado no relato de Ioiô da professora⁴ feito por Nóbrega (2012, p. 82) “Em 15 de dezembro de 1928, num dia de sábado, a feira ainda era na praça do Barracão, oficialmente chamada de Duque de Caxias, onde hoje é a Praça do Jardim[.]”.

A feirante 33⁵ (65 anos, casada, 6 filhos) relata a localização da feira durante seu tempo de vivência. Ela frequenta a feira desde criança quando ajudava sua mãe que também era feirante:

Na rua do rico, no jardim nunca funcionou lá pra nós não, é na praça de cá da rua do rico, começava de lá onde tinha aquela escolinha por ali tudo, aquela avenida toda e descia por cá até a casa do vei batista. Do jardim, era essa que eu tô lhe dizendo, subia as barraca de roupa, agora lembrei. Ia pra lá, subia a avenida toda da igreja assembleia, calçados, roupas, essas coisas. Ia até o jardim mesmo, depois essas da bagaceira era lá na rua do rico. Mas, era tudo misturado. Ainda tem tudo lá as mesmas árvores.

A relevância da feira continua até os dias atuais, atingindo as dimensões sociais, culturais e econômicas. Ela altera a dinâmica da cidade no dia da sua realização, aos sábados, o que pode ser notado antes mesmo de chegarmos à feira, ao observarmos a intensificação dos fluxos de veículos e de pessoas transitando nas ruas e calçadas. Algo que nos chama a atenção são as ruas que, nos demais dias da semana, quase não possuem movimentação, mas no dia da feira, torna-se o estacionamento dos ônibus vindos da zona rural, como mostra a figura 07.

Figura 07- Mudança no fluxo de carros e ônibus na cidade nos dias de feira



Fonte: Pesquisa de campo, 2019 e Google Maps. Foto: Patrícia Quirino Rocha.

Outro ponto importante é a intensificação do consumo nos setores de comércio e serviços nesse dia, sobretudo pela população oriunda da zona rural que, ao vir à feira,

⁴ Filho de Erotildes Siqueira, primeira professora da localidade (1904). Seus relatos e histórias em Euclides da Cunha foram fontes das principais obras bibliográficas do município.

⁵ Apesar de possuímos o termo de autorização do uso da fala e imagem das feirantes, optamos por resguardar sua identificação, a numeração diz respeito a codificação da feirante na matriz.

aproveitam a oportunidade para realizar outros tipos de compras no comércio local. Dantas (2008, p. 92) sinaliza para a importância da feira na região, porque ela é:

[..] uma das principais formas de comercialização da produção agrícola e principal mercado de abastecimento para uma parcela da população. Além disso, ela muda, mesmo que seja por algumas horas, toda a dinâmica da cidade em face da movimentação de pessoas que se deslocam, seja de suas residências na cidade, de uma comunidade rural próxima à cidade, de outro município e, também, de outros estados dependendo do raio de abrangência da feira.

Dantas (2008, p.88) também mostra como a cidade está ligada ao campo, de modo que esse encontro é umas das características da formação das feiras no Nordeste, porque:

[...] o elemento principal para isto foi a formação de um excedente de produtos rurais e de população para que se pudesse proporcionar ao comércio as riquezas necessárias para sua expansão.[...] A troca de produtos surgiu e se desenvolveu na sociedade no momento em que passou a existir um excedente regular de produção, fruto do desenvolvimento das forças produtivas.

As feiras são meio de escoamento do excedente da produção rural, como constatamos na presente pesquisa e como sinaliza Santos (2018), que em sua pesquisa na feira de Lagarto/SE, compreendeu que “as feiras surgem como os primeiros espaços destinados à comercialização de produtos advindos da produção local com o objetivo de abastecer a população naquele período.” (2018, p.30).

Uma das características mais antigas da feira é o encontro da população rural com a urbana, seja em posição de feirante ou de freguês, os quais produzem territorialidades marcadas pelas peculiaridades dos modos de vida distintos. Portanto, a feira é, para além das relações de compra e venda, um lugar de sociabilidade para os seus frequentadores, pois conforme explica Menezes (2017, p. 110):

Tal fato está relacionado ao lugar como ponto de encontro no qual se mantêm relações de sociabilidade e de proximidade entre esses grupos, relações essas que estão permeadas pela confiança, e, no ato de fazer a feira, vão se conformando relações de amizade.

Dessa forma, as sociabilidades, observadas por Vedana (2004, p.8), “conformam este ‘espaço vivido’ ao mesmo tempo em que tecem uma vivência particular [...]” de troca de saberes por meio das relações ali estabelecidas, como observado também na feira, pesquisado por Froelich (2015), em que, além da compra dos produtos, também acontecem trocas de receitas e dicas de armazenamento dos produtos.

As relações sociais são um fator que fidelizam o freguês, porque há pessoas que optam por fazer compras em uma barraca por causa dos vínculos estabelecidos com a feirante e, dessa forma, as feiras são “espaços privilegiados de sociabilidade de trocas de elementos diversos, muito além das econômicas. Há muita memória, muito conhecimento e saberes que circulam nos processos interativos de compra e venda nas feiras” (ZANINI; SANTOS 2017, p.8).

Para uma melhor aproximação com a feira, apresentamos no mosaico de fotos (figura 08) com alguns registros fotográficos representativos de seu movimento.

Figura 08- A feira em movimento



Fonte: Pesquisa de campo 2018 e 2019. Fotos: Patrícia Quirino Rocha.

Face a diversidade de produtos, procedeu-se agrupamentos pelas semelhanças gerando três tipologias de produtos: (i) Comestíveis Primário (CP) – alimentos *in natura*, como as frutas, as verduras, os legumes, os grãos, as raízes e as vagens; (ii) Comestíveis Secundário (CS) – alimentos que foram modificados e transformados em comidas, por exemplo os doces, os bolos, os salgados, buchada, sarapatel e feijoada; e, (iii) Não

Comestíveis (NC) – produtos não apropriados para consumo humano. Exemplo: sabão, bucha vegetal, rolo de fumo, objetos de couro, roupas, palha e barro.

A figura 09 ilustra essa tipologia, à esquerda, observa-se abóbora, pimenta e feijão, ao centro, o queijo de fazenda/manteiga ou requeijão e, à direita, potes e panelas de barro, completando a sequência tipológica estabelecida: CP, CS, NC.

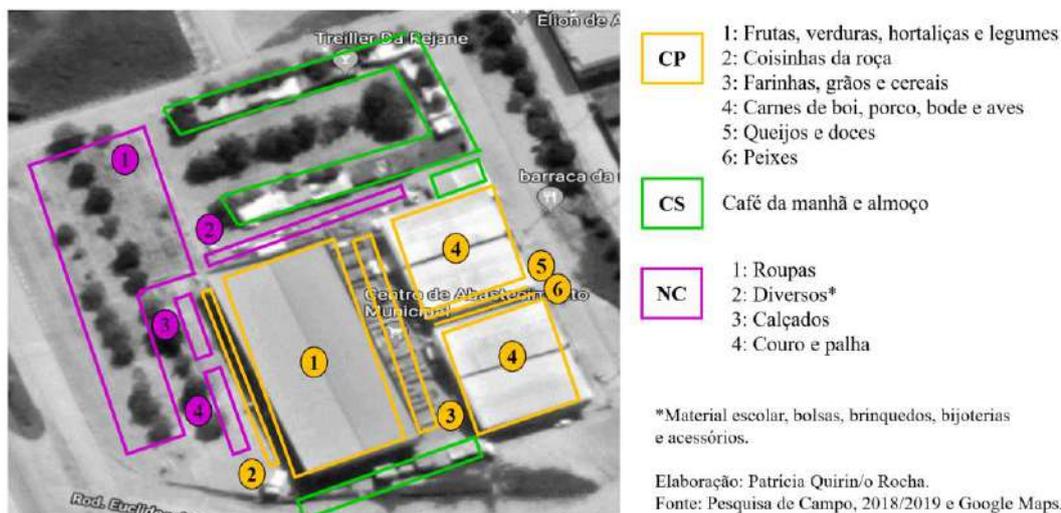
Figura 09 - Tipologia dos produtos



Fonte: Pesquisa de campo 2019. Fotos: Patrícia Quirino Rocha.

Ao caminhar entre as barracas, observamos sua diversidade de produtos: queijos, grãos, farinhas; produtos feitos com couro (sandálias, bolsas, cintos, arreios para cavalo, bainha para facas e facões); doces e bolos; temperos e especiarias; roupas e calçados; frutas e legumes; tapioca e beijú; plantas, produtos feitos com palha de coqueiro e ouricuri; utensílios domésticos e variedades de comidas, além dos produtos dispostos pelo chão como as louças de barro. Frente à diversidade e pluralidade de produtos, constatamos que os mesmos são separados por setores, conforme apresentados na figura 10.

Figura 10 – Setores da Feira de Euclides da Cunha



Fonte: Pesquisa de campo 2018/ 2019 e google maps.

Essa setorização foi definida pela prefeitura e atualmente é regulada por ela também pelo serviço dos fiscais da feira que organizam os novos feirantes em suas bancas de acordo com os produtos comercializados.

A feira caracteriza-se pela comercialização dos produtos mediante dinheiro “vivo”, contudo, com as mudanças dos modelos de comercialização, que operam também por meio do crédito, as feirantes passam a usar as máquinas de cartão de crédito e débito em suas vendas, na feira analisada, essa opção de pagamento é utilizada, principalmente, nas barracas de vestuário e calçados.

As práticas que perpassam o “fazer a feira” e o “botar banca” fazem com que a feira seja um ponto de encontro de diferentes classes sociais, que partilham o espaço-tempo independente de seu poder aquisitivo, obviamente que se distiguem no nível de consumo.

Menezes (2017, p.110) salienta que há feiras que não possuem essa característica de confluência de classes sociais, ela reflete que “[...] em muitos países em desenvolvimento existe um dualismo social e econômico, em que a população pobre consome os produtos comercializados na feira enquanto que a população de classe média consome produtos em grandes lojas.” A autora complementa ainda pontuando que essa dicotomia não é percebida nas feiras da região Nordeste, assim como constatamos na feira de Euclides da Cunha.

As feiras refletem a cultura das gentes que as fazem/frequentam, seja pela representação dos produtos das barracas, nas comidas comercializadas ou nas conversas entre

uma compra e outra, bem como expressa Santos (2018, p. 38): “[...] é possível visualizar a presença de elementos típicos da cultura, por meio das práticas e relações que se estabelecem nesse território de comercialização.”

2.2 Criando caminho até as mulheres que “botam banca”

Chizzotti (2008, p.24) escreve que a ciência “tem diferentes meios de procurar”. Entendemos que, além de saber onde chegar, é necessário delimitar por qual caminho seguir. Assim, nosso “chão” é pela percepção do “ser-para-si” e do “ser-no-mundo”, em Merleau-Ponty (1999), pela qual buscamos construir o entendimento do “ser feirante” e “ser mulher”, observando as individualidades na construção da coletividade. Buscamos, no cotidiano da feira, compreender as vivências das feirantes e seus vínculos com os produtos de suas barracas, observando os sentidos que estes revelam.

Em Tuan (1980), entendemos como a percepção é operacionalizada pelos sentidos corporais que possibilitam a experiência no/com o mundo. Assim, a “experiência é um termo que abrange as diferentes maneiras através das quais uma pessoa conhece e constrói a realidade” (TUAN, 1983, p. 9). “Ser-para-si” e “ser-no-mundo” perpassam também as relações estabelecidas pelas mulheres na feira e singularizam seu modo de “ser” e estar” no mundo.

A percepção do “eu” e do “outro” é sentida no corpo, porque “sob essa ótica, conheço os outros seres humanos por meio de seus gestos, de suas palavras, de seus olhares, ou seja: só posso conhecê-los por meio de seus corpos[...]” (SERPA, 2017, p.596), afirmando a centralidade do corpo para a existência e experiência no mundo. Tuan (1983) também aponta para a importância do corpo no processo de conhecimento espacial quando toma como exemplo a forma como a criança descobre o mundo.

O corpo não é um elemento estranho no mundo, ele é o elo de conexão do eu com o mundo e com o outro, portanto é pelos sentidos corporais que buscamos adentrar o mundo vivido das mulheres, bem como suas práticas e saberes, que almejamos compreender, por isso são as mulheres que protagonizam nossa pesquisa; elas são os sujeitos que investigamos.

Na primeira aproximação com o objeto de estudo, observamos suas características mais gerais, como tamanho, forma, movimentos, espacialização das barracas, as mulheres

feirantes e os produtos comercializados por elas. Nesse primeiro momento da pesquisa, nosso objetivo era analisar as práticas das mulheres com a caatinga e identificar as bancas e produtos de sua origem, pois o município de Euclides da Cunha localiza-se no bioma caatinga e compreender a ligação das mulheres com a caatinga era nosso objetivo.

Contudo, o campo revelou uma inexpressividade dos produtos feitos com materiais da caatinga na feira nas barracas. Diante dessa realidade, ajustamos nossos objetivos para a compreensão da feira em seu contexto geográfico, cultural, político e econômico: o sertão.

Apesar de frustradas as primeiras expectativas, aproximamo-nos da primeira “sujeita” da pesquisa para “testar” o roteiro de entrevista (apêndice A) e analisarmos se as perguntas pré-elaboradas eram suficientes para alcançar nossos objetivos: conhecer as vivências, as práticas e saberes das mulheres feirantes⁶. Essa entrevista aconteceu em uma sexta-feira, dia em que os feirantes começam a organizar suas mercadorias e barracas para o principal dia de feira, o sábado.

Há feirantes que colocam banca desde a sexta-feira pela tarde, inclusive há pessoas que preferem “fazer feira”⁷ nesse dia, sob a alegação de que os produtos estão mais frescos. A opção por fazer o primeiro contato na sexta-feira decorreu do fato de que, nesse dia, a movimentação é menor em relação ao sábado e, com isso, adentrarmos no universo da pesquisa com tranquilidade.

No sábado, nos deslocamos pela manhã, por volta das 7 horas, e adentramos pelos seus corredores para vivenciarmos e apreender sua dinamicidade e organização. Nesse processo, surgiram dúvidas em relação à amostragem, pois era inviável abordar todas as mulheres feirantes, principalmente, devido ao curto período da pesquisa, porque, apesar de a feira não ocupar uma grande extensão⁸, abriga muitas barracas e feirantes.

Outra informação que contribuiu para a delimitação da amostra foi obtida com os fiscais da feira⁹. Por meio destes, tornou-se possível saber a quantidade de feirantes que comercializam na feira; os números apresentados são referentes ao início de 2018, quando haviam 642 barracas, e de fevereiro de 2019, com 639 barracas, revelando um número

⁶ O termo de autorização do uso da fala e da imagem está no Apêndice B.

⁷ Expressão usada para descrever o ato de ir à feira e comprar os alimentos.

⁸ Pela imagem de satélite do Google Maps calculamos a escala aproximada do mapa. A extensão da feira é de 150 m de largura e 133 m de comprimento, considerando a parte superior e o lado direito da imagem.

⁹ Responsáveis por aplicar e coletar a taxa de uso do espaço público, o cálculo é feito baseado no tamanho da barraca e gira em torno de 5 a 10 reais.

significativo de feirantes. Esses números são baseados no quantitativo de pagamentos dos impostos coletados no sábado. Os fiscais fazem esse controle com o canhoto dos talões da arrecadação.

Essa é a principal forma que os gestores municipais usam para controlar o quantitativo de feirantes, apesar de não ser preciso, pois nem todos os feirantes o fizeram e a própria natureza da feira contribui para isso: há feirantes que estão presentes em todas as feiras e outros não; há também os novos feirantes e os que deixam de comercializar.

Outra questão exposta pelo Secretário de Comércio, Emprego e Renda do município, foi que os feirantes serão submetidos a um novo cadastro, com o objetivo de regularizar o uso do espaço público. A principal mudança será referente à periodicidade da taxa paga pelos feirantes, que deixará de ser semanal para ser referente a um período maior, ainda não definida pelos idealizadores, pois o projeto está em processo de elaboração.

A imagem que a feira passava era, de certa forma, assustadora, pois sua dinamicidade, seu movimento e seus fluxos, inicialmente, causaram medos e incertezas quanto ao alcance dos objetivos propostos. Mas, como Ingold (2005, p.76), reforçamos nossas motivações, pois para ele,

Todos provavelmente já passaram pela experiência, em algum momento, de sentir-se perdido, ou de não saber que direção tomar para chegar a um destino desejado. No entanto, quase sempre sabemos onde estamos e como chegar aonde queremos.

Pensar em nossos objetivos de campo e nos roteiros que planejamos seguir permitiu, nesse momento de confronto com a realidade, traçar o caminho que nos levaria à compreensão do nosso objeto/sujeito da pesquisa. Apesar das incertezas, o pesquisador tem como Norte a consciência de onde está e a noção de onde quer chegar, nós queríamos conhecer as mulheres feirantes e seu mundo vivido.

No enveredar da pesquisa, adentramos pelos corredores da feira pelo setor onde ficam as feirantes que comercializam sua produção oriundas da agricultura familiar, ou, como elas gostam de nomear: “coisinhas da roça”. Suas produções são em pequena quantidade, por isso, por volta das 10 horas, seus produtos foram vendidos; assim, são as primeiras feirantes a deixarem a feira. Na figura 11, é possível observar, à direita, as barracas de metal sem produtos expostos, enquanto nas barracas que estão debaixo da cobertura ainda há pessoas comprando, notamos também pessoas chegando para fazer suas compras.

Figura 11 - Barracas das “coisinhas da roça” na lateral direita da cobertura



Fonte: Pesquisa de campo, 2019. Foto: Patrícia Quirino Rocha.

Levamos, em média, 4 horas para identificar as feirantes desse setor, o que revelou um longo caminho pela frente até identificarmos todas as barracas das mulheres; então, pelo cansaço físico e por perceber a necessidade de acelerar o processo, adaptamos a metodologia inicial, retirando a etapa da entrevista de identificação. Fizemo-la nos setores das barracas de bebidas alcoólicas, comidas, roupas, variedades¹⁰, couro, palha, sandálias e sapatos.

Pela reflexão de que essas informações enriqueceriam a pesquisa, retornamos ao processo com todas as etapas nos demais setores: (i) frutas, verduras e legumes, (ii) queijos e peixes e (iii) farinhas, grãos e cereais. Esses dados alimentaram a matriz (apêndice C), elaborada na planilha Google Online, com o perfil de 137 mulheres feirantes.

Procuramos confrontar esse quantitativo com os dados oficiais da prefeitura, contudo, o seu controle é feito sem considerar o gênero. Nossa percepção, no período da pesquisa, é de que as mulheres são a maioria nas barracas, ressaltando que o quantitativo oscila de uma semana para outra. Essa inconstância explica-se, principalmente, pelo fato de serem elas quem decidem, mediante os condicionantes (possuir os produtos, estar bem de saúde, os parentes não estarem doentes, ter com quem deixar os filhos, possuir o carro para levar e trazer sua mercadoria, dentre outros), quais dias colocar sua banca. Assim, a feira tem uma dinâmica própria, de acordo com as forças exógenas e endógenas que operam sobre ela.

¹⁰ Material escolar, bolsas, acessórios, ferramentas, pneus de bicicletas, malas de viagem, brinquedos, etc...

Diante do quantitativo de 137 feirantes, ponderamos o uso de amostragem, porque, como aponta Gil (2008, p. 89):

De modo geral, as pesquisas sociais abrangem um universo de elementos tão grande que se torna impossível considerá-los em sua totalidade. Por essa razão, nas pesquisas sociais é muito freqüente trabalhar com uma amostra, ou seja, com uma pequena parte dos elementos que compõem o universo.

Uma inquietação comum aos pesquisadores e que também nos alcançou, diz respeito à quantidade de sujeitos a serem abordados. Uma explicação para esses questionamentos é feita por Turato (2003, p. 359) quando escreve que:

Talvez influenciados pela formação universitária positivista e pela convivência no ambiente acadêmico com predominância nos trabalhos de paradigmas das ciências naturais, vemos pesquisadores qualitativista principalmente serem atropelados pela própria ansiedade, no sentido de definir, já a priori, o número de sujeitos de um campo escolhido. Devemos ter em mente que para o pesquisador qualitativista não cabe raciocinar como um apriorista, isto é, como quem detém afirmações ou conhecimentos anteriores a experiência.

O autor nos adverte que é a vivência em campo e o caminhar da pesquisa que determinará quantos sujeitos deverão ser entrevistados, e que a quantidade nunca deve ser priorizada em relação à qualidade das informações, sendo ela mais importante do que o número de entrevistas realizadas, porque em uma entrevista o pesquisador pode obter mais informações de um sujeito do que com cinco outros, por exemplo.

Nesse sentido, escolhemos a amostra por saturação, que consiste em encerrar a inclusão de novas entrevistas, quando observado que as informações coletadas são suficientes para responder aos objetivos da pesquisa. Além do tipo da amostra, há a forma como ela é composta; em nossa pesquisa, usamos a amostra proposital, qual seja:

[...] delibera quem são os sujeitos que comporão seu estudo, segundo seus pressupostos de trabalho, ficando livre para escolher entre aqueles cujas características pessoais [...] possam, em sua visão como pesquisador, trazer informações substanciais sobre o assunto em pauta. (TURATO, 2003, p. 357).

Essa forma “deliberada” de compor a amostra significa que os sujeitos serão escolhidos aleatoriamente, dentro dos sujeitos alvos do estudo; contudo, há critérios para essas escolhas: o gênero é o primeiro deles, considerado como o elemento de “homogeneidade fundamental” (TURATO, 2003, p. 364) na pesquisa, ou seja, a característica presente em todos os sujeitos.

Nos demais critérios, priorizamos a variedade de tipos, visto que ao pesquisarmos as formas de “ser” e “estar” no mundo das feirantes e suas percepções, compreendemos que é importante ouvir as feirantes de diferentes faixas etárias e escolaridades, e que comercializam diferentes produtos; assim, a amostra foi composta por 25 entrevistas.

Sanada a angústia da definição da amostra, as atenções voltaram-se para os instrumentais de pesquisa, que, para Villagrán (2010, p. 229), há alguns instrumentos que são mais relevantes na investigação de gênero, e destaca:

“las entrevistas, la etnografía, los grupos de discusión, el análisis del discurso [...] objetivo de otorgar voz a muchos actores silenciados, submergidados en el “murmullo” de una visión unilateral y unívoca del espacio geográfico.”

Dessa forma, buscamos nos inserir na pesquisa como alguém que quer aprender, pois são as vivências transmitidas pelas vozes das feirantes no mundo vivido que pretendemos conhecer. Com o objetivo de adentrar ao máximo no objeto de pesquisa, propomo-nos percorrer todas as barracas para conhecer a feira e identificar as mulheres feirantes. As mulheres estão “por todo lado” na feira, seja na comercialização ou na compra dos produtos.

Por dois sábados consecutivos, nos dedicamos a essa atividade, usando como ferramenta para registrar esses dados a observação, o diário de campo, a fotografia e a entrevista. Realizamos, concomitantemente, quatro ações: 1) Enumerar quantas mulheres feirantes havia nas barracas; 2) Identificar as mulheres pela entrevista; 3) Catalogar os produtos comercializados; 4) Representar a localização das barracas em croqui. Essas ações foram sintetizadas pela sigla EICR, usando a primeira letra de cada verbo: enumerar, identificar, catalogar, representar.

A EICR foi realizada com o auxílio do diário de campo, onde registramos, em ordem numérica, todas as feirantes que abordamos e identificamos o nome, a idade, a quantidade de filhos, o estado civil, a residência, a escolaridade e os produtos que comercializam. Nessa primeira aproximação observamos também potenciais mulheres para realizar as entrevistas longas.

Com a ajuda do diário de campo, foi elaborado um croqui da feira com a localização e o tamanho das barracas, com o objetivo de criar uma representação gráfica no programa Corel Draw, como apresentado na figura 12.

Figura 12 - Croqui do Centro de Abastecimento Joaquim Matias de Almeida, a feira



Elaboração: Quirino Rocha; Pitágoras Quirino Rocha. Fonte: Pesquisa de Campo 2018/2019

Desenhar e desvendar barracas e feirantes, aconteceram em dois momentos de elevada complexidade, pois no segundo momento, para retomar a identificação no desenho,

exigiu concentração para identificar quais barracas foram registradas ou não, considerando a dinamicidade e fluidez da feira: sempre conta com a presença de uma nova feirante e a ausência de uma que estava na feira anterior.

O croqui foi elaborado percorrendo todos os corredores da feira, anotando e plotando barraca por barraca, em dois dias de campo, totalizando 137. As barracas com círculo e numeração pertencem às mulheres que “botam banca”. Os números foram distribuídos seguindo a ordem de abordagem da feirante durante o processo de construção do perfil.

Nas barracas de cor lilás, são comercializados produtos não comestíveis (NC); nas de cor laranja, os comestíveis secundário (CS); e, nas verdes, os comestíveis primário (CP). As barracas que contemplavam mais de uma tipologia colorimos com o azul, e as barracas em branco são lidas de duas formas: pertenciam a um homem ou estava sem feirante no momento da abordagem.

Para realização dessas atividades, o diário de campo foi imprescindível, ele é um instrumento de pesquisa pessoal do investigador, trata-se da maneira como se registra as observações, vivências e percepções em campo. As formas dos registros foram diversas: texto, desenhos e palavras-chave; dificilmente, outra pessoa conseguiria compreender nossas informações.

Assim, entendemos que “o Diário de Campo serve para registrar o convívio com os nossos entrevistados, facilitando a reconstrução da história dos indivíduos, nos seus diversos aspectos: econômicos, políticos e culturais.” (VENÂNCIO; PESSÔA, 2009, p. 318). Pelo qual construímos a memória de pesquisa registrada no papel.

O esforço de registrar as percepções justifica a necessidade de consultar informações do diário de campo posteriormente, pois os fatos podem ser esquecidos ou até mesmo confundidos com outras vivências. Esse instrumento funciona como uma espécie de extensão da memória humana e, de fato, recorremos ao diário de campo, por diversas vezes, nos momentos de escrita da dissertação.

Posterior ao levantamento do total de barracas, buscamos conhecer as práticas, as vivências e os saberes das feirantes por meio de entrevistas. Para alcançar esse objetivo, fizemos uso da entrevista - instrumento importante para a apreensão do mundo vivido - porque ela “[...] é uma técnica muito eficiente para a obtenção de dados em profundidade acerca do comportamento humano.” (GODOY, 1995, p.110). Entendemos que, para

compreender o mundo vivido do outro, é imprescindível ouvir esse “outro” e perceber como ele se visualiza em suas vivências.

Para realizarmos as entrevistas, buscamos seguir as orientações de Lima (2016) sobre a postura do entrevistador e como deve ser sua conduta neste momento, atentando para a criação de um ambiente de respeito e confiança. Respeitando a individualidade e privacidade das entrevistadas, tivemos também o cuidado de estruturar as perguntas em sequência lógica que permitisse o desencadeamento dos assuntos, contudo, “[...] preservando a ideia de uma ‘conversa’ [...]” (LIMA, 2016, p. 26).

Na abordagem das feirantes, tivemos o cuidado de apresentar o objetivo da pesquisa, a pesquisadora e nossas intenções com a pesquisa, de forma a construir um ambiente de confiança e sororidade¹¹, por meio do diálogo, do olhar, do ato de ouvir e de apreender os sentidos atribuídos pelas feirantes às suas vivências, práticas e saberes.

Procuramos nos posicionar como aprendizes, criando um ambiente de troca de conhecimento. Um diálogo marcante durante uma das entrevistas, que nos acompanhou no decorrer da pesquisa, foi desenvolvido com a feirante 33 (65 anos, casada, 6 filhos) quando ela nos faz o seguinte questionamento:

Feirante: Sim e aí porque você tá me usando assim? Você me pergunta e eu volto a perguntar: qual é o seu trabalho?

- Pesquisadora: Na faculdade a gente tem um conhecimento e vocês também tem um conhecimento que é importante.

- Feirante: E um dia também pode ter a necessidade da gente falar isso.

- Pesquisadora: Pois é, e esses conhecimentos temos que valorizar também.

- Feirante: Mais pra frente quando nós for se acabando, os mais novos que vem, podê lê e sabê como é que era antigamente. E é a coisa mais certa que tem.

“*Qual é o seu trabalho?*” Essa pergunta ecoou em nossa mente durante toda a pesquisa; qual a importância dessa pesquisa, porque investigar o espaço-tempo das mulheres feirantes? Voltaremos a esses questionamento ao findar a escrita desse texto.

¹¹ A palavra sororidade deriva do latim *sóror* que significa “irmãs”, ter empatia por outras mulheres e considerá-las como companheiras e não como rivais.

Após o aceite da feirante em ser entrevistada, explicávamos que “não existe resposta certa ou errada e que apenas queríamos saber a sua história de vida com a feira”; essa foi uma das principais formas de passar confiança quanto à preocupação em “responder certo”. Priorizamos elaborar as questões de forma simples, ajustando a linguagem de acordo com cada feirante; para isso, a observação dos gestos, das falas, dos olhares, foi de grande importância. Esse tipo de abordagem e condução da entrevista são pontuadas por Godoy (1995, p.27) para ela,

Procura-se, em trabalhos de caráter qualitativo, realizar várias entrevistas, curtas e rápidas, conduzidas no ambiente natural e num tom informal. [...] Embora nas entrevistas pouco estruturadas não haja a imposição de uma ordem rígida de questões, isso não significa que o pesquisador não tenha as perguntas fundamentais em mente.

O tipo de entrevista que utilizamos, baseada na classificação de Gil (2008), tem aproximação com a entrevista por pauta, pois ela “[...] apresenta certo grau de estruturação, já que se guia por uma relação de pontos de interesse que o entrevistador vai explorando ao longo de seu curso. As pautas devem ser ordenadas e guardar certa relação entre si.” (p. 112).

As entrevistas foram realizadas no decorrer da feira e diante da disponibilidade da feirante, pois há momentos de maior pico de venda, no qual nossa presença poderia atrapalhar as vendas. Assim, além do tempo de espera, também lidamos com os sons e cheiros da feira. Ao longo dos campos, as entrevistas foram alteradas, ora retirando perguntas, ora acrescentando, mudadas de acordo com a entrevistada e situação.

A cada pergunta feita, a entrevistada respondia no seu tempo, às vezes, parava para atender um freguês ou cumprimentar um conhecido, e, desde que ela estivesse dentro do tema da pesquisa: “suas vivências como feirante”, tomávamos nota de seu diálogo. Para situar o leitor desses momentos de quebra da entrevista para atendimento do freguês, inserimos na transcrição das entrevistas, esses entre colchetes.

Quanto à transcrição, optamos por manter a linguagem das feirantes, compreendendo, dessa forma, estar respeitando e valorizando a diversidade linguística e cultural do sertão construído por elas. Whitaker (1995), tem se preocupado em discutir sobre a transcrição das entrevistas, sobretudo, quando os sujeitos possuem sua forma de falar distinta da norma culta e carregadas de sotaque, principalmente, quando estes forem pobres e/ou de regiões alvo de preconceito, como é o caso da região Nordeste. A autora aconselha que:

Assim, se o falante comete erros de concordância ou de regência de verbos, por exemplo, deve-se reproduzi-los em qualquer transcrição. Até porque a norma culta da língua é por vezes desrespeitada mesmo nos grupos que se consideram mais eruditos. Transcrever erros de sintaxe não configura, portanto, falta de respeito em relação à fala do outro. Falta de respeito seria corrigi-los. (WHITAKER, 1995, p.66).

Este é o posicionamento adotado na pesquisa: respeitar o mundo vivido do outro, para que, dessa forma, possamos apreender ao máximo os elementos visíveis e invisíveis que permeiam suas vivências com/na feira. As falas estão presentes no decorrer da pesquisa, escritas sinalizadas pelo uso do itálico, com o número de identificação da feirante, extraído da planilha de mapeamento da feira, seguido de sua idade, status civil e quantidade de filhos, entre parênteses.

Outro instrumento utilizado foi a fotografia, com o objetivo de permitir ao leitor a visualização dos aspectos da feira que procuramos capturar. Observamos a qualidade das imagens e conteúdo exposto, porque “uma fotografia mal feita é como um texto mal escrito cujo sentido escapa ao leitor.” (GURAN, 2012, p.74). A foto deve estar em harmonia com o texto e trazer informações à pesquisa, acompanhada de sua devida interpretação, descrição e de uma legenda adequada, que ajude o leitor interpretá-la, uma vez que ela não é, necessariamente, autoexplicativa.

Guran (2011) faz distinção entre foto para “descobrir” e foto para “contar”, a primeira diz respeito ao reconhecimento do objeto de estudo pelo registro fotográfico nas primeiras aproximações. Guran (2011, p.83) explica que é:

[...] quando o pesquisador vivencia pela primeira vez o cotidiano de uma comunidade e começa a “perceber alguma coisa” sem, no entanto, saber exatamente do que se trata. Grande parte das coisas percebidas nesta etapa fica no campo das sensações, não chegando a se transformar em dado, mas contribui para balizar o trabalho de campo.

Ao analisarmos as fotos feitas no primeiro campo, observamos que elas estavam sem foco, no nosso caso: as feirantes; as fotografias mostram os setores e estrutura da feira, os produtos, as pessoas e os feirantes em geral, percebemos que elas foram produzidas por alguém que buscava compreender a feira e sua dinâmica, uma curiosa. A figura 08 ilustra o reconhecimento da feira como fotos para “descobrir”.

Passado esse momento de primeiro contato, o pesquisador começa a produzir fotos para “contar” que são aquelas que estão na pesquisa como conteúdo e “[...] para dar suporte à reflexão apoiada nas evidências que a própria imagem apresentar.” (GURAN, 2011, p. 84), como apresentado na figura 09.

Para Guran (2012), há duas principais formas de abordar, na escrita, a fotografia para “contar”, ela pode ser usada como base para início de uma reflexão, ou para atestar a veracidade nos momentos conclusivos da reflexão. São registros de momentos específicos e singulares, pois uma mesma paisagem, quando fotografada por pessoas diferentes, terá fotos distintas e, por esse motivo, não é possível fazer o mesmo registro fotográfico duas vezes, pois a realidade é continuamente alterada, assim como o olhar do pesquisador.

Sobre a fotografia, há “uma distinção fundamental a ser considerada em primeiro lugar é a natureza endógena ou exógena da imagem, também denominada êmica (endógena) ou ética (exógena)” (GURAN, 2012, p.65). As fotos êmicas são feitas por quem é “de dentro”, pelas pessoas que vivem o universo pesquisado; as fotos éticas são aquelas feitas “pelos de fora”, nesse caso: as pesquisadoras.

Inicialmente, pretendíamos fazer a abordagem da foto êmica e ética, coletando fotografias das feirantes na sua prática, porém, ao questioná-las se possuíam fotos na/da feira, a resposta foi negativa; inclusive, uma delas comentou “*essa foto que você tá tirando da gente é só trazer!*” (Feirante 33, 65 anos, casada, 6 filhos).

A preocupação com a aparência sempre esteve presente no momento da fotografia, mas apesar de as feirantes dizerem que estavam desarrumadas e/ou sujas, ao mesmo tempo elas começavam a passar a mão nos cabelos e nas roupas para alinhá-los, arrumavam os produtos das barracas e, em seguida, faziam pose para o registro fotográfico¹².

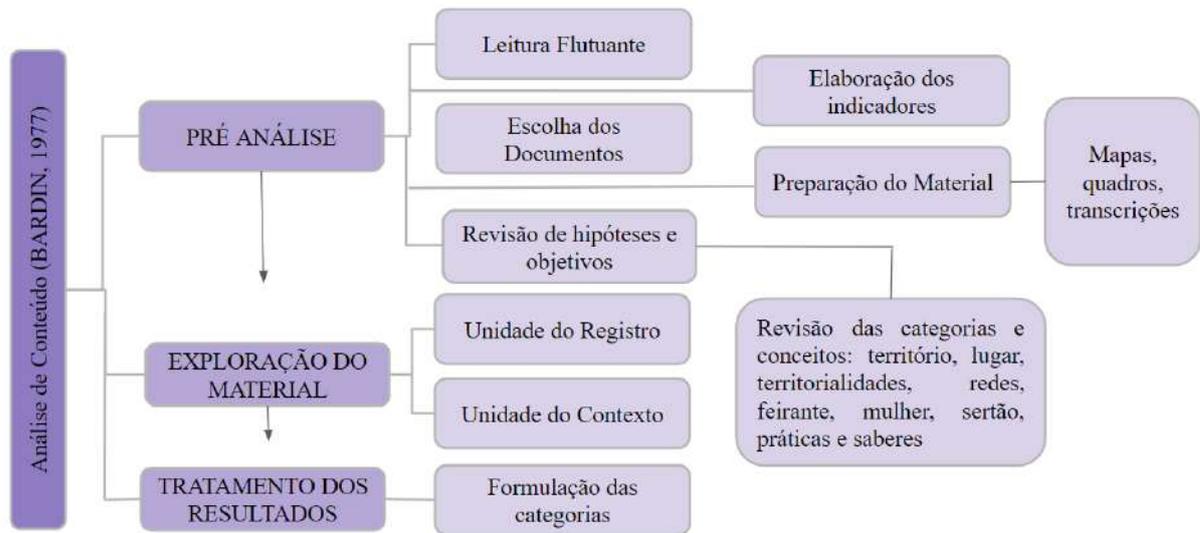
Para organizar e analisar o material coletado em campo, usamos a análise de conteúdo de Bardin que consiste em, segunda ela é:

[...] um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos sistemáticos e objectivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens. (BARDIN, 1977, p. 42).

Com o objetivo de sistematizar essas técnicas, Bardin operacionalizou a análise em três fases, subdivididas em etapas, como mostra a figura 13.

¹² Nos comprometemos com as mulheres de no retorno à feira levarmos o retrato delas “botando banca”.

Figura 13 - Esquema ilustrativo da análise



Fonte: Bardin, 1977. Adaptação: Patrícia Quirino Rocha.

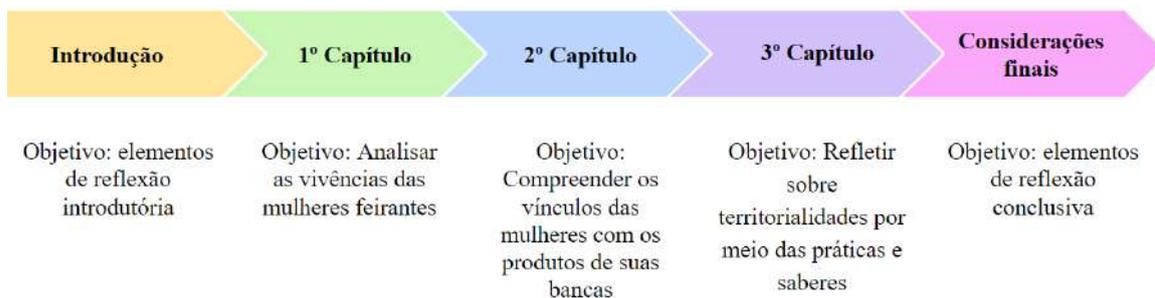
A pré análise foi iniciada pela leitura flutuante das entrevistas escritas e gravadas em áudio. Essa fase foi contínua, porque, sempre que refletíamos sobre alguma questão, voltávamos às entrevistas para reler/ouvir as respostas das feirantes. Também foram consideradas pelas perguntas que compuseram o *corpus* da pesquisa, ou seja, “[...] o conjunto dos documentos tidos em conta para serem submetidos aos procedimentos analíticos” (BARDIN, 1977, p. 96).

A terceira etapa da pré análise foi a revisão dos objetivos que pretendíamos alcançar com a análise, para, em seguida, entrarmos na fase da referenciação dos índices e indicadores, que são os recortes dos textos e falas relevantes para alcançar os objetivos da análise/pesquisa. Esse material foi organizado em documentos de word, nos quais transcrevemos as entrevistas e nomeamos o arquivo com o nome da feirante entrevistada, pois sentimos a necessidade de compreender as falas pelo contexto da narrativa de cada mulher. Inicialmente, transcrevemos a entrevista na íntegra e, posteriormente, pelos conteúdos relacionados ao *corpus* da pesquisa, passamos a ouvir as gravações e a transcrever apenas as partes que foram importantes para corresponder aos objetivos propostos. Assim, preparamos o material para a segunda fase: a exploração do material.

Nessa fase, fez-se a descrição analítica do *corpus*, além da definição das categorias por meio da identificação da unidade de registro. Quanto ao tratamento desses dados, ainda em estado bruto, fez-se a padronização temática por meio das cores laranja, verde, azul, lilás e rosa, que correspondiam ao tema da fala e a quais objetivos pretendemos alcançar na

construção da dissertação, sendo assim, ao invés de separarmos os arquivos por temas das respostas, optamos por manter a entrevista completa e colorir as respostas de acordo com o objetivo, como observado na figura 14 e no apêndice D.

Figura 14 - descrição analítica do *corpus*



Elaboração: Patrícia Quirino Rocha

Ainda nesta fase, alimentamos a matriz com a primeira parte da entrevista, responsável pela identificação da feirante, para, dessa forma, traçar o perfil das mulheres que botam banca, o qual será abordado no próximo tópico. Com o *corpus* estruturado e organizado, e criadas as unidades de registros, passamos para a fase do tratamento dos dados, na qual elaboramos mapas e quadros.

Os instrumentos utilizados foram importantes para criarmos caminho até as feirantes; cada um contribuiu para que pudéssemos adentrar o mundo vivido das mulheres, com ênfase para a consciência e os sentidos corporais. Além disso, destacamos, por meio da reflexão de Vedana (2004, p.44), que pesquisar na feira “[...] exige uma disposição do pesquisador para um deslocamento constante, para um ‘vai-e-vem’ intenso [...] tendo em vista que seu objeto de estudo, mesmo alojado em um lugar determinado no espaço, é puro movimento.” É a respeito desse “vai e vem” que abordaremos no próximo tópico.

2.3 Perfil das mulheres que “botam banca”

A construção do perfil das mulheres feirantes foi desenvolvida com os dados da matriz, pela qual analisamos as informações contidas e, as não, pois a ausência de informação também é reveladora. As lacunas em branco na matriz mostram que o caminhar da pesquisa é sinuoso, pois, apesar de identificarmos 137 mulheres feirantes, sabemos que essa quantidade está em constante mudança.

Os dados do perfil das feirantes foram coletados em dois dias de feira e, por causa de sua natureza dinâmica, houve dificuldade de retomar o levantamento no segundo momento, pois o quantitativo de feirantes oscila de uma feira para outra. Dessa forma, há feirantes que abordamos no primeiro momento, mas não estava na feira posterior. Inicialmente, a movimentação e dinâmica da feira eram confusos; os sons, cheiros, fluxo de pessoas pelos corredores, as cores e texturas também, elementos com os quais fomos nos familiarizando com o decorrer dos campos. No quadro 01, apresentam-se as informações para apreensão do perfil das mulheres feirantes.

Quadro 01 - Perfil das Mulheres Feirantes

PERFIL DAS FEIRANTES			
		%	TOTAL DE MULHERES ⁽¹⁾
IDADE	15 a 34 anos	21,05%	114
	35 a 59 anos	61,40%	
	60 ou mais anos	17,54%	
ESTADO CIVIL	Solteiras	20,53%	112
	Casadas	73,21%	
	Viúvas	6,25%	
NÚMERO DE FILHOS	Nenhum	8,03%	112
	de 1 a 3	56,25%	
	Mais de 3	35,71%	
LOCAL DA RESIDÊNCIA	Zona rural do município	46,72%	107
	Zona urbana do município	34,57%	
	Zona rural dos município vizinhos	8,41%	
	Zona urbana dos município vizinhos	7,47%	
	Outros município	2,80%	
PRODUTOS DAS BARRACAS ⁽²⁾	Comestíveis Primário	70,80%	137
	Comestíveis Secundário	22,62%	
	Não Comestíveis	6,56%	
	Sem escolarização	16,21%	

ESCOLARIDADE	Ensino fundamental	63.96%	111
	Ensino Médio	19.81%	

⁽¹⁾ Os totais divergem porque, diante da dinamicidade da feira, houve entrevistas interrompidas durante a pesquisa.

⁽²⁾ Há mulheres que comercializam produtos que se encaixam em mais de uma tipologia criada por nós (CP, CS e NC), contudo para a contagem consideramos os produtos predominantes na barraca.

Elaboração: Patrícia Quirino Rocha. Fonte: Pesquisa de campo, 2018/2019.

No quadro observamos que os números da coluna “total de mulheres” variam porque houve mulheres que não responderam a todas perguntas. A única célula dessa coluna que corresponde ao total de mulheres que compõe o perfil é a de “produtos das barracas”, porque pela a observação da barraca podíamos responder a essa pergunta.

Observa-se que a faixa etária de 35 a 59 anos é mais representativa entre as feirantes, importante pontuar que a maioria desempenha essa função desde a infância acompanhando um parente, geralmente a mãe. A feirante 138 (15 anos, solteira, sem filho), filha de feirante, apesar de não estar na faixa etária predominante no perfil, relata sobre seu início na feira: *“mainha diz que eu vinha quando era bem pequena, eu ajudo a vender a debulhar o feijão, com tudo e arrumar também”*.

Dentre as feirantes, 73.21% são casadas, informação que nos faz considerar, principalmente diante da estrutura de desigualdade de gênero, a dupla jornada de trabalho realizando as atividades domésticas, além dos cuidados com os filhos, visto que 92% das feirantes têm filhos. Esses motivos também influenciam em suas permanências na feira, seja pela necessidade de participar da renda familiar ou pela motivação de possuir seu próprio dinheiro e ser independente.

Essa realidade também foi constatada por Prata (2013), em sua pesquisa na feira das trocas em Aracaju, quando a mesma descreve que:

Comumente as mulheres optam por trabalhar fora de seus lares por necessidade econômica. O trabalho aí não aparece como um objetivo de suas vontades e sim como algo imperativo devido a necessidade de criar os filhos e etc. Mesmo quando elas relatam que foram atraídas pelo ideal sedutor de fugir do controle patronal e “ser patrão de você mesma”, este acaba sendo apenas um reflexo do motivo concreto de se apostar numa informalidade tão precária. (PRATA, 2013, p.77)

Nas respostas referentes à motivação em ser feirante, é presente, dentre outros elementos, a necessidade econômica, inclusive para as mulheres que possuem renda de benefícios assistencialistas¹³, observados na fala da feirante 31 (47 anos, casada, 2 filhos) ao ser questionada sobre sua motivação em ser feirante: *“A necessidade, marido não tem emprego, filha não tem emprego, não é aposentado ainda, aí eu venho.”*

Lima (2012), ao estudar as feiras livres em Feira de Santana, parte do princípio de que as feiras são o *locus* da relação campo-cidade e, pela elaboração do perfil das feirantes, constatamos que 55,65 % residem na zona rural, o que corrobora para esse entendimento. Importante destacar que, além das feirantes, a realização da feira atrai também os demais moradores da zona rural para a cidade, para fazer compras, passear ou visitar familiares e amigos.

Dentre as feirantes, 80,94% possuem baixa escolaridade, ou seja, são analfabetas ou estudaram até as séries do ensino fundamental. A idade dessas mulheres é de 32 a 81 anos. Nesse sentido, a baixa escolarização, junto à idade elevada, é fator presente nas ocupações no setor informal, como é o caso da feira.

Para as feirantes, o “pouco” estudo impossibilita a ocupação de outras atividades mais valorizadas, como nos conta a feirante 77 (idade não informada, casada, 6 filhos): *“oxe mulherzinha eu ia trabalhar em que pelo amor de Deus? Tem que vim pra feira, não sei lê como é que eu vou arrumar emprego sem saber ler? Não estudei nada não. [4 mangá é dois]”*. Um relato parecido é feito pela feirante 133 (62 anos, casada, 8 filhos) *“Eu não tenho outro trabalho, eu não sei ler pra ser uma professora, nem pra arrumar outro trabalho melhor. Ai eu monto barraca.”*

As feirantes com idade próxima a 60 anos contam que na infância não tiveram a oportunidade de estudar, inclusive não foram alfabetizadas, dedicando seu tempo ao trabalho braçal na roça. Apesar das feirantes mais jovens possuírem escolarização até o segundo grau completo, elas também consideram o “ser feirante” como falta de oportunidade de “algo melhor”, um trabalho formal, como relatou a feirante 54 (22 anos, solteira, sem filhos):

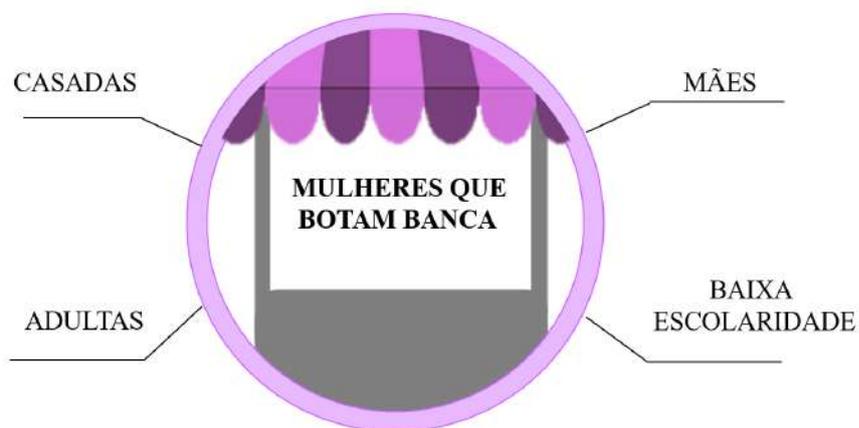
Aí essas coisas leva a gente a não querer, mas por falta de opção. Eu mesma não é uma profissão não que eu quero seguir de forma nenhuma, eu pretendia fazer pedagogia, porém eu deixei um pouquinho de lado. Pensei em fazer matemática, aqui não tem. Aqui por ser cidade pequena acaba deixando a gente sem opção.

¹³ Bolsa família ou Aposentadoria.

O direito à educação escolar para as mulheres foi conquistado em 1827, contudo, manteve-se como privilégio da classe alta. Posteriormente, quando a educação alcançou a população mais pobre, estudar ainda era visto como um privilégio e muitas famílias consideravam perda de tempo, pois precisavam da ajuda dos filhos nas atividades cotidianas, como foi o caso da maioria das feirantes entrevistadas.

Sobre as informações prestadas, pode-se afirmar trataram de mulheres casadas, mães, adultas e com baixa escolaridade; características ilustradas na figura 15.

Figura 15 - Perfil das mulheres que botam banca na feira de Euclides da Cunha



Fonte: Pesquisa de campo, 2018/2019. Elaboração: Patrícia Quirino Rocha.

Ao esforço em identificar as similitudes entre as feirantes, acrescentamos o entendimento sobre a importância de considerar, também, as diferenças e as peculiaridades de cada uma delas, que fazem desse universo um lugar de múltiplas dimensões. Assim, buscamos apreender e desvelar o território no movimento e, na pausa, o lugar.



Enveredando os caminhos



Foto: Patrícia Quirino Rocha

3. ENVEREDANDO PELOS CAMINHOS

O conceito de gênero aparece na pesquisa com o recorte dos sujeitos: as mulheres, por isso é por meio delas que trilhamos as reflexões, buscando apreender seus mundos vividos e, assim, construir uma reflexão teórica-metodológica conciliando os elementos apreendidos na pesquisa de campo com o referencial teórico consultado. Separamos o primeiro subitem para discutir gênero associado à identidade sertaneja, pois o “ser mulher”, o “ser feirante” e o “ser sertaneja” são as formas de ser e estar que buscamos apreender na feira.

A reflexão teórica-metodológica foi construída com o auxílio de autores que se dedicam às discussões sobre território, territorialidades, território-lugar, geograficidade e percepção. As categorias e conceitos escolhidos transparecem na escrita da pesquisa pela observação das mulheres feirantes e de suas práticas que revelam, simultaneamente, o “ser para si” e o “ser para o outro”, bem como sua geograficidade.

No tópico “Redes de mulheres feirantes e de seus produtos”, buscamos mostrar que a feira funciona como um nó que liga redes, enfatizando: (i) a rede de feirantes, na qual investigamos a origem e o local de suas residências, ao mesmo tempo refletindo sobre a abrangência da feira; (ii) A rede de produtos, pela qual exploramos a origem dos produtos que estão presentes nas barracas das feirantes. Compreender que a feira de Euclides da Cunha conecta outros territórios e lugares foi de fundamental importância para compreendermos os vínculos das feirantes com seus produtos.

3.1 Mulher, feirante e sertaneja

A descentralização do domínio masculino na geografia aconteceu pelas lutas da geografia de gênero e feminista por “espaço” que, juntas à virada pós-moderna e cultural, abriram caminhos para novos temas e perspectivas de estudos. Objetos considerados de escala “micro”, como assinalado por Béatrice Collignon (2010), adentram a ciência geográfica, trazendo para as discussões temas antes desconsiderados e que se revelaram fundamentais para a compreensão do todo espacial.

Pesquisar sob a perspectiva do gênero é sempre um exercício de compreensão das relações espaciais experienciadas pelas vivências que acontecem de forma diferente para cada sujeito e, em nossa pesquisa, esse sujeito é plural: são as mulheres feirantes. O texto de Joseli Silva (2003) sobre gênero foi fundamental para o amadurecimento do conceito e a reflexão sobre as feirantes, sujeitos de nosso estudo.

Reafirmando a secundarização das mulheres na geografia, seja na posição de pesquisadora ou como sujeito da pesquisa, Villagrán (2010, p. 219) afirma que,

[...] las premisas universalistas y esencialistas sobre las cuales se había conformado la disciplina geográfica asumían como un presupuesto que la experiencia masculina equivalía a la experiencia de la totalidad humana, quedando silenciado el punto de vista de las mujeres.

Dito isso, inclinamo-nos para a compreensão das territorialidades da feira produzidas pelas mulheres, a fim de construir uma reflexão, mostrando as vivências e percepções daquelas que foram desconsideradas até então nos estudos geográficos, como expõe Silva (2003):

A omissão científica da abordagem da mulher enquanto sujeito social tem sido denunciada por geógrafas feministas através de seu esforço em incluir o gênero enquanto um objeto de estudo da geografia e, para muitas delas, o estudo da mulher foi uma decisão política e uma estratégia de tornar seu trabalho visível no corpo da pesquisa geográfica. (SILVA, 2003, p.34)

A percepção do mundo começa com a percepção de quem eu sou diante de um referencial, usado para comparar elementos exteriores, que identificamos como semelhante ou diferente de quem somos. Nesse processo cíclico de observação do outro e reflexão de nós mesmos, é que reside o “ser para si” e o “ser para o outro” e, pensando na nossa pesquisa: o “ser mulher” que vai além de uma determinação biológica do sexo feminino, é poi, também um sujeito social, político e cultural.

Merleau-Ponty (1999, p.6) escreve: “o homem está no mundo, é nele que ele se conhece [...]”. Embora, seja necessário olhar para si e reconhecer quem somos, há para além da individualidade um mundo no qual nos relacionamos com outras individualidades que, a nosso ver, constroem uma coletividade baseada nas similitudes, mas que ao mesmo tempo precisa das diferenças para continuar se reafirmando.

O “ser para si” e o “ser para o outro”, Merleau-Ponty (1999, p.8) os define como sendo a “perspectiva do para si – minha visão sobre mim e a visão do outro sobre ele mesmo –, uma perspectiva para outro – minha visão sobre o outro e a visão do outro sobre mim”. É a dupla consciência de quem sou e de quem o outro é, o pensamento não é a mera noção de que existimos, mas a consciência que existimos para o outro à medida que existimos para nós mesmos.

Clarice Lispector expressou: “Eu antes tinha querido ser os outros para conhecer o que eu não era. Entendi então que já tinha sido os outros e isso era fácil. Minha experiência maior seria ser o âmagos dos outros e o âmagos dos outros era eu.” (1971, p.2). O texto navega entre o desconhecimento do outro e de si mesmo, ao mesmo tempo que é pela consciência do outro que a personagem encontra-se pelo reconhecimento do “eu” no “outro”.

Perceber-se semelhante ao outro é fundamental para a construção da coletividade, mesmo que dentro dessa unidade existam diferentes sujeitos, como, por exemplo, o movimento feminista que divide-se em vertentes de acordo com as características de cada grupo, pois, apesar da condição de mulher, há condicionantes sociais que são diferentes para cada uma de acordo com sua geograficidade.

Segundo Villagrán (2010), os estudos sobre gênero são tratados em abordagens, as mais recorrentes são três: i) as diferenças entre os gêneros; ii) as relações sociais, com destaque para as desigualdades entre os gêneros; e iii) o gênero como construção social, sendo essa terceira a que comunga com a concepção de Simone de Beauvoir para a qual,

Ninguém nasce mulher: torna-se mulher. Nenhum destino biológico, psíquico, econômico define a forma que a fêmea humana assume no seio da sociedade; é o conjunto da civilização que elabora esse produto intermediário entre o macho e o castrado que qualificam de feminino. ¹⁴ (1967, p.9).

O que a sociedade denomina como “ser mulher” é uma construção histórica imposta desde o nascimento do indivíduo que se torna mulher, por meio da imposição de papéis, a serem desempenhados na sociedade: filha, esposa, mãe, avó...

Entre os focos de reflexão e análises dos estudos feministas, aproximamo-nos dos três, contudo, em diferentes intensidades. Entendemos que as vivências são diferentes para cada sujeito diante do papel que a sociedade lhe atribui, mas, ao mesmo tempo, é sabido que

¹⁴ Para maior aprofundamento ver Beauvoir (1967).

essas diferenças são fruto da construção social do que é ser mulher e do que é ser homem. Reiteramos as palavras de Silva (2003, p.36) “[...] que não são as diferenças dos corpos de homens e mulheres que os posicionam em diferentes âmbitos e hierarquias, mas sim a simbolização que a sociedade faz delas.” Estudiosas como Perrot (1988) e Collignon (2010) sinalizam também em seus estudos para essa construção.

Essa construção de papéis é perpassada de geração em geração pela cultura, assim, é também pela mudança cultural que alcançaremos igualdade entre os gêneros, a liberdade de escolha e o domínio corporal. Uma vez que é “[...] pela cultura que essas populações fazem sua mediação com o mundo, constroem um modo de vida particular e se ‘enraízam’ no território. Há, assim, uma herança cultural que permeia a relação com o território” (ALMEIDA, 2008, p. 317).

Nesse sentido, as reflexões de Vargas e Almeida (2008, p. 2) nos direcionam a compreender a centralidade da cultura quando nos inclinamos a desvelar o mundo pela percepção, pois, como observaram, “Ora, sendo a percepção do mundo o conjunto de práticas sociais, representações e experiências os componentes da nossa realidade cotidiana, a cultura é, em sentido amplo, a forma de estar e ser no mundo de cada sociedade.”. A cultura é a base de nossas reflexões teórico-metodológicas, pois perpassa toda a pesquisa.

A cultura machista é, principalmente, transmitida por meio da educação no seio familiar, como observou Menezes (2016, p.116) nos seus estudos no sertão sergipano: “O saber-fazer transmitido por essas sertanejas implica em uma forma de educação [...] uma vez que se aprende por gerações os papéis e responsabilidade da mulher no seio da família[...]” (2016, p. 116).

Igualmente observado por Vargas e Almeida: “O preparo dos alimentos é responsabilidade da mulher e das meninas que desde cedo ajudam as mães na cozinha.” (2008, p.7). No sertão, a dominação da cultura machista ainda é presente nas relações entre homens e mulheres, alimentando a naturalização dos papéis sociais e, conseqüentemente, a hierarquização entre os sexos.

Apesar disso, há que se considerar que essas relações estão em processo de mudança, pois observamos que há feirantes que sustentam financeiramente suas famílias, isso significa uma ruptura de pensamento de ambos os lados, das mulheres, por entenderem e reivindicarem seu direito de adentrar o mercado de trabalho e, por parte dos homens, maridos dessas mulheres, em compreender que “lugar de mulher é onde ela quiser!”.

Esse rompimento do ambiente familiar é percebido na conversa com a feirante 125 (51 anos, casada, número de filhos não informado) quando esta conta que “Agora, 21 de

julho, intera 33 anos que eu sou casada. Quando casei já caminhava pra cá sozinha e depois que casei continuei na mesma vida por que não posso esperar por ninguém.”

Concordamos com Perrot (2007, p.157) que “A simples presença de mulheres na rua, agindo em causa própria, é subversiva e sentida como uma violência.” Compreendemos que a presença das feirantes na feira é marcada pela ruptura dos limites físicos da casa e motivada pela necessidade de sustentar sua família.

Uma fala que simboliza a liberdade das mulheres em poder agir em causa própria é da feirante 100 (54 anos, casada, 2 filhos) que declara: “*Ah eu acho um orgulho, eu me orgulho de mim mesmo. Porque, ter o meu dinheiro próprio, assim não é dizer que tem muito dinheiro, mas eu compro minhas coisas, vou pagando minhas coisas, então é acho que é uma coisa boa.*”

Para que as mulheres ocupassem a feira, foi necessário travar lutas em diversas escalas, dentre elas, pelo direito de sair do ambiente doméstico desacompanhada, poder desenvolver atividades econômicas e ser detentora e gestora do dinheiro que produziram.

É importante destacar o contexto no qual as feirantes estão inseridas, o sertão, pois este ainda é considerado enigmático por muitos. Pontuamos de imediato que o princípio para apreender o sertão está na sua pluralidade; para melhor elucidar, fazemos uso da tipologia feita por Almeida que define “[...]quatro os principais grupos identitários: os cerradeiros e/ou geraizeiros, os caatingueiros, os barranqueiros e vazanteiros e irrigantes modernos.” (2008, p.321). Dentre esses tipos, aproximamo-nos das sertanejas caatingueiras, lembrando que a própria autora alerta para esse esforço teórico como, principalmente, uma maneira de mostrar a multiplicidade dos sertões e não de estabelecer tipos, visto que “O sertão é do tamanho do mundo.” (ROSA, 1994, p.96)

Buscar compreender as territorialidades das mulheres feirantes, considerando o meio no qual elas estão inseridas, é fazer uma análise abrangendo o máximo de elementos da sua forma de ser no mundo, pois “Pela compreensão do uso e pelas representações feitas sobre a natureza, entende-se a manutenção/ extinção de expressões culturais denotadoras de uma interação homem sertões e como essas populações sertanejas ‘enraizam-se’ no território.” (ALMEIDA, 2008, p.317). Ser sertaneja caatingueira faz parte do ser no mundo de cada mulher feirante.

A origem dos sertões é envolta de misticismo, pois era o destino daqueles que fugiam do domínio português no período colonial, partindo em direção ao desconhecido, as matas fechadas, ao que não era povoado (ALMEIDA, 2003); e, somente após a instalação da Coroa

portuguesa no Brasil, os sertões foram destinados à pecuária, iniciando seu efetivo povoamento.

Há divergências, entre aqueles que têm os sertões como objeto de estudo, do que realmente representa essa categoria. O que se sabe é: “Não existem limites rígidos determinando onde começa e acaba o sertão, mas linhas que se movimentam conforme as circunstâncias. O sertão foi território que se expandiu e se contraiu.” (ESPÍNDOLA, 2004, p. 2).

Moraes (2003) discorre que essa realidade não pode ser compreendida apenas por suas condições naturais e/ou pelas intervenções/obras humanas, o autor conclui que “Na verdade, o sertão não é um lugar, mas uma condição atribuída a variados e diferenciados lugares. [...] Enfim, o sertão não é uma materialidade da superfície terrestre, mas uma realidade simbólica [...]” (2003, p.2). Construída, culturalmente, por meio da relação dessas populações com o meio natural, “culturalizando a natureza” como expressa Almeida (2018, p. 346) pelas práticas e saberes, e pelo compartilhamento das vivências cotidianas.

Ser sertaneja caatingueira é uma condição que está intimamente ligada às práticas e saberes no sertão e à convivência com o clima seco com pouca precipitação, característica marcante na construção do imaginário daqueles que não vivenciam essa realidade, como também dos que vivem, porém, de formas diferentes. O clima é o principal fator na construção teórica/reflexiva dos sertões, desde as contribuições de Ab’ Saber (1994-1995), quando classifica os sertões em sertão bravo, altos sertões, caatingas agrestadas e agrestes regionais.

As mulheres são feirantes pela necessidade de manter suas existências e das suas famílias, ser feirante faz parte do “ser no mundo” delas, seja pela necessidade, ou pela herança familiar que esse território-lugar proporcionou: os saberes e as práticas. E, mais que isso, “O sertão tem cor, cheiro e sabor. Cor de terra, de poeira e de vermelho de urucum. Cheiro de fogo ardendo no fogão de lenha de alguém ‘passado’ um café e o sabor de um ‘gole’ de café ou de um cozido em panela de alumínio arreado.” (PAULA, 2012, p.93). Se, como escreveu Rosa (1994, p. 435), o “Sertão: é dentro da gente”, então, podemos afirmar que sertão é onde são e estão as sertanejas.

3.2 Território, território-lugar e territorialidades

A intenção de investigar, pelo viés do território vivido e pela abordagem fenomenológica, é desafiador, pois, à medida que nos debruçamos sobre a literatura que contempla essa perspectiva, notamos a centralidade da categoria lugar. Por esse motivo é comum, no decorrer de nossas reflexões, os conceitos adquirirem conotação similar, porque acreditamos que “[...]a base do território vivido é o lugar.” (DE PAULA, 2011, p. 120).

Usualmente, é pelo conceito de lugar que o olhar para as vivências é estimulado, enquanto o conceito de território é fundamentalmente compreendido pelas relações de poder, sejam elas na esfera política, econômica ou cultural. Porém, reconhecemos que o poder também encontra-se na dimensão do vivido e realiza-se por meio dele, pois “parte-se aqui da premissa que o poder (ou sua ausência) é um fenômeno vivido e que o vivido também manifesta as relações de poder.” (SERPA, 2017, p. 588), revelando, dialeticamente, a relação entre lugar e território.

Dourado (2015) comunga com esse pensamento e explica que o poder possui aspectos na esfera do simbólico e do concreto, operando nas diferentes relações simétricas ou assimétricas. Nesse sentido, são as relações estabelecidas na feira pelas mulheres feirantes que revelam o território construído por elas.

Compreendemos que ambas categorias são construtoras da forma como olhamos para as mulheres feirantes e para a feira, porque as primeiras relações estabelecidas na feira estão atreladas à função de (re)venda de mercadorias, ao mesmo tempo em que o vivido manifesta-se pelas relações de sociabilidades que possibilitam a permanência das feirantes nesse território. Lugar e território produzem modos geográficos de existência.

Compreender as relações espaciais está intimamente relacionado com a forma como nos posicionamos diante do mundo vivido das mulheres feirantes e na sensibilidade e esforço de apreender a realidade junto à reflexão teórica. Uma vez que “[...] muitos laços de identidade se manifestam na convivência com o lugar, com o território. Todavia, os significados desses laços não são marcados pela unicidade e sim pela multiplicidade de percepções.” (ALMEIDA, 2008, p. 318), ou seja, convivência no sentido de ser com o outro no mundo.

Modos geográficos de existir ocorrem, primeiramente, pelo espaço e este configura-se pelas vivências humanas e é por elas modificado constantemente, pois é reflexo da sociedade que o produz, pelo fato de ser “...desprovido de qualquer concretude

existencialista.” (HOLZER, 2013, p.19). É a humanidade que agrega sentido, forma, cor, densidade, profundidade, horizonte e vida ao espaço, que, sem a presença da humanidade, não passa de um vazio.

Então, “Se o espaço geográfico nasce de uma relação existencial do homem com a Terra [...] ele tem como essência a ‘geograficidade’, que expressa a razão de ser do homem no planeta Terra[...].” (HOLZER, 2013, p.20). A geograficidade é como o homem relaciona-se com o mundo e com o que nela há por meio das experiências tofílicas e tofóbicas, vivenciadas durante sua trajetória de vida, as quais expressam as relações de afetividade ou de repulsa para com um lugar.

Esse relacionamento entre o ser humano e a terra, o todo geográfico, possui como essência a dependência, pois existimos pela capacidade de relacionar-mos com o mundo, a geograficidade, que é intrínseca a quem somos, e mais, essa geograficidade desenha os horizontes possíveis da existência, pois é o chão, o agora, e o caminho, o que passou e o que está por vir. A geograficidade também é herdada pelos ancestrais, pois conecta as experiências de mundo deles com os caminhos que enveredamos (HOLZER, 2013; DARDEL, 2015).

Nosso posicionamento perante o mundo revela nosso destino enquanto caminhos de vida e não como algo a ser alcançado e após isso estagnado; o destino não é um fim em si mesmo, são possibilidades de existência, essa “[...]relação concreta liga o homem à Terra, uma *geograficidade (géographicité)* do homem como modo de sua existência e de seu destino” (DARDEL, 2015, p. 1-2).”

O destino acontece todos os dias, ele é onde estamos e como nos posicionamos em relação ao outro e a nós mesmos, enquanto seres existenciais, possuidores de uma longitude e latitude, nutridos de sentimentos de tofilia e tofobia, que agregam sentidos ao ponto geográfico que nomeamos, intimamente, de lugar.

Se por um lado Raffestin (1993, p.144) afirma que “o espaço é a prisão original” da qual as demais categorias geográficas derivam/pertencem, por outro, Holzer (2013, p.22) constrói uma concepção, na qual “lugares outorgam espaços”, pois, para ele, são as lugaridades que possibilitam a existência do espaço. Ambos nos ajudam a refletir sobre as formas de ser e estar no mundo, lembrando que a vida não segue, por regra, linearidades tampouco por ordem de grandezas, por isso, para pensar o mundo vivido das mulheres feirantes, fez-se o esforço de limpar a mente, no sentido de estar aberta às geograficidades que o mundo delas.

O lugar é construído pelas subjetividades, pelos sentimentos que nutrimos em relação a algo. Para Tuan (1983), o lugar está relacionado com o sentimento de segurança, de acolhimento e de conforto ao ponto de o primeiro lugar da criança ser sua mãe, símbolo de todos esses sentimentos. Diferente do território, não são as fronteiras que delimitam o lugar o qual não pode ser considerado recorte espacial, mas acontece em um tempo-espaço, de acordo com a vivência de cada indivíduo, configurando modos de ser inerentes a ele.

Além de seu caráter subjetivo, o lugar é concreto e analítico (SAQUET, 2010), transforma-se pela influência dos territórios que se cruzam nele e, dessa forma, possui características que permitem compreender os territórios e o espaço. Para construir um argumento que fundamenta esse caminho de análise, Saquet faz uso das contribuições de Milton Santos (1985) quando este sinaliza que é pela fragmentação do espaço que é possível compreendê-lo na sua totalidade, do particular para o geral. Na sua leitura, o particular, são os lugares e suas singularidades que a seu ver conformam, dialeticamente, pequenas “amostras” do todo espacial.

Em paralelo à importância de entender como os lugares ligam o espaço, há o território que é conectado por territorialidades e desenhado por diferentes tipos de relações, ele “[...] é sempre, e concomitantemente, apropriação (num sentido mais simbólico) e domínio (num enfoque mais concreto, político econômico) de um espaço socialmente partilhado (e não simplesmente construído [...])” (HAESBAERT; LIMONAD, 2007, p. 42)

Há de se observar também a importância da historicidade que os territórios carregam, uma vez que “os territórios são construídos historicamente [...] O território significa, acima de tudo, movimento histórico e interações socialmente definidas, ou seja, corresponde a uma construção histórica que é, simultaneamente, relacional.” (SAQUET, 2010, p.56). Que está em harmonia com Haesbaert (2016) quando trata “As armadilhas do território” e aponta para a necessidade de entender o território, considerando sua historicidade.

A forma que o território se apresenta depende, sobretudo, dos modos de apropriação pelos quais passou, pois eles se diferenciam também pelas intencionalidades contidas nas ações dos sujeitos que o territorializam. Os territórios estão sempre sujeitos a mudanças, uma vez que estão ligados às vivências de sujeitos que se movimentam em diferentes temporalidades.

Vivemos diferentes temporalidades e a geograficidade está diretamente ligada com o(s) tempo(s) do território, isso porque “toda espacialização geográfica, porque é concreta e atualiza o próprio homem em sua existência e porque nela o homem se supera e se evade,

comporta também uma temporalidade, uma história, um acontecimento.” (DARDEL, 2015, p.33). Espaço e tempo são basilares para a construção e interpretação do mundo vivido, agem em conjunto e são dependentes um do outro, pois o espaço acontece em um período de tempo, enquanto o tempo sem a materialidade do espaço não tem sobre o que agir.

É, sobretudo pela observação dos modos de ser e estar que conseguimos construir reflexões capazes de interpretar a realidade, como expressa Serpa:

Então, mais do que pensar *a priori* o território como “extenso”, área, zona ou território-rede, em contraponto a lugar como “ponto no extenso” [...] deve-se estar atento às suas manifestações (e qualidades) nos modos como ocupamos e nos apropriamos do espaço, nas diferentes escalas e situações espaço-temporais; deve-se estar atento, sobretudo, às diferentes maneiras como se articulam lugaridades e territorialidades nos processos contemporâneos de produção/criação do espaço. (SERPA, 2017, p. 592)

Quando pensamos as categorias geográficas separadamente e optamos por abordagens que excluam um em razão da escolha do outro, estamos limitando nossas abordagens e leituras do mundo vivido. Se pretendemos nos debruçar sobre os modos de ser geograficamente, devemos enveredar por o máximo de caminhos possíveis para nos levar a esse objetivo.

Direcionar-se em busca de respostas é um exercício de percepção do outro e de si mesmo. Outro elemento importante nesse enveredar é a consciência, a qual Merleau-Ponty (1999) nomeia consciência perceptiva, pois são unidades diretamente proporcionais. Ter consciência ao pesquisar qualquer que seja o tema é um importante passo para perceber seu objeto/sujeito de estudo. Se ao pesquisar estamos buscando respostas para uma realidade na qual estamos inseridas, então conhecer a si mesmo faz parte do processo de descoberta.

Mais do que direcionar o sentido da visão, por exemplo, para as mulheres feirantes é preciso refletir sobre os movimentos captados pela retina, e também pelos outros sentidos, e como estes apreendem as territorialidades, os modos de ser e de estar no território e os laços com o lugar. Pois, como alerta Tuan “é possível ter olhos e não ver; ouvidos e não ouvir” (1980, p. 14). E, dessa forma como nos encoraja Almeida “saber olhar o que não se vê.” (2013, p. 45) decifrando o intangível, o tangível, o visível e o invisível, é imprescindível.

Angelo Serpa (2017, p. 588) reflete sobre o “ser-no-mundo” por meio dos conceitos lugar e território, auxiliando/questionando nas definições que fazemos dos mesmos - que o lugar está ligado ao vivido e o território a noção de fronteira- o autor mostra que “[...]o poder (ou sua ausência) é um fenômeno vivido e que o vivido também manifesta as relações de poder”.

O que buscamos expressar é que a escolha de um conceito é feita à luz dos objetivos de pesquisa, contudo, a complexidade da vida nem sempre pode ser compreendida pelos limites conceituais estabelecidos, sendo necessário ultrapassar o que está posto, para assim compreender o mundo vivido.

Ora, apesar de entendermos a feira como um território permeado por redes, há nela vivências que “lugarificam” a feira, sendo, ao mesmo tempo, território e lugar, diferenciando-se pelas formas de ser-no-mundo, como expresso pela feirante 133 (62 anos, casada, 8 filhos), sobre o significado de ser feirante: *“Eu acho bom, acostumei. Uma feira que eu não venho, Ave Maria fico doidinha.”*

A feira revela-nos, à medida que percorremos seus corredores, sua dinamicidade e sua complexidade, expressa pelas redes que articulam lugares e territórios pelas formas de ser-no-mundo das feirantes. Pois, semanalmente, transitam entre lugares e territórios, seja comprando suas mercadorias ou vendendo-as na feira de Euclides da Cunha e, também, em outras feiras da região.

Os lugares “[...] só existem com o compartilhamento de experiências entre seres humanos, ou seja, da experiência intersubjetiva compartilhada das coisas e fenômenos para os quais nos voltamos em comum” (HOLZER, 2010, p.23) São nos lugares que desenvolvemos laços.

Assim, entendemos a condição de “ser lugar” das mulheres feirantes, pois muitas estão na feira desde criança acompanhadas de suas mães ou um familiar próximo e, é na feira e pela feira que as relações fundamentais para a manutenção da vida destas mulheres acontecem. Além disso, é a feira e com/por ela que o sentido de ser feirante marca suas trajetórias como “ser mulher”, pois suas geograficidades estão essencialmente ligadas a esse território-lugar.

Quando pensamos nas mulheres feirantes e nos laços que as mesmas desenvolvem na feira, observamos a partilha da vida nas relações de sociabilidade e nas amizades. As feirantes relatam que sem “conhecimento” não teriam chegado “até aqui”, referindo-se às relações de amizade que desenvolveram durante seus anos na profissão. É interessante notar a importância desses vínculos na narrativa da feirante 54 (22 anos, solteira, sem filhos) sobre as amizades na feira:

Muitas, tem que ter né? Tem que ter se não, não vende nada porque tem gente que volta pela pessoa. Eu tenho amigas que elas vem aí a gente fica conversando e eu atendendo o povo, que nem a gente tá fazendo aqui. Quando se tem a cara boa, tipo assim, chega uma pessoa pra comprar aí você já trata melhor, já procura tipo uma brincadeira. Se você ver que a pessoa já é fechada, tipo meu tio, meu tio não é muito de brincadeira. E eu

não, eu já sou mais diferente dele. Porque tem gente que chega com uma cara, mas aí você tira uma brincadeira e a cara já melhora e tal.

A sociabilidade revela-se, pelas falas das feirantes e pela observação de seus cotidianos na feira, fator de influência no processo de compra e venda e de manutenção da relação entre feirante e freguês. As feirantes também relatam as amizades com as outras feirantes:

Comecei lá na outra feira, lá sentada nas calçadas debaixo dos pau mais dona Maria. É de lá que nós somos amigas e tamo aqui até hoje. Oxe quando uma não vem sente falta da outra. (Feirante 29, 63 anos, casada, 8 filhos).

A amizade citada acima desenvolveu-se no antigo local da feira e é mantida. Interessante pontuar que a feira é o único lugar que elas se encontram, pois são de localidades distintas e, na figura 16 as amigas estão uma ao lado da outra e, nas barracas seus produtos: feijão de corda, acerola e licuri seco.

Figura 16 - Dona Maria e Maria do Carmo em suas barracas de feira



Fonte: Pesquisa de campo, 2018. Foto: Patrícia Quirino Rocha

Outra feirante conta que são as amizades que a motivam continuar colocando banca:

É bom pra amizade, pra você distrair, as vezes você tem um problema, um pensamento ruim que você tá e você conversando com o povo você se enterte. Eu só tô nessa barraca aqui né nem porque eu queria tá não, é por causa que aqui é tipo um ponto que todo mundo que vem pra aqui e aí já sabe meu endereço e vem guardar as coisas aqui. Anda, anda e vem pra aqui. Pode vim de São Paulo, do Rio de Janeiro vem pra aqui, aí eu tenho pena de deixar se não eu tinha largado há muito tempo. Conversa, guarda as coisas aí eu fico pra ajudar os outros e os outros me ajudando, não é assim? Trocando amizade, batendo um papo. Aqui é tipo uma família, porque não adianta nós ta em uma barraca e qualquer coisa ficar discutindo com os vizinhos, acontece uma coisa errada com um? a gente vai conversa e passa. (Feirante 33, 65 anos, casada, 6 filhos).

Mas, há relações que vão para além da feira como nos conta a feirante 124 (50 anos, casada, 2 filhos):

Conheço todo mundo. A gente tem amizade com o povo, se não tiver amizade não vende. Até com os freguês mesmo, se for tapado não vende. Eu tenho muito conhecimento, graça a Deus. Tanto aqui, quanto lá onde eu moro, eu conheço todo mundo. As vezes me ligam 'você tem isso, tem aquilo' aí eu vendo em casa. Procura os vizinhos, eu levo pra casa pra vender também. Se num for assim, sem conhecer ninguém não vende não.

Esses relacionamentos mostram, como observou Saquet, que “O lugar está intimamente ligado ao viver e ao estar no espaço, aos laços do homem com seu habitat.” (SAQUET, 2003, p.25). As mulheres feirantes mostraram pelas suas vivências que mais importante do que “descobrir” se a feira é um território, um lugar ou um território-lugar o imprescindível é perceber suas formas de “ser no mundo”, a geograficidade.

Serpa afirma que “[...] antes mesmo de qualquer conceituação ou estratégia de representação conceitual, os seres humanos são seres espaciais em sua essência, e que viver é produzir/experienciar espaço[...].” (SERPA, 2017, p.587). Entendemos os conceitos geográficos como caminhos de interpretação, um meio pelo qual pensamos o mundo vivido das mulheres feirantes.

A geograficidade é um modo de existir que é intrinsecamente ligado ao espaço vivido e as formas como as mulheres feirantes se relacionam com as outras feirantes, com os fregueses e com todos aqueles que compõem o universo da feira, estes pois, revelam a feira como território-lugar.

Foi observado na pesquisa que ser feirante é movido principalmente pela necessidade de manutenção financeira das famílias. Como observamos no seguinte relato: “*Eu só gosto quando eu venho pra vender, agora pra vim sem ter, sem ser na barraca eu não gosto de vim não.*” (Feirante 29, 63 anos, casada, 8 filhos).

E apesar de suas histórias serem marcadas pela transmissão de ensinamentos entre mães e filhas, e isso ser relatado com grande orgulho, a prática de ser feirante é perpassada por dificuldades e desvalorização. São poucas as feirantes que conseguem ter uma renda capaz de suprir suas necessidades básicas e, mesmo as feirantes que são aposentadas relatam que continuam na feira para complementar a renda familiar.

As vivências das mulheres feirantes tecem o território-lugar por meio das territorialidades que singularizam-o e são a essência do território (HOLZER, 2010) atribuindo-lhes formas e significados que marcam a feira com suas vivências. De Paula

afirma que a “[...] territorialidade diz respeito à dimensão vivida na medida em que denota fatores que acontecem nas relações mais diretas entre as pessoas e o espaço.” (2011, p.109).

Essas relações dizem respeito aos convívios mais íntimos que revelam os vínculos das mulheres feirantes com a feira. As relações transparecem na construção do território-lugar no qual a dimensão vivida é fundamental, pois “A distinção entre territórios oriundos da dimensão vivida e a territorialidade está no papel que a dimensão vivida tem dentro destas noções.” (DE PAULA, 2011, p.109). Frisamos que a feira é construída por territórios, uma vez que ela integra territorialidades de outros territórios, pois as mulheres que vêm e vão semanalmente de suas localidades carregam consigo territorialidades de seu território de origem.

Criando sua própria territorialização, as barracas de café da manhã e lanches estão espacializadas por toda a feira, fugindo à lógica da setorização, pois as feirantes colocam suas barracas distantes umas das outras, como estratégia para cada uma garantir sua freguesia. Na figura 17 observamos as barracas de lanches próximas às de verduras, de frutas, de couro, de hortaliças e de roupas.

Figura 17 - As barracas de comidas estão em toda a Feira



Fonte: pesquisa de campo 2018/2019. Foto: Patrícia Quirino Rocha.

Outra territorialização identificada é o corredor formado pelas feirantes oriundas da zona rural¹⁵ que “botam banca” em barracas cedidas pela Secretaria de Agricultura e Meio Ambiente em parceria com a CAR - Companhia de Desenvolvimento e Ação Regional - cuja finalidade é incentivar a agricultura familiar e oferecer um meio de escoamento da produção rural. As barracas se distinguem por serem de ferro enquanto as demais são de madeira e estão dispostas em corredor na área externa a cobertura de metal. A figura 18 mostra a situação de suas barracas assim como o posicionamento de mulheres feirantes com os seus produtos.

Figura 18 - Corredor das feirantes da agricultura familiar



Fonte: pesquisa de campo 2018. Foto: Patrícia Quirino Rocha.

Nesse setor as feirantes dispõem sobre suas barracas uma quantidade de produtos menor em relação às feirantes do interior, porque sua produção é de pequeno porte e, por isso, por volta das 10 horas da manhã as mercadorias foram vendidas e as feirantes começam a organizar o retorno para suas localidades, fazem suas compras na feira e dirigem-se para os transportes responsáveis por fazer seu deslocamento.

Também, percebemos conflitos e contradições entre o discurso dos representantes municipais e as feirantes da agricultura familiar. Quando em visita à Secretaria de Agricultura e Meio Ambiente foi relatado que essas feirantes “*não produzem não, compram dos*

¹⁵ É importante destacar que há feirantes da zona rural com produção da agricultura familiar que estão em outros setores da feira, contudo as barracas delas são compradas com recursos próprios.

sergipanos para vender”. No entanto, a pesquisa mostrou que dentre as feirantes da zona rural há aquelas que comercializam sua produção agrícola, mas também há quem compra produtos de atravessadores para revender, seja como um complemento aos seus produtos ou como os produtos principais. Com relação à compra de produtos por parte das feirantes a justificativa foi unânime: compram quando falta chuva e o cultivo é inviabilizado, mas a feira tem que continuar.

As barracas de legumes, frutas, verduras e hortaliças estão situadas na área coberta e observamos que as mulheres colocam suas barracas próximas umas das outras de acordo com o grau de afinidade e amizade entre elas. São, nas palavras das feirantes, as “*companheiras de barraca*”, o que reafirma rede de sociabilidade entre elas.

Investigar a feira pela dimensão vivida é atentar para as territorialidades que mostram as vivências das mulheres na condição de feirante, mas, ao mesmo tempo, entender que, na feira, são estabelecidas relações de diversas naturezas, gerando diferentes territorialidades que “[...]estão intimamente ligadas a cada lugar.” (SAQUET, 2008, p. 88). E, assim como a construção do território é geográfica e histórica, as territorialidades também são, pois

[...]efetiva-se em todas as nossas relações cotidianas, ou melhor, ela corresponde às nossas relações sociais cotidianas em tramas, no trabalho, na família, na rua, na praça, na igreja, no trem, na rodoviária, enfim, na cidade-urbano, no rural-agrário e nas relações urbano-rurais de maneira múltipla e híbrida. (SAQUET, 2008, p. 90)

Com efeito, as territorialidades das mulheres feirantes dizem respeito às suas práticas e saberes que perpassam o “ser feirante” e vão além do território-lugar da feira, à medida que acompanham as mulheres feirantes nos territórios e nos lugares dos quais elas fazem parte. Observamos a feira como um encontro de diversas territorialidades de diferentes geografias e geograficidades, que constroem o mundo vivido das mulheres feirantes e, simultaneamente, tecem redes sobre a feira de Euclides da Cunha/BA, abordadas no tópico a seguir.

3.3 Redes de mulheres feirantes e de produtos

A feira “tornado território pela apropriação e dominação social é constituído ao mesmo tempo por pontos e linhas, redes e superfícies ou áreas zonas. [...] que reunidos, preferimos denominar de redes.” (HAESBAERT; LIMONAD, 2007, p.43). É sobre essas redes que queremos investigar nesta sessão, pois:

[...] ao perceber que muitos territórios e territorialidades manifestam-se - concretamente e simbolicamente - nos lugares e que o lugar e os territórios carregam consigo a influência de objetos e ações provenientes de diversas escalas espaciais, urge considerar outro conceito fundamental para os estudos territoriais: o de rede. (SAQUET, 2010, p.62)

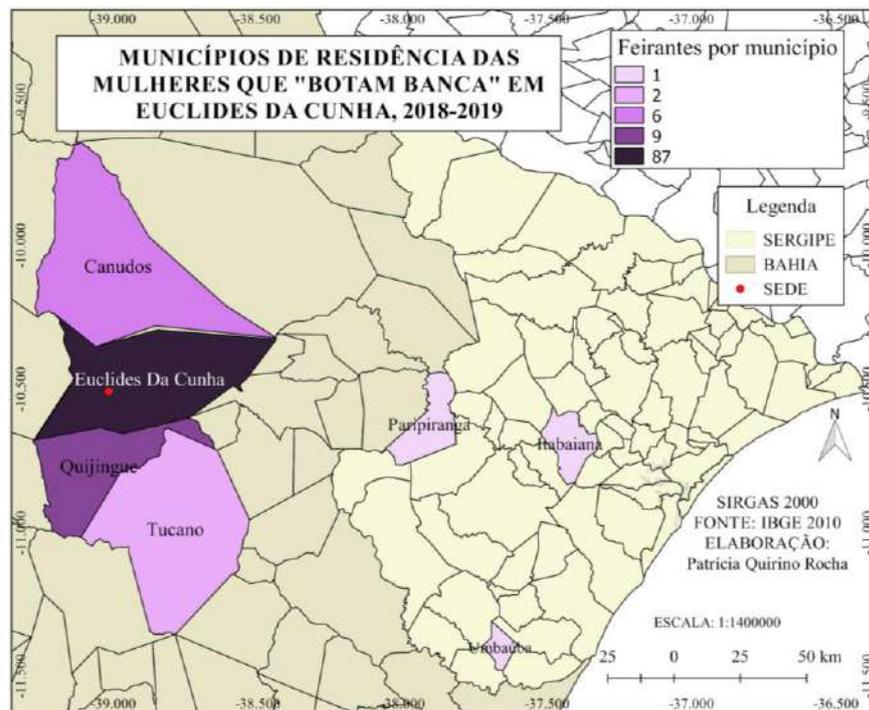
O território apresenta imagens, as quais Raffestin (1993, p. 152) considera como “[...] a forma assumida pela estrutura manipulada por um sistema de objetivos intencionais e de ações”. Esse sistema revela-se na forma de redes, nós e malhas construídos pelas funções que desempenham sobre o território. A imagem da feira é apreendida por sua dinamicidade, pelo fluxo de pessoas, pelas conversas, pelas negociações, pelos cheiros e pelos sabores que notamos ao percorrer as barracas e corredores. E, além da imagem, há também a estrutura do território, a qual, na feira, se expressa, sobretudo, pelas relações de compra e venda de produtos.

A feira é considerada como um nó entre redes, desenhadas pelos sujeitos que a compõem, e, na nossa pesquisa, observamos especificamente as mulheres feirantes. Elas vivem “[...] relações sociais, construção do território, interações e relações de poder; diferentes atividades cotidianas, que se revelam na construção de *malhas, nós e redes*, constituindo o território” (RAFFESTIN, 2008, p. 87, grifo do autor), o que nos revela a dinamicidade da feira.

Saquet, em relação ao lugar, chama a atenção para o “concreto e analítico e também como escala espacial que recebe a influência de vários territórios [...]” (2010, p.60). Por isso, a leitura escalar é indispensável para compreender a articulação do território/lugar da feira com o mundo, justificando nosso esforço em investigar e compreender a espacialização das redes analisadas neste tópico.

Com as respostas dos locais de residência das feirantes, na construção de seus perfis, elaboramos o mapa representado na figura 19 para ilustra a espacialização e abrangência municipal das mulheres feirantes da feira e, além disso, pela intensidade das cores, mostramos os municípios de origem das mulheres feirantes.

Figura 19 - Mapa com municípios de residência das mulheres que “botam banca” em Euclides da Cunha, 2018-2019



Fonte: IBGE 2010. Elaboração: Patrícia Quirino Rocha

Na rede das mulheres feirantes, destacamos as feirantes oriundas da zona rural do município de Euclides da Cunha e de Quijingue, que territorializam a feira em um corredor fora da cobertura, como mencionado anteriormente. Em paralelo, associa-se à rede de mulheres da zona rural aquelas apoiadas pela CAR - Companhia de Desenvolvimento e Ação Regional - que atua não somente em Euclides da Cunha, mas em todo território de identidade do Estado.

No quadro 02, detalhamos, além dos municípios, as localidades de pertencimento dessas mulheres para o entendimento de sua espacialização e de que a feira é um nó de encontros, de lugares e de territórios, pois as mulheres feirantes carregam consigo suas territorialidades e, pelas vivências do seu mundo vivido, tecem territorialidades marcadas por essas redes.

Quadro 02 -Local de residência das feirantes

LOCAL DE RESIDÊNCIA DAS MULHERES FEIRANTES		
Municípios	Urbano: Sedes, Bairros e distritos	Rural: Povoados
Euclides da Cunha/BA	Casinhas, Bela Vista, Caixa d'água, Duda Macário, Populares, Centro, Jeremias e Pau Miúdo.	Baixas, Lagoa do Tanque, Lagoa Funda, Cururici, Roça de Cima, Cedro, Carnaíba, Lagoa Da Vaca, Rio Vermelho, Queimada do Raso, Pinhões, Pedregulho, Tanque da Nação, Beira da Serra, Coentro, Fazenda Formiga 2, Cedro Velho, Cabeça de Poço, Lagoa do Saco, Santo Antônio, Ferro de Engomar, Laje, Porteiras, Cuxim da Pedra, Cumbe de Cima, Lagoa do Cupam, Serra da mãe Inácia e Monte Alegre.
Quijingue/BA	Alecrim	Rio Grande, Queimadas, Aroeira, Fazenda Capim Grosso, Tanque do rumo, Terra Branca e Queimada dos crentes.
Canudos/BA	Sede e Bendegó	
Tucano/BA	Sede e Caldas do Jorro	
Paripiranga/BA	Sede	
Umbaúba/SE	Sede	
Itabaiana/SE	Sede	

Fonte: Pesquisa de Campo 2018 e 2019. Elaboração: Patrícia Rocha

Pela observação das localidades, nota-se que a maioria das feirantes residem em Euclides da Cunha, sobretudo na zona rural do município, destaca-se também a presença de feirantes de Quijingue botando banca na feira. As localidades mais distantes foram Paripiranga/BA, Itabaiana/SE, Itabaiana/SE e Umbaúba/SE, revelando como a feira atrai feirantes de distintos locais.

Atentando para os produtos comercializados pelas feirantes, nota-se diversidade nos tipos e na origem de produção/compra, derivados da produção local, regional, nacional e internacional, como é o caso da noz-moscada e pichilin, comprados em Salvador/BA, mas segundo a feirante, importados da China; assim, em apenas uma barraca, como foi o caso da barraca de temperos, é possível observar a complexidade das redes dos produtos, sejam eles

produzidos pelas feirantes, comprados em atravessadores ou diretamente nos polos comerciais. A origem dos produtos citados foi organizada no quadro 03:

Quadro 03 - Origem dos produtos comercializados pelas mulheres feirantes

PRODUTO	ORIGEM
Frutas, verduras, legumes, hortaliças, oleaginosas (castanhas) e grãos (feijão e milho)	Euclides da Cunha
Frutas, verduras, legumes e hortaliças	Juazeiro/BA, Tucano/BA, Canudos/BA ⁽¹⁾ e Sergipe ⁽²⁾
Peixes	Canudos/BA e Paulo Afonso/BA
Temperos e ervas	Feira de Santana/BA, Salvador/BA
Mel	Juazeiro/BA
Goma de mandioca	Sergipe
Produtos em Couro	Caldas do Jorro (Distrito de Tucano/BA)

⁽¹⁾ Com destaque para produção de banana prata (*Musa paradisíaca*, L. Musaceae.)

⁽²⁾ As feirantes generalizam aos municípios pelo estado pertencente.

Fonte: Pesquisa de Campo 2018 e 2019. Elaboração: Patrícia Rocha

Na fala da feirante 77 (idade não informada, casada, 6 filhos), compreendemos melhor a dinâmica da compra dos produtos, ela relata que:

Na terça-feira pra Juazeiro. Toda semana, é porque se eu for comprar as coisas aqui [3 por 1 real]¹⁶ o dinheiro não dá não, é tudo caro, eles vendem tudo mais caro. Toda semana, não tenho sossego na vida, num ônibus e vai cheio que ninguém pode comprar aqui, nós comprava em Feira de Santana aí mudou pra lá. Lá é o lugar da fruta, tem tudo até exporta pra fora do Brasil, a gente só compra o mais ruim e agora mesmo tá tudo caro.

Outras feirantes compram seus produtos de atravessadores intermediário que chegam à feira na sexta-feira, pois é o dia que a maioria das feirantes começam a organizar suas barracas para deixá-las prontas para o sábado, principal dia de venda. Na figura 20, podemos visualizar o local onde os caminhões com as mercadorias são descarregados.

Figura 20 - Caminhões carregados de mercadorias para venda aos feirantes

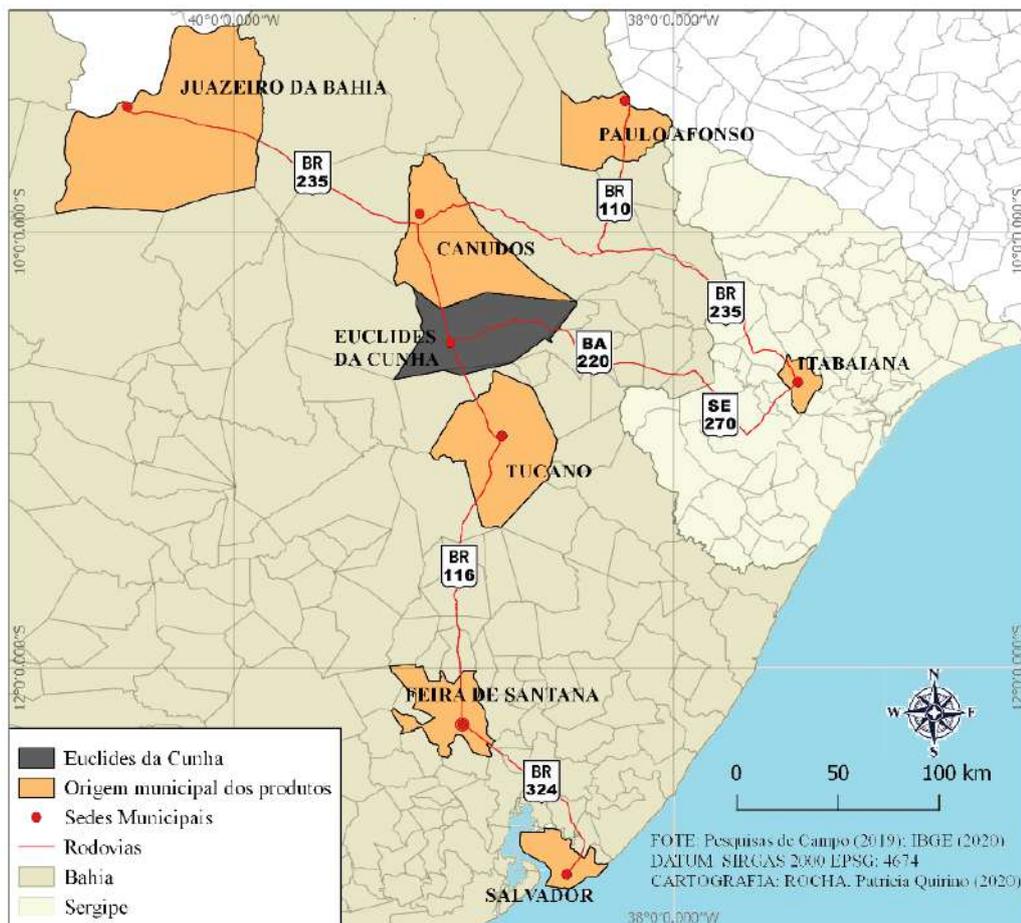
¹⁶ Diálogos com os fregueses que aconteceram paralelo a entrevista.



Foto: Patrícia Quirino Rocha, pesquisa de campo, 2018.

Elaboramos também o mapa da figura 21 para expor as rodovias pelas quais os produtos são transportados, essenciais para a efetivação dessas redes.

Figura 21 - Mapa das rotas de transportes dos produtos comercializados na feira, 2019



Fonte: IBGE, 2010. Elaboração: Patrícia Quirino Rocha

As rotas trilhadas para compra das mercadorias, possuem distâncias inferiores a 400 km, os destinos das compra são, respectivamente do mais distante para a mais próximo, Salvador/BA (324 km), Itabaiana/SE (315 km), Paulo Afonso/BA (272 km), Umbauba/SE (259 km) e Juazeiro/BA (230km). Revelando que a feira movimenta a economia desde a escala local à regional.

Sobre as redes, Rogério Haesbaert e Ester Limonad as consideram “como um elemento do território ou, no máximo, como uma das formas do território se apresentar.” (HAESBAERT; LIMONAD, 2007, p.43). É imprescindível observar e analisar as redes que se cruzam no território por meio de nós (pontos), que as interligam em diversas escalas de atuação.

A investigação da procedência dos produtos presentes nas barracas das mulheres feirantes revelou a complexidade do universo da feira, pois ao percorrer os corredores como fregueses, ou, simplesmente, como um curioso, não se percebe a diversidade da origem dos produtos, tampouco, a distância percorrida por eles. A dinâmica desse ambiente, dito de outra forma, desse território-lugar, interliga redes que conectam as feirantes, os produtos e os fregueses.

Horizontes: Mulheres feirantes



Foto: Patricia Quirino Rocha

4. HORIZONTES: MULHERES FEIRANTES

Nesta seção, propomos refletir sobre as imaterialidades e subjetividades que permeiam as vivências das mulheres em suas práticas como feirantes e seus contextos geográficos de sertão, de sertanejas. Para tal, tecemos o entendimento dos sentidos e significados de ser mulher, ser feirante e ser sertaneja, observando sua materialização nas práticas e saberes que envolvem o “botar banca”.

As territorialidades das mulheres feirantes, discutidas no capítulo 2, configuram uma coletividade baseada em similitudes e diferenças que pretendemos abordar adiante, partindo dos elementos que homogenizam nossas “sujeitas”: a condição de ser mulher, a prática de feirante e seu recorte geográfico: o sertão.

Analisamos as similitudes pela observação das práticas e dos saberes das mulheres apreendidos nas entrevistas e nas observações em campo, pois entendemos como Almeida (2018, p.344) que “[...]é essencial lançar o olhar sobre as ações das mulheres e as imagens que estas têm do meio.” A tríade pela qual propomos compreender as práticas e saberes é uma tentativa de pensar esses elementos separadamente em suas especificidades, mas consciente de sua indissociabilidade.

4.1 Práticas e saberes que revelam os sertões

Diante das incertezas que cercam a concepção do que são os sertões, delimitamos nossa reflexão pela observação dos aspectos sociais, culturais e naturais nas práticas e saberes das mulheres feirantes. Para tal, optamos por fazer essa investigação pela observação, tanto da origem geográfica dos produtos, quanto das feirantes, materializados nos mapas das figuras 19 e 21. Assim, apreendemos que as redes das mulheres e dos produtos da feira perpassam pelos municípios sertanejos.

Inspiramo-nos na tipologia de Penna (1992) sobre a construção da identidade do nordestino em São Paulo, para construir uma tipologia dos produtos sertanejos. A autora sinaliza três características que revelam identidades nordestinas, sendo estas observadas nos produtos: i) a **cultura**: se faz parte da cultura local; ii) a **vivência**: se faz parte do cotidiano local e iii) a **naturalidade**: local de origem ou fabricação dos produtos.

A identidade dos sujeitos é feita pela autodeclaração, enquanto, com relação aos

produtos, ela é atribuída pelos fregueses e pelos feirantes mediante os significados neles contidos. De acordo com essa tipologia, classificamos os produtos observados nas barracas das feirantes, considerando o contexto geográfico do sertão de Euclides da Cunha, conforme mostrado no quadro 04.

Quadro 04 – Identificação dos produtos sertanejos

	PRODUTOS	CULTURA local	VIVÊNCIA cotidiano	ORIGEM LOCAL Fabricação - produção
CP	Frutas: acerola, limão, laranja, jaboticaba, noni, maçã, pêra, uva, mangaba e maracujá.			
	Hortaliças			
	Frutas: caju, umbu, seriguela, coco, banana, manga, jaca, melão, melancia, pinha, maracujá do mato			
	Mel			
	Ovos de galinha caipira			
	Maxixe, quiabo, pimenta, feijão de corda, mandioca, aipim, batata doce, pimentão, abóbora, milho			
CS	Cocadas de licuri, goiaba, leite e coco			
	Queijos ⁽¹⁾ e requeijão			
	Licuri no rosário, seco ou cozido			
	Bolos de leite, milho, macaxeira, laranja e banana			
	Doces de goiaba, leite, mamão, banana, caju, coco e batata doce			
	Rapadura, coalhada seca, manuê			
	Castanha de Caju			
NC	Couro em geral ⁽²⁾			
	Potes e panelas de barro			

	sabão caseiro, bucha vegetal, vassoura de palha			
--	---	--	--	--

⁽¹⁾ Feito com leite de vaca ou de cabra.

⁽²⁾ Bolsas, sandálias, arreios, cintos, botas, sapatos, etc..

Fonte: Pesquisa de Campo 2018/2019; baseado em Penna (1992) Elaboração: Patrícia Quirino Rocha

Como mostra o quadro 4, alguns produtos comercializados na feira, ao mesmo tempo em que refletem a cultura local, são alimentos identitários, porque compõem os hábitos alimentares dos sertanejos, seja em seu lugar de origem, ou enquanto migrante em seu lugar de destino, pois como afirma Menezes (2013, p.123):

[...] os estudos mostram que a alimentação constitui um dos traços identitários enraizados e a preservação dos alimentos é buscada incessantemente pelos migrantes deslocados ou descolados do seu território, que buscam no consumo dos produtos uma aproximação do seu território; ao alimentar o corpo, alimentam também a alma [...].

Nesse sentido, esses alimentos são caracterizados por sua presença no cotidiano, e também, pelo saber-fazer que envolve sua produção. Há, dentre os produtos encontrados nas barracas das feirantes, duas principais distinções: aqueles que são comprados em centros comerciais para revenda, e os que são produzidos/colhidos nos quintais e nas roças das mulheres.

A procedência do produto também expressa um tipo de saber-fazer de cada feirante, pois as relações estabelecidas com os produtos são distintas, assim como é diferente o conhecimento daquelas que comercializam produtos de ambas origens. A resposta da feirante 31 (47 anos, casada, 2 filhos) sobre a origem de seus produtos mostra como uma só barraca pode reunir diferentes produtos oriundos de uma rede de relacionamentos:

O leite é da vaca lá de casa [precisando, por nada]. É de lá da roça, do quintal de minha mãe; o sabão, eu que faço. Tinha coentro, é da minha cunhada que tem irrigação. Tinha couve, milho: já vendi, é de lá da roça dela. [compra algo?] não, eu que vou buscar no mato. Às vezes a filha da minha cunhada trás licuri cozido pra vender aqui.

Os produtos dessa barraca expressam o relacionamento da feirante com seu contexto familiar, pois sua produção envolve sua mãe, sua cunhada e sua sobrinha. Percebe-se também uma relação com a natureza, entendida como os elementos naturais presentes no cotidiano, o que nos leva a refletir sobre a relação que esse manejo estabelece com o entorno influenciando os saberes e as práticas das mulheres, germinadas no ambiente doméstico e refletidas na feira.

As territorialidades das mulheres dizem respeito às suas práticas e saberes, que perpassam a prática de ser feirante e vão além da feira; elas acompanham as mulheres feirantes nos seus territórios e lugares, com destaque para seus quintais, nos quais são efetivadas suas práticas e saberes com o meio ao qual pertencem.

Nesse sentido, Almeida (2008, p.331) chama atenção para a relação homem e meio ao expor a importância de se “[...] considerar que a devastação da vegetação natural significa a perda do conhecimento acumulado ao longo dos tempos, sobre o uso medicinal e uso do alimento tradicional das plantas, pelas populações a elas associadas.” O saber sem a prática cotidiana e sua partilha são os principais motivos para a diluição das práticas e conhecimentos tradicionais; assim, a degradação do bioma é também consequentemente uma perda dos saberes e fazeres locais.

Compreender como as feirantes, produtoras de suas mercadorias, relacionam-se com o meio no qual vivem é fundamental, pois revelam as especificidades dessas mulheres, uma vez que, assim como aponta Carvalho (2010, p.61):

O sentido de natureza é cultural, pois os grupos humanos a qualificam diferentemente. Cada grupo social, a partir de sua leitura de natureza, elabora uma territorialidade, uma forma de apropriação e uso dos seus recursos e território. Desse modo, os sentidos de natureza perpassam pela produção, pelos valores, ritos e símbolos dos modos de vida, da linguagem, do universo produtivo e simbólico-cultural que, a cada tempo e a cada sociedade, vão marcar a relação do homem com a natureza.

As feirantes que coletam/cultivam/produzem seus produtos, com base nessa interação com a natureza, possuem uma relação intensa com o meio ao qual pertencem. No relato da feirante 33 (65 anos, casada, 6 filhos), percebe-se como a disponibilidade dos alimentos na natureza influencia na oferta de produtos na feira: *“Era feijão de corda, era o que achava da minha roça. Tinha maracujá antigamente, agora não tem mais, de tudo tinha, caju e agora não tem mais. [e hoje?] é comprado! O umbu não”*. Assim, há alimentos que deixam de ser comercializados por sua escassez e passam a serem comprados para revenda ou deixam de ser comercializados. A interação das mulheres com seu meio geográfico, o sertão, possui reflexos em sua prática como feirante.

Para Diegues “[...] ainda que existam representações simbólicas e, sobretudo, míticas que perpassam as culturas e formas de organização social, cada uma dessas últimas tem sua própria forma de representar, interpretar e agir sobre o meio natural” (2000, p.63). A forma

como essas interações acontecem mostram as particularidades e características de cada cultura, numa relação de influência recíproca, porque elas são influenciadas entre si.

Nos relatos, nota-se que há alimentos que deixaram de ser comercializados na feira e outros deixam de ser produzidos pelas feirantes para serem comprados de atravessadores, principalmente pelo desfavorecimento das condições climáticas para o plantio, como observado na fala da feirante 31 (47 anos, casada, 2 filhos) ao ser questionada sobre os produtos que vendia no passado: “*Sempre coisa da roça. Ovo, feijão de corda, o quiabo, o tomate, que quando chuvia muito tinha de tudo. Na roça da minha mãe tinha muito pé de pinha e umbu, aí a gente trazia.*”

O sertão é caracterizado pela baixa precipitação de chuvas, no entanto, há períodos de estiagem prolongada, fato que altera a dinâmica das populações que ali vivem, sobretudo, daqueles que dependem dos recursos hídricos para produção de alimentos, tanto para o consumo como para a venda na feira. Assim, as práticas e saberes das mulheres feirantes refletem sua geograficidade. Tal conceito contribui para refletir a relação da mulher e seu meio, associada ao pensamento geográfico, também como Dardel (2015, p.9) pontua:

É importante não se acreditar no erro de que a espacialização geográfica se produz somente em virtude de um comportamento ativo. É o caso onde o homem é agenciado pelo ambiente geográfico: ele sofre a influência do clima, do relevo, do meio vegetal. Ele é montanhês na montanha, nômade na estepe, terrestre ou marinho. A natureza geográfica o lança sobre si mesmo, dá forma a seus hábitos, suas ideias, às vezes a seus aspectos somáticos.

O autor chama atenção para a questão de o ser humano não ser somente um componente ativo da/na natureza, atuando somente sobre ela, modificando-a, mas é influenciado por ela na sua forma de ser e estar no mundo. Essa relação constrói a geograficidade de cada pessoa, para ilustrar, Dardel (2015) toma como exemplo o montanhês, que só o é pela relação com a montanha. Dessa forma, compreendemos que as mulheres feirantes são sertanejas diante da sua geografia existencial, com implicação direta na sua forma de ser-no-mundo.

Paralelamente às práticas e aos saberes que envolvem o ser feirante, essas mulheres relacionam-se de forma holística com a natureza sertaneja, como averiguado em Vargas e Almeida (2008, p.8):

No que diz respeito ao cuidar da saúde da família, as mulheres sertanejas contam normalmente com os próprios recursos que a natureza pode lhes oferecer. Apesar da intensificação do sistema agropastoril,

transformando a paisagem sertaneja em um grande pasto, o sertanejo, sobretudo as mulheres, é detentor de grande conhecimento sobre os usos, atualmente não convencionais da vegetação: “o mato serve prá tudo!”.

Estamos refletindo sobre uma realidade geográfica repleta de controvérsias e misticismo, pois a imagem construída pelos que não são sertanejos difere da realidade vivida por essa população, como discute Carvalho (2010) em sua tese a respeito da “convivência com o semiárido”.

As mulheres feirantes, nesse contexto, utilizam diferentes estratégias para continuar comercializando na feira, dentre elas, a compra de mercadoria para revenda, seja pela falta de chuvas ou pela falta de terra para plantar, como expressou uma das feirantes sobre seu começo como feirante: “*Vendia essas coisas mesmo, pimentão, tomate. Naquele tempo não tinha essas coisas aqui*” (feirante 77, idade não informada, casada, 6 filhos).

Ao falar “*não tinha essas coisas aqui*”, a feirante apontou para as frutas (manga, maracujá) que, em momentos anteriores, explicou que compra em Juazeiro/BA para revenda e que antes vendia produtos cultivados por ela em sua roça, mas com a venda da propriedade, passou a comprar para revender e, com isso, percebemos que os produtos de sua barraca passaram por alterações ao longo de sua vivência como feirante.

Os produtos comercializados pela feirante 89 (23 anos, solteira, sem filhos) também passaram por alterações, pois a castanha de caju, seu principal produto ofertado outra, passou a ter sua comercialização inviável, ela explica: “*a gente não tá trabalhando mais com castanha porque ela tá cara e na roça a gente não tem, aí tem que comprar e não compensa, aí a gente não tá vendendo mais não.*”

Para continuar comercializando, as feirantes buscam outros produtos para negociar, conseqüentemente, alguns produtos estão deixando de ser vendidos em suas barracas e outros estão surgindo, como, por exemplo, os panos de prato com acabamento em crochê e pintura (figura 22), feitos pela feirante, observados em sua barraca de produtos variados (uma das barracas em azul no croqui da figura 12).

Figura 22- Varal de panos de prato na barraca de produtos variados



Fonte: Trabalho de campo, 2019. Foto: Patrícia Quirino Rocha.

Outro fator relevante que soma ao entendimento das relações na natureza é que esse contato pelo uso e pela vivência torna-se um elemento identitário (ALMEIDA, 2018) das mulheres feirantes. Como discutido anteriormente, as formas de ser no mundo são inerentes à geograficidade de cada pessoa, o que implica uma relação dialética entre o meio e as pessoas que ali estão e “Essa relação vivida dos homens com lugares determinados faz verdadeiramente deles, no sentido rigoroso, ‘gente do lugar’, ‘autóctones’, como dizem os gregos.” (DARDEL, 2015, p.50).

O contato com as mulheres feirantes revela que elas são “gente do sertão” e, por isso, consideramos importante abordar essa característica que lhes qualificam. Analisamos a dimensão cultural a envolver o “ser sertaneja” pelas vivências e pelas relações que elas desenvolvem com os produtos de suas bancas, pois concordamos com Almeida (2018, p.298) que “[...] a cultura consolida o ser sertanejo.”

Os produtos presentes nas barracas das mulheres representam os hábitos e gostos presentes na cultura sertaneja; e as alterações desses produtos nas barracas dizem respeito à pluralidade cultural, pois, “Temos que considerar, de saída, que a cultura não é adquirida apenas [...] ela é também transformada, mudada e acrescentada pela inovação ou descoberta.” (MELLO, 2009, p.41). Dessa forma, a feira, parte e expressão da cultura local, reflete as práticas e saberes das mulheres feirantes.

4.2 Práticas e saberes que revelam as feirantes

Os momentos de conversa com as mulheres feirantes foram de aprendizado das vivências na feira e em suas casas; trocas de receitas de comidas e de remédios caseiros; e suas trajetórias de vida. Neste subtópico, transcrevemos algumas dessas falas que mostram como elas organizam-se para estar na feira. Partimos do relato da feirante 54 (22 anos, solteira, sem filhos) sobre seu início como feirante:

Mulher, porque é assim, eu sempre trabalhei com isso¹⁷, meu avô teve comércio, já é falecido, aí eu já me criei nisso, já cresci nisso. A gente fechou o comércio dele e acabou ficando aqui. Aqui é do meu tio. Aí vem de família, entendeu? Uma pessoa foi passando pra outra. Minha mãe já trabalhou com isso, meus tios trabalham, meu avô trabalhava com isso, minha vó. Então já vem já de família.

A comercialização na feira começou após a morte do avô, pois a família considerou que não era vantajoso manter a loja. Mesmo que o ambiente de vendas seja outro, são os saberes e ensinamentos do avô que possibilitaram a continuidade da venda de temperos e de suas práticas na feira.

A família de Maria de Lurdes (67 anos, viúva, 9 filhos) está na feira comercializando potes de barro desde a geração da sua avó, o que nos leva a cogitar que essas mulheres estão comercializando na feira desde meados do século XX, quando a feira concentrava-se no “barração da feira” junto a igreja católica. Esse saber fazer possibilitou sua presença na feira comercializando; ela conta que:

Quem ensinou nós a fazer [as louças de barro] foi minha vó que passou pra minha mãe, morreu aí ficou nois. Aí agora eu ensinei, aí elas [as filhas] tudo tão fazendo. Aí minha mãe morreu, aí deixou eu fazendo. Só foi o que eu dei pra meus filhos. A minha mãe morreu, mas deixou o que nois fazer. Nós somo loicera desde pequena

Além da família de Maria de Lurdes, há Luzinete (51 anos, casada, número de filhos não informado) que também produz objetos em barro. Elas são as únicas na feira que os produzem artesanalmente e relatam que o processo de produção é trabalhoso. Desde o início, com a remoção do barro com uma picareta, até os acabamentos da peça com polimento usando pedra e a pintura com tinta branca de Tauá¹⁸. Abaixo, na figura 23, as feirantes e suas peças em barro.

¹⁷ O pronome demonstrativo “isso” diz respeito ao tipo de produto comercializado pela entrevistada, os temperos.

¹⁸ Tinta extraída de argila aluvial.

Figura 23 - Feirantes louceiras exibindo suas panelas de barro



Fonte: Trabalho de campo, 2018/2019. Fotos: Patrícia Quirino Rocha.

Atualmente, Maria de Lurdes deixou de produzir as peças por causa da idade avançada e, devido a isso, os problemas de saúde. A função foi transferida para as filhas, contudo, ela não abre mão de ir à feira comercializar junto às filhas e à Luzinete, “uma amiga de muito tempo”.

A comercialização desses produtos é cada vez menor, durante o ano, o período de maior venda é na semana santa com a venda das frigideiras para fritar peixe e, em Setembro, nos festejos de Cosme e Damião, santos gêmeos da igreja católica e Ibejis do candomblé, com o uso das panelas e pratos de barro na preparação dos caruru¹⁹.

A redução do consumo desses produtos pode ser explicada pelo fato de que eles não são adequados para o uso no fogão a gás, modelo mais presente nas cozinhas, ficando limitados ao fogão à lenha. Além disso, as novas gerações de mulheres da família não se interessam em dar continuidade a essa tradição, pela baixa rentabilidade da venda e pelo desgaste físico que envolve sua confecção.

¹⁹O caruru é um cozido de quiabos ou carurus que costuma ser servido acompanhado de acarajé ou abará, de pedaços de carne, frango ou peixe, de camarões secos, de azeite de dendê e de pimenta.

A diversidade de produtos em algumas barracas chama a atenção de quem passa, como, por exemplo, a barraca de Maria José (66 anos, casada, número de filhos não informado), que comercializa queijo de cabra, requeijão, doces caseiros de banana, mamão, umbu, abóbora, batata doce, goiaba e manga. Ela também comercializa produtos feitos por outras mulheres e, ao término da feira, repassa o dinheiro, tecendo uma rede de sociabilidade entre elas e seus produtos. Esses produtos são: os ovos, manuê ²⁰, bananas e bolinhos de chuva.

No decorrer da prosa, Dona Maria José relata sobre seus modos de preparo dos produtos que estavam à venda no momento e de outros que ela não levou para a feira naquele dia. Os saberes dessa feirante vão além da produção de alimentos, possui domínio de receitas para gripe, bronquite, pressão alta, infarto, ou, em suas palavras, “*proíbe derrame*”. Para afastar “mau olhado”, receita tomar banho com chá de cravo e canela: “*cheirosa pra ninguém botar olhado*”. Essas trocas de receitas perpassam sentidos que extrapolam o ato da venda e adentram os laços de amizade que são tecidos na feira.

Maria José conta sobre outros saberes adquiridos: “*tenho muita reza que minhas velhas ensinaram*”. Suas crenças são materializadas em sua barraca em um “buquê de folhas”, cuja função é proteger a barraca do “olho gordo” e do “mau olhado”²¹. Ela conta que coleta as folhas “nas caatinga”, como a folha da sabugueira (*Sambucus nigra*), da mandioca (*Manihot esculenta*), da coerana (*Cestrum laevigatum*) e do pinhão roxo (*Jatropha gossypifolia*).

O pinhão roxo foi identificado também em outras barracas com a mesma intenção de proteção à inveja, isso porque ele é uma erva de benzedura contra o “mau olhado” e usado em banhos de descarrego, principalmente. Na figura 24, observamos as ervas em vários locais das barracas.

Figura 24 - Maria José com seu buquê de ervas protetoras e pinhão roxo em outras barracas

²⁰Conhecido também por manuê é um doce feito com cravo, canela, ovo, erva doce, massa moída de milho e açúcar, assado em palha de bananeira no fogão de lenha.

²¹Expressões que remetem a crença de que as pessoas, movidas pela inveja, podem transmitir más energias para outras pessoas ou para os seus pertences.



Fonte: Trabalho de campo, 2018 e 2019. Fotos: Patrícia Quirino Rocha

As crenças e religiosidades das mulheres feirantes são expressas em suas práticas, seja pelos produtos comercializados, seja por sua forma de negociar, ou de tratar o freguês. É um elemento revelador do ser feirante para além das relações comerciais, tecido por imaterialidades que transcendem o “estar feirante”.

A necessidade financeira é a principal motivação para ser feirante, mas se materializa pelas especificidades de suas vivências, marcadas por lutas e determinação, como exposto pela feirante 77 (idade não informada, casada, 6 filhos):

Eu trabalhava três dias catando quiabo por semana, naquele tempo era 20 reais o kg, aí eu num pegava o dinheiro não, pegava 3 kg de quiabo e vinha pra aqui vender meus quiabinhos pra fazer meu dinheiro. Arrumava uns tomatinho, uns pimentãozinho [quanto é a abóbora? Dois!] aí minha irmã, eu fui lá pra pimenta, ia pro quiabo e pra pimenta, era uma trabalhada danada. [o mel? o litro pequeno é de 20 e o grande é 40, vem de Juazeiro]. As mãos ficou preta igual carvão de catar pimenta porque eu não usava a luva porque demorava mais, aí o homem pagava 1 real o kg catado, aí quando eu ia catar quiabo as bichinhas, as outras mais velhas iam me ajudar quando saíam da escola, levava uma comidinha. Aí eu ajuntei 500 reais aí fui pra Juazeiro fazer umas comprinhas, minha colega me ajudou.

A riqueza desse relato desperta reflexões; primeiro, mostra o quanto exige esforço a decisão em se iniciar como feirante, principalmente, para quem não têm como produzir o

produto. Dessa forma, essa feirante precisou vender sua mão de obra em troca, ora por produto, ora por dinheiro, para acumular o suficiente (quinhentos reais) e dirigir-se a Juazeiro e comprar mercadorias para iniciar a venda em sua barraca.

A necessidade de cuidar de seus filhos fez com que ela decidisse voltar a ser feirante, pois, quando era criança, colocava banca com sua mãe em Canudos/BA e Jeremoabo/BA, porém, quando casou, deixou de comercializar com a mãe. Outro aspecto importante é o envolvimento das filhas desde o trabalho na roça até a comercialização na feira, inclusive a feirante estava acompanhada na barraca por sua filha mais nova, figura 25.

Figura 25 - Mãe e filha em sua barraca de feira



Fonte: Trabalho de campo, 2019. Foto: Patrícia Quirino Rocha

A baixa escolaridade foi frequente na justificativa da escolha em ser feirante, como expressa a feirante 77 (idade não informada, casada, 6 filhos): *“é bom que a gente trabalha pra gente, como eu não sei ler e trabalhar na casa de família não quero, porque não aguento, é melhor você ganhar pouco e trabalhar pra você, sem ninguém lhe mandar: faça isso! faça aqui!”*. Nesse sentido, questionamos sobre a importância que ela atribui aos ensinamentos da mãe, que a iniciou na feira, e ela pondera: *“bom, porque... [tudo bom, hoje ela veio eih? Tá sã? Graças a Deus] eu avalio muito bem, porque se não fosse ela deixar como é que eu ia cuidar dos meus filhos? Não ia, a gente já tinha morrido de fome”*.

A confiança no produto também faz parte da prática de ser feirante, pois elas se preocupam com a qualidade do que comercializam, como nos relata da feirante 116 (34 anos, casada, 1 filho), vendedora de hortaliças cultivadas por ela e por seu marido. Ela explica que, quando está em período de estiagem, compra para revender em dois principais fornecedores:

um de Tucano/BA e o outro de “Sergipe”, contudo, sua preferência é pelo primeiro, ela explica o motivo:

Aqui ó, esse aqui é de Sergipe, esse não. [qual você prefere?] Tucano, porque eu fui no alfaces dos meninos e não tava bom, do meu agrado. Porque o alface de Sergipe têm muito agrotóxico. Queimado e aqui estraga rápido. Esse aqui é mole tá vendo?

O “aqui estraga rápido” faz referência ao miolo do alface, como pode ser observado na figura 26.

Figura 26 - Comparação da qualidade dos alfaces



Fonte: Trabalho de campo, 2019. Foto: Patrícia Quirino Rocha

Na esquerda, os dois alfaces parecem ser iguais, mas, ao observarmos os miolos, notamos que um está todo marrom e o outro não, isso porque ele está mole e danificado. A experiência dessa feirante com as hortaliças é o que proporciona esse conhecimento para diferenciação da qualidade dos produtos.

Garantir a qualidade do produto faz parte da prática das feirantes para fidelizar o cliente, nesse sentido, a feirante 89 (23 anos, solteira, sem filhos) conta que “quando as pessoas perguntam é garantido, tipo assim, sábado você passa aqui pra você ver, aí quando o produto é bom eles sempre voltam, aí diz: bem que a senhora falou que era bom, vou levar de novo” E, dessa forma, a feirante conta que são criados laços de confiança com seus fregueses.

As feirantes que vêm da zona rural, corriqueiramente, trazem produtos de outras mulheres da sua localidade para serem comercializados em suas barracas. Porém, elas relatam que precisam confiar na qualidade do produto, pois, se for ruim, pode comprometer sua freguesia, como expressa a feirante 31 (47 anos, casada, 2 filhos): “eu mesma não gosto de vender coisa ruim, prefiro coisa que eu mesmo faço, ovos que seja garantido. Vendo

requeijão, eu faço, mas no momento eu não tenho leite aí pego com o rapaz, vendo e tenho meu lucro”.

O início das mulheres como feirantes costuma ser marcado pela motivação de outro feirante, seja um parente ou uma amiga, como foi o caso da feirante 29 (63 anos, casada, 8 filhos), ela conta que foi uma amiga que a incentivou a ser feirante: “*Eu comecei com as amigas né? Porque eu não era daqui eu morava lá em Cícero Dantas, aí depois que eu passei pra aqui dei pra negociar”.* O interessante da vivência dessa feirante é que sua mãe comercializava na feira de Cícero Dantas/BA durante sua infância, mas, pela dificuldade de deslocamento até a feira, ela não acompanhava constantemente sua mãe; a feirante conta que:

[Lá você botou banca?] Botei nada minha filha, mãe que levava e vendia [sua mãe era feirante?] era das calçadas. Oxe e ainda nós á pés com as vasilhas das coisas na cabeça porque não tinha carro, antigamente era tudo difícil, só as pessoas que andavam montada a cavalo aí passavam por nós jogando terra. Aí ainda a gente pegava e levava as coisas pra vender e fazia a feira e ainda trazia na cabeça. Era uma vida, duas léguas e meia. Depois que eu casei e passei pra aqui, porque lá o pessoal não negocia, não é feirante que nem aqui não. Lá o pessoal perde tudo que tem na roça, e aqui né, a gente não perde é nada porque vende tudo. De tudo que a gente traz pra aqui vende.

A feirante 29 faz uma distinção interessante dos tipos de feirante quando expressa “das calçadas”, referindo-se ao local onde sua mãe comercializava, o que denota uma diferenciação entre as feirantes com e sem barraca.

O campo mostrou que as feirantes com barraca são aquelas que comercializam maior quantidade de produtos e estes são comprados nos centros de distribuição. As feirantes de calçada ou, no caso das feirantes com barraca cedida pela Secretaria de Meio Ambiente e Agricultura, comercializam sua produção oriunda da agricultura familiar, como é o caso da feirante em questão. No relato acima, a feirante assinala que, quando começou na feira, organizava seus produtos nas calçadas; somente quando a feira mudou para o centro de abastecimento, ela conseguiu uma barraca para comercialização.

Durante sua prática na feira, ela inspirou e motivou sua irmã, feirante 31 (47 anos, casada, 2 filhos) a negociar como feirante, ela conta que:

No começo eu tinha vontade de vim pra feira, só que eu não sabia passar troco, a minha irmã Maria do Carmo que me incentivou disse: mulher você vá e lá você aprende; aí foi o que eu fiz. A gente começou a vender lá na rua que chama rua dos rico e a gente vendia no chão, trazia um plástico forrava o chão e botava as coisas pra vender. Aí eu aprendi. Hoje a nota que pintar aqui eu passo o troco.

Assim, as mulheres inspiram umas as outras mostrando que é possível estar na feira não somente para fazer compras, mas também para comercializar seus produtos e ter uma renda própria, pela qual elas sustentam sua família e garantem a reprodução familiar.

4.3 Práticas e saberes que revelam as mulheres

Nem sempre as mulheres estiveram na feira comercializando, pois esse ambiente era dominado pelos homens (FROELICH E ZANINI, 2015). Estar na feira é, pois, sinônimo de lutas e vitórias, que vão além da individualidade de cada mulher, porque sua presença na feira transmite a mensagem às outras mulheres de que é possível ser feirante. Além da inspiração, as mulheres também motivam umas às outras a ocuparem o espaço da feira.

A feirante 82 (22 anos, casada, sem filhos) conta que ser uma mulher feirante faz parte da história da sua família há gerações:

É uma coisa que vem de geração em geração, vi minha mãe, minha vó, minhas tias fazendo isso, ai eu quero fazer o que elas faz, entendeu? Foi disso que eu vim. Da minha tia, da minha mãe, da minha vó, de minha tia eu vim pra feira também e agora eu vim aqui na barraca, que nem elas me ensinaram a profissão, é profissão né?! Então, o que elas me ensinaram eu aprendi também, só que agora eu tô aprendendo essa agora, entendeu?

Ela iniciou vendendo carnes com suas familiares, contudo, após casar-se, passou a vender hortaliças junto a seu marido; mesmo com a mudança dos produtos comercializados, são os saberes e as práticas adquiridos, anteriormente, com as mulheres de sua família que fazem a feirante 82 ter êxito como feirante.

A maioria das feirantes são casadas (73.21%) e, segundo nossa pesquisa, usam da renda obtida na feira para sustentar suas famílias, como expressa a feirante 125 (51 anos, casada, número de filhos não informado) “*não posso esperar por ninguém não!*”, além disso usam a renda para comprar bens de consumo e ter momentos de lazer, mesmo que sejam raros.

As feirantes, enquanto mães, preocupam-se em ensinar às filhas uma profissão, para que elas não sejam dependentes dos maridos ou de qualquer outra pessoa. A feirante 77 (idade não informada, casada, 6 filhos) criou os filhos, inicialmente como agricultora e depois como feirante, e incentiva suas filhas a “botar banca”: “*A minha filha quando tava aqui ela botou uma barraquinha de verdura, porque tentou nas lojas e nada. Não vendia muito não, mas ela juntava dinheiro, tinha dinheiro na conta, comprou um computador e comprava as*

coisinhas dela”. No momento da entrevista, ela estava acompanhada de sua filha mais nova, a qual ajuda quando pode.

Em mais de um relato, observamos a preocupação das feirantes que são mães em ensinar uma ocupação para as filhas e isso desde criança, como conta a feirante 89 (23 anos, solteira, sem filhos):

Na feira a gente aprende muita coisa. Eu mesma quando eu comecei eu não sabia vender, passar troco, eu acho que eu comecei de uns 7 a 8 anos, era eu em um lugar e minha mãe em outro, aí quando eu ia passar troco ela tava sempre observando aí ela me dizia “você só pegue se for desse, se for desse você me pede pra passar o troco”. Naquela época eu vendia castanha, os pacotes pequenos, aí era dois reais, aí eu fui indo e fui aprendendo e é com muito tempo vendendo.

A independência financeira é uma questão muito recorrente nas falas das feirantes e, para muitas, está relacionada à liberdade do ir e vir, pois elas não precisam se submeter às vontades dos companheiros em troca de dinheiro; são donas de suas próprias vontades. Até mesmo o sentido de “ser feirante” está relacionado à independência financeira, como expressou a feirante 91 (37 anos, casada, 5 filhos) sobre o que é ser feirante, ela diz: “*é algo bom, eu faço minha feira, pago minhas contas. Porque tem que trabalhar, não pode ficar dependendo do marido, até faxina eu faço*”.

O cuidado para com a barraca no que se refere à higiene e aparência também é notado durante a pesquisa. As feirantes fazem desses aspectos uma das estratégias de venda, além de esses cuidados revelarem parte de sua personalidade. Na figura 27, alguns registros da limpeza e arrumação dos produtos dispostos sobre as toalhas, que traduzem o cuidado e a dedicação com suas barracas e produtos.

Figura 27 - Ornamentação das barracas



Fonte: Trabalho de campo, 2018 e 2019. Fotos: Patrícia Quirino Rocha

Durante as entrevistas, houve dois momentos de interrupção por parte de homens, mostrando o machismo que perpassa as relações entre homens e mulheres. A primeira situação aconteceu na barraca da feirante 77 (idade não informada, casada, 6 filhos), com a aproximação de um homem para conversar com a feirante e, após retirar-se, ela compartilhou tratar-se de seu namorado, que veio sondar o que ela estava conversando. Segundo a feirante, essa atitude foi motivada por ciúmes, o que a levou a exclamar “*esse velho tá com os dias contados, a batata dele tá assando!*”. Essa afirmativa é feita no contexto de uma mulher madura, com seus filhos adultos e independentes, que já passou por outros relacionamentos que a ensinaram a prezar por sua liberdade.

O outro momento ocorreu durante nossa abordagem a duas adolescentes na barraca de peixe, quando fomos impedidas por seu irmão e, posteriormente, por seu pai, de conversar com elas. A intervenção foi feita de forma grosseira e desrespeitosa para com as mulheres e para conosco, mostrando, explicitamente, que as relações de desigualdade e hierarquia entre os sexos estão presentes na feira, ao ponto de sermos silenciadas apenas por aqueles homens não concordarem com o nosso diálogo.

Merleau-Ponty, ao refletir sobre o “cogito” cartesiano, conclui que “[...] a fala é justamente o ato pelo qual ele se eterniza em verdade.” (1999, p.519), se a fala eterniza o pensamento, então, por muito tempo, o pensamento das mulheres foi diluído em sua própria

mente, visto que são ensinadas e estimuladas ao silêncio. Quantos pensamentos as mulheres deixaram de partilhar com o mundo e, assim, eternizar suas verdades pela fala?

As feirantes buscam alcançar seus objetivos e suas realizações. Enquanto mulher, encontram, no vai e vem da feira, mecanismos para romper com a desigualdade de gênero que sustenta-se, sobretudo, pela divisão sexual do trabalho baseando-se em dois princípios: o da distinção - trabalho de mulher e de homem - e o de hierarquização: o trabalho de homem “vale” mais do que o trabalho de mulher (HIRATA, 2007). Na feira, não importa de quem é a barraca, o produto custa o mesmo preço e, em casa, não importa se a mulher sustenta financeiramente a família: é ela quem faz o trabalho doméstico.

Entre uma barraca e outra, adentramos no universo das mulheres e pudemos sentir o quão significativo é para elas ser feirante, pois é na feira que se realizam enquanto mulheres, conseguem sustentar sua família e “criar” seus filhos. Ser filha, neta e bisneta de feirante é percebido nas falas e expressões de forma positiva, uma herança que se materializa nas práticas na feira, mas que possui implicações que tangem o imaterial. Na figura 28, observamos três gerações de feirantes que dividem a “lida” de uma barraca de feira.

Figura 28 - Três gerações de feirantes: filha caçula, mãe e nora



Fonte: Trabalho de campo, 2018 e 2019. Foto: Patrícia Quirino Rocha

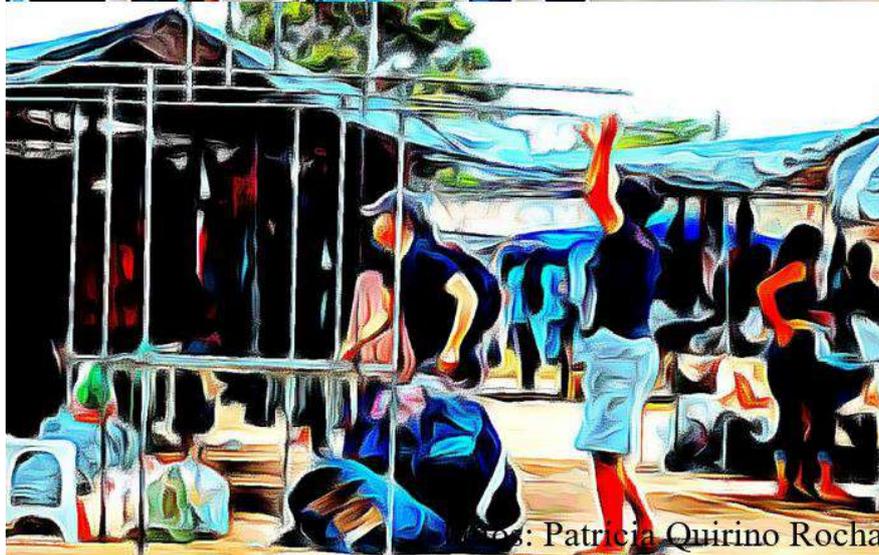
A importância de ouvir as mulheres e suas histórias de vida, mesmo que pareçam se repetir, reside no valor da fala, pois estas carregam sentidos que podem nos levar a compreender sua forma de ser-para-si e ser-no-mundo. Se cada pessoa emprega diferentes

significados a uma mesma palavra, há sempre um particular que a linguagem não consegue transmitir, a fala não é uma expressão findada em si.

Mesmo com representações e falas importantes de mulheres na história, é incoerente reduzir o pensamento de milhares de mulheres à fala de algumas poucas, porque as falas possuem suas próprias conotações de acordo com o contexto de quem as pronunciam mediante o contexto ao qual fizeram menção. Nisto repousa nossa escolha em trazer ao máximo as falas das mulheres feirantes no corpo do texto, pelo anseio de propagar essas vozes.



Desmontando a barraca



Patricia Quirino Rocha

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS: desmontando a barraca

Consideramos a feira do Município de Euclides da Cunha um território desenhado por múltiplas relações de poder e de sociabilidades entre seus sujeitos. Consideramos ainda outras características que perpassam o universo da pesquisa, como as vivências e as experiências que nos mostram que, além de território, a feira é lugar para as mulheres feirantes, que, semanalmente, partilham de suas práticas e saberes com as companheiras de barraca: as outras feirantes, e com aqueles que passam por suas barracas e compram seus produtos.

Apesar de ter entrevistado muitas mulheres e conhecido suas histórias, suas vivências, suas práticas e seus saberes, permanece a sensação de que há algo a mais para apreender, pois o mundo vivido do outro suscita constantemente inquietações. Assim, encerramos a pesquisa considerando ter alcançado nossos objetivos, uma vez que analisamos as vivências das mulheres feirantes pelo recurso das entrevistas, para as quais elaboramos um roteiro de perguntas, possibilitando o contato com o mundo vivido das mulheres feirantes.

Compreendemos os vínculos das mulheres com os produtos (i) investigando sua procedência, se produzido por ela mesma ou comprado para revenda e, nessa situação, qual a origem; (ii) desenvolvemos uma tipologia para os produtos, incorporando as contribuições de Penna (1992) sobre os elementos para compreensão da identidade nordestina: cultura, vivência e naturalidade.

A tipologia foi uma preocupação, pois poderíamos definir quais produtos eram ou não do sertão e o que era um produto do sertão, por isso, sua relevância para pensarmos nos produtos, partindo das mesmas características propostas pela autora, que são 1- a “naturalidade”, local de origem ou fabricação dos produtos, 2- a “vivência”, se faz parte do cotidiano local e 3- a “cultura”, se faz parte da cultura local. Ao contrário da identidade das pessoas, que é atribuída por elas mesmas, a identidade dos produtos é atribuída pelos consumidores, que conferem significados aos produtos pelas vivências cotidianas.

Pela tipologia, tecemos um entendimento acerca dos produtos expostos nas barracas das mulheres feirantes, os quais singularizam, no espaço-tempo, a feira em Euclides da Cunha, pelas especificidades dos produtos comercializados que revelam seu contexto sertanejo, tanto os produtos comercializados, quanto os que deixaram de ser.

Refletir sobre o mundo vivido das mulheres é, por vezes, árduo pela complexibilidade que permeia a vida humana. Nesse sentido, ser mulher, feirante e sertaneja envolve tristezas, pelo cansaço físico e mental; alegrias, pela amizades feitas e pela renda obtida; satisfação, por ter uma profissão rentável; frustração, por não ter um trabalho de carteira assinada; independência, pois não são sustentadas por seus maridos e comercializam livremente; dependência, porque não veem outra possibilidade de emprego além da feira.

Quanto ao futuro das mulheres, por vezes, parece estar determinado, no sentido de que elas não se imaginam em outra profissão, pela falta de qualificação e também de oportunidade. Contudo, podemos ponderar que, independente da ocupação desempenhada, as mulheres que botam banca não abrem mão do sentimento de liberdade e lutam por sua manutenção.

Como parte integrante e modificadora do mundo, ao pesquisarmos, buscamos respostas para a compreensão de nosso particular e sua conexão com o exterior, e, para isso, aproximamo-nos das mulheres feirantes para além de uma relação pesquisadores-objeto/sujeito: posicionamo-nos como alguém que deseja apreender suas territorialidades, sua trajetória de vida e suas práticas e saberes.

E, assim como, expressou a feirante 33, desejamos que as próximas gerações encontrem, nessa pesquisa, informações sobre a feira, sobre o que era comercializado e, principalmente, da luta das mulheres feirantes para ocupar esse território, que, diante de suas vivências, tornou-se também um lugar de resistência.

Nos inclinamos a compreender as territorialidades produzidas pelas feirantes, sabendo que, enquanto pesquisamos “o mundo do outro”, não podemos compreendê-lo como objeto, porque este é algo que olhamos de fora; enquanto parte do mundo, não podemos nos distanciar ao ponto de não pertencermos a ele.

A pesquisa mostrou também que as feiras continuam desempenhando um papel importante no desenvolvimento das cidades como local de comercialização e também como manifestação da cultura local, na qual a população reúne-se para socializar nas barracas ou em uma mesa de restaurante durante a degustação de uma buchada de bode, por exemplo.

As mulheres estão “botando banca” na feira de Euclides da Cunha há, pelo menos, 80 anos, segundo o registro mais antigo que tivemos acesso. Neste ir e vir, são tecidas

materialidades e imaterialidades, que se revelam nas práticas e saberes das mulheres feirantes.

Ser/estar feirante também é marcado pelas relações estabelecidas no ambiente doméstico, por vezes, marcado por conflitos entre os gêneros, porque, além de ser feirante, as mulheres desempenham outros papéis sociais, principalmente o de mãe e de esposa, que são indissociáveis do ser mulher. Portanto, vender na feira tem significados para além do econômico, é pois, um ato político, social e cultural.

Em nosso caminho de pesquisa, foi-nos possível identificar que há feirantes comercializando produtos feitos/colhidos por elas em seus quintais, fato que chama atenção pois, é revelador da origem rural das mesmas, espaço no qual as relações de desigualdade entre os sexos são bem delimitadas. Isso nos fez pensar para além da feira e desejar compreender as territorialidades nos espaços domésticos dessas mulheres, mais especificamente em seus quintais, empreitada que pretendemos enveredar outrora.

Caminhar entre barracas e mulheres despertou sentidos transcendentais ao acadêmico, pois conhecer suas histórias, compreender o quanto elas lutam e se sacrificam para estar ali em busca do “pão de cada dia”, compartilhar de suas dores e alegrias, nos faz desejar ir além enquanto pessoas e pesquisadores.

No mais, no anseio de verbalizar sentidos e sentimentos internos, fazemos das palavras de Guimarães Rosa (1994, p. 26), nossas:

Olhar para trás após uma longa caminhada pode fazer perder a noção da distância que percorremos, mas se nos detivermos em nossa imagem, quando a iniciamos e ao término, certamente nos lembraremos o quanto nos custou chegar até o ponto final, e hoje temos a impressão de que tudo começou ontem. Não somos os mesmos, mas sabemos mais uns dos outros. E é por esse motivo que dizer adeus se torna complicado! Digamos então que nada se perderá. Pelo menos dentro da gente.

REFERÊNCIAS

AB' SABER, Aziz. No domínio das caatingas. In: _____. **Caatinga, sertão e sertanejos**. Rio de Janeiro: 1994-1995. p. 47-55.

ALMEIDA, Maria, Geralda de. Etnogeografia do Brasil sertanejo. In: SERPA, Angelo (org.). **Espaços culturais: vivências, imaginações e representações** [online] Salvador: Edufs, 2008, p. 313-336.

_____. **Geografia Cultural: um modo de ver**. Gráfica UFG: Goiânia, 2018.

_____. Em busca do poético do sertão: um estudo de representações. In: ALMEIDA Maria Geralda de; RATTS Alecsandro José Prudêncio. **Geografia: leituras culturais**. Goiânia: Alternativa. 2003a. p. 71-88.

ARAS, José. **No sertão do Conselheiro**. Salvador: Contexto & Arte, 2003.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BEAUVOIR, Simone de. **O segundo sexo: II a experiência vivida**. São Paulo: Difusão Européia do livro. 2 ed. 1967.

CARVALHO, Luzineide Dourado. **Ressignificação e reapropriação social da natureza: Práticas e Programas de “Convivência com o Semiárido” no Território de Juazeiro - Bahia**. 2010, 342 f. Tese (Doutorado em Geografia). Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão/SE, 2010.

CHIZZOTTI, Antonio. A pesquisa qualitativa em ciências humanas e sociais: evolução e desafios. **Revista Portuguesa de Educação**, vol. 16, núm. 2, 2003, pp. 221-236 Universidade do Minho, Braga, Portugal.

CHIZZOTTI, Antonio. Pesquisa qualitativa em ciências humanas e sociais. 2. ed. – Petrópolis, RJ: **Vozes**, 2008.

COLLIGNON, Béatrice. “De las virtudes de los espacios domésticos para la geografía humana”. In: LINDÓN, Alicia; HIERNAUX, Daniel. (Org.) **Los Giros de la Geografía Humana: Desafíos y horizontes**. México: Anthopos, 2010. p. 201-215.

CUNHA, Euclides da. **Os Sertões**. São Paulo: Três, 1984.

DANTAS, Geovany Pachelly Galdino. Feiras no Nordeste. **Mercator** - Revista de Geografia da UFC, ano 07, número 13, 2008.

DARDEL, Eric. **O homem e a terra: natureza da realidade geográfica**. São Paulo: Perspectiva, 2015.

DE PAULA, Fernanda Cristina. Sobre a dimensão vivida do território: tendências e a contribuição da fenomenologia. **GeoTextos**, vol. 7, n. 1, jul. 2011, p. 105-126.

DIEGUES, Antonio Carlos Sant'Ana. **O mito moderno da natureza intocada**. 3.a ed. São Paulo: Hucitec Núcleo de Apoio à Pesquisa sobre Populações Humanas e Áreas Úmidas Brasileiras, USP, 2000.

DOURADO, Auceia Matos. "Caminhos e encontros com o território". In: VARGAS, Maria Augusta Mundim; DOURADO, Auceia Matos; SANTOS, Rodrigo Herles (orgs.). **Práticas e vivências com a Geografia Cultural**. Aracaju: Edise, 2015, p.25-66.

ESPINDOLA, Haruzea Salmen. **Um olhar sobre a paisagem mineira do século XIX: os sertões são vários**. 2004. Disponível em: <<http://www.ufop.br/ichs/conifes/anais/CMS/ccms17.htm>>. Acesso em: 23/07/19.

FROELICH, Patrícia Rejane; ZANINI, Maria Catarina C. Fazendo etnografia na feira: uma etnografia entre mulheres camponesas em Santa Maria, no Rio Grande do Sul. In: ZANINI, Maria Catarina C. (Org.). **Mercados, campesinato e cidades: abordagens possíveis**. São Leopoldo: Oikos, 2015, p. 185-219.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social** / Antonio Carlos Gil. - 6. ed. São Paulo:Atlas, 2008.

GODOY, Arilda Schmidt. Pesquisa Qualitativa: tipos fundamentais. São Paulo: **Revista de Administração de Empresas**, v. 35, n.3, Mai./Jun. 1995, p, 20-29.

GURAN, Milton. Documentação fotográfica a pesquisa científica notas e reflexões. In: **XII Prêmio Funarte de Empresas**. Rio de Janeiro, FUNARTE, 2012.

_____. Considerações sobre a construção e a utilização de um corpus fotográfico na pesquisa antropológica. Londrina: **Discursos fotográficos**, v. 7, n. 10, jan./jun, 2011, p. 77-106.

GUIMARÃES ROSA, João. **Grande Sertão: veredas**. Editora Nova Aguilar. v. 2, 1994.

HAESBAERT, Rogério. "Armadilhas do território". In: SILVA, José Borzacchiello da; SILVA, Cícero Nilton Moreira da; DANTAS, Eustógio Wanderley Correia. **Territórios: modo de pensar e usar**. Fortaleza: Edições UFC, 2016. p.19-42.

HAESBAERT Rogério; LIMONAD Ester. O território em tempos de globalização. **etc..., espaço, tempo e crítica**. Nº 2(4), VOL. 1, 15 de agosto de 2007, p. 39-52.

HIRATA, Helena; KERGOAT, Danièle. Novas configurações da divisão sexual do trabalho. **Cadernos de Pesquisa**, v. 37, n. 132, set./dez. 2007, p. 595-609.

HOLZER, Werther. Sobre territórios e lugaridades. **Revista Cidades**, v. 10, n. 17, 2013, p. 18-29.

_____. “A influência de Eric Dardel na construção da geografia humanista Norte Americana”. In: **Anais XVI Encontro Nacional dos Geógrafos**. 2010, p.1-11.

IBGE. Enciclopédia dos municípios brasileiros. Rio de Janeiro: IBGE, 1957-1964. Disponível em: <<https://biblioteca.ibge.gov.br/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=227295>>. Acesso em: 04/08/2019.

LIMA, Eliany Dionizio. **A feira livre na mediação Campo - Cidade**. 2012, 185 f. Dissertação (Mestrado em Geografia). Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão/SE, 2012.

LIMA, Márcia. O uso da entrevista na pesquisa empírica. In: **Métodos de pesquisa em Ciências Sociais: Bloco Qualitativo**. São Paulo: Sesc São Paulo/CEBRAP, 2016, p. 24 -41.

LISPECTOR, Clarice. **A experiência maior**. Jornal do Brasil, Rio de Janeiro, 06/11/1971, Caderno B, p. 2. Disponível em: <<https://news.google.com/newspapers?nid=0qX8s2k1IRwC&dat=19711106&printsec=frontpage&hl=pt-BR>> Acesso em 05/07/2019.

MELLO, Luis Gonzaga de. Conceito de cultura. In: MELLO, Luis Gonzaga de (org.). **Antropologia cultural: iniciação, teoria e temas**. 16 ed. Petrópolis: Vozes, 2009.

MENEZES, Sônia de Souza Mendonça. O trabalho invisível no sertão e o saber-fazer das mulheres na produção de queijo. **Revista HISTEDBR On-line**, Campinas, n. 70, p. 103-118, dez. 2016.

_____. Iguarias derivadas da mandioca: do rural ao urbano o consumo de uma tradição nas feiras livres de Aracaju. In: ZANINI, M. C. C; SANTOS, M. O. **Feiras, feirinhas e feirões: a “economia dos centavos” em foco**. São Leopoldo: Oikos, 2017.

_____. Alimentos identitários: uma reflexão para além da cultura. **GEONORDESTE**, Ano XXIV, n.2, 2013, p.120-136.

MERLEAU-PONTY, Maurice. **Fenomenologia da percepção**. Tradução Carlos Alberto Ribeiro Moura. 2ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

MORAES, Antonio Carlos Robert. O sertão: um “outro” geográfico. Rio de Janeiro: **Terra Brasilis** (nova série), 2003, p.1-9

NÓBREGA, José Dionísio. **Capitão Dantas e os três Ioiôs de Cumbe**. Salvador: Ponto & Vírgula, 2012, 105 p.

PAULA, Andréa Maria Nascimento Rocha de. O sertão é uma espera enorme: a comunidade da Barra do Pacuí. Termo in: COSTA, João Batista de Almeida, Org.; OLIVEIRA, Cláudia

Luz. **Cerrado, gerais, sertão**: comunidades tradicionais nos sertões roseanos. Ed.1. São Paulo: Intermeios, 2012. 93-115.

PENNA, Maura. **O que faz ser nordestino**: identidades sociais, interesses e o “escândalo” Erundina. São Paulo: Cortez, 1992.

PRATS FERRET, Maria. Sexo, género y lugar In: NOGUÉ, Joan; ROMERO, Joan (org.). **Las Otras Geografias**. Valencia: Tirant La Blanch, 2006.

PRATA, Sharlene Souza. **Relações sociais de gênero e divisão sexual do trabalho**: um estudo da informalidade na feira das trocas em Aracaju. 2013, 141 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia) - Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2013.

PERROT, Michelle. **Os Excluídos da História**: operários, mulheres e camponeses. Trad. Denise Bottmann. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1988.

PESSÔA, Vera Lúcia Salazar. **Geografia e pesquisa qualitativa**: um olhar sobre o processo investigativo. Geo UERJ - Ano 14, no. 23, v. 1, 1o semestre de 2012 p. 4-18.

RAFFESTIN, Claude. **Por uma geografia do poder**. São Paulo: Editora Ática, 1993.

SANTOS, Milton. **Espaço e método**. São Paulo: Nobel, 1985.

_____. **Por uma geografia nova**. São Paulo: Hucitec, 1980.

SANTOS, Vanessa Modesto dos. **Cores, cheiros, sons, saberes e fazeres**: feira de Lagarto/SE. 2018, 139 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) - Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2018.

SAQUET, Marcos Aurélio; CANDIOTTO, Luciano Zanetti Pessôa; ALVES, Adilson Francelino. Construindo uma concepção reticular e histórica para estudos territoriais. In: PEREIRA, Sílvia Regina; COSTA, Benhur Pinós da; SOUZA, Edson Belo Clemente de. **Teorias e práticas territoriais**: análises espaço-temporais. São Paulo: Expressão Popular, 2010, p.53-70.

SAQUET, Marcos Aurelio; SPOSITO, Eliseu Savério (org) **Territórios e territorialidades**: teorias, processos e conflitos. São Paulo: Expressão Popular: UNESP, 2008a. p. 17-35.

SAQUET, Marcos Aurelio. Paisagem, espaço e território: uma questão de método. In: **Anais jornada científica da unioeste**, Toledo, 2003.

_____. Por uma abordagem territorial. In: SAQUET, Marcos Aurelio; SPOSITO, Eliseu Savério (org) **Territórios e territorialidades**: teorias, processos e conflitos. São Paulo: Expressão Popular: UNESP, 2008b. p. 73-94.

STRAUCH, Ney. Contribuição ao estudo das feiras de gado: Feira de Santana e Arcoverde. **Revista Brasileira de Geografia**. n.1, ano XIV. Rio de Janeiro: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, jan./mar.,1952.

SERPA, Angelo. Ser lugar e ser território como experiências do ser-no-mundo: um exercício de existencialismo geográfico. **Geosp** – Espaço e Tempo (Online), v. 21, n. 2, p. 586-600, agosto. 2017. ISSN 2179-0892.

SILVA, Joseli, Maria. Um ensaio sobre as potencialidades do uso do conceito de gênero na análise geográfica. **Revista de História Regional**, v. 8, n. 1, p. 31-45, 2003. Disponível em: <<http://www.revistas2.uepg.br/index.php/rhr/article/view/2167/1647>>. Acesso em: 08/07/2018.

SOUZA, Angela Fagna Gomes de. Saberes dinâmicos: o uso da etnografia nas pesquisas geográficas qualitativas. In: MARAFON, Glaucio José; RAMIRES, Julio Cesar de Lima; RIBEIRO, Miguel Angelo; PESSÔA, Vera Lúcia Salazar. **Pesquisa qualitativa em geografia: reflexões teóricas-conceituais e aplicadas**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2013, p. 55-68.

SUERTEGARAY, D.M.A. “Pesquisa de Campo em Geografia”. **Geografia**, Niterói: UFF, v. 4, n. 7, 2002. DOI: <https://doi.org/10.22409/GEOgraphia2002.v4i7.a13423>.

TUAN, Yi-Fu. **Espaço e Lugar: a perspectiva da experiência**. São Paulo: DIFEL, 1983.

_____. **Topofilia: um estudo da percepção, atitudes e valores do meio ambiente**. São Paulo: DIFEL, 1980.

TURATO, Egberto Ribeiro. Decidindo quais indivíduos estudar. In: _____. **Tratado da metodologia da pesquisa clínico-qualitativa**. Petrópolis: Vozes, 2003, p. 351-368.

VARGAS, Maria Augusta Mundim; ALMEIDA, Maria Geralda de. Gênero, cultura e natureza: a construção da identidade territorial da mulher rural sergipana. In: **Anais IX Encontro dos Geógrafos da América Latina**, 2008, 20 pág.

VEDANA, Viviane. “Fazer a Feira” estudo etnográfico das “artes de fazer” de feirantes e fregueses da Feira Livre da Epatur no contexto da paisagem urbana de Porto Alegre. 2004, 251 f. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social). UFRGS, Porto Alegre, 2004.

VENÂNCIO, Marcelo; PESSÔA, Vera Lúcia Salazar. O diário de campo e a construção da pesquisa: registro das emoções dos sujeitos envolvidos e a reconstrução de suas histórias de vida e do lugar. In: RAMIRES, Julio Cesar de Lima; PESSÔA, Vera Lúcia Salazar (org.). **Geografia e pesquisa qualitativa: nas trilhas da investigação**. Uberlândia: Assis, 2009, 544 p.

VILLAGRÁN, Paula Soto. Los giros de las geografías de género: re-pensando las diferencias. In: LINDÓN, Alicia; HIERNAUX, Daniel. (Org.) **Los Giros de la Geografía Humana: Desafíos y horizontes**. México: Anthopos, 2010. p. 217-240

WHITAKER, Dulce Consuelo Andreatta. Sociologia rural: questões metodológicas emergentes. Presidente Wenceslau: Letras à margem, 2002.

WHITAKER, Dulce Consuelo Andreatta; DANTAS, Alexandre; ANDRADE, Eliana A; FIAMENGUE, Elis Cristina; ARAÚJO, Roseane A; MACHADO, Vitor. A transcrição da

fala do homem rural: fidelidade ou caricatura? Araquara/SP: **Cadernos de Campo**, n. 2, 1995.

APÊNDICES

APÊNDICE A - ROTEIRO DE ENTREVISTA

ENTREVISTA – PRIMEIRO CONTATO

- 1. IDENTIFICAÇÃO**, as “sujeitas”
 - 1.1 Nome?

- 1.2 Idade?
- 1.3 Onde nasceu?

- 1.4 Onde mora?
 - 1.5 Estado civil?
 - 1.6 Tem filhos? (com quem fica quando vem a feira?)
 - 1.7 Escolaridade?
- 2. LINHAS DO TEMPO**
- 2.1 Tem parentes feirantes?
 - 2.2 Desde quando é feirante?
 - 2.3 Já comercializou outros produtos? Porque deixou de vendê-los?
 - 2.4 Localização e condição da banca na feira? Sempre foi nesse lugar e desse tamanho?
- 3. PRODUTOS**
- 3.1 Você teve que aprender a ser feirante? Conte sua história!
 - 3.2 O que vende? Desde quando?
 - 3.3 Você produz o que vende?
 - 3.3.1 Como faz?
 - 3.3.2 Quem ensinou?
 - 3.3.3 Porque?
 - 3.3.4 Gosta de fazer?
 - 3.3.5 Produz parte ou o total?
 - 3.4 Você compra os produtos para vender? (as teias e as redes)
 - 3.5 Existe algum período de ano em que há aumento das vendas²²?
- 4. ESTRATÉGIAS DE REPRODUÇÃO**
- 4.1 Você muda o tipo e quantidade dos produtos durante o ano?
 - 4.2 Como prepara a sua banca?
 - 4.3 Armazenamento, transporte e segurança?
- 4.4 Confiabilidade: precisa de confiança em quem e em quê na feira?
 - 4.5 Sociabilidade: o ambiente dos feirantes é de amizade, de parentes, de comadres, é festeiro, tem confraternização?
 - 4.6 Fornecedores, pagamento, ajudantes, empregados, impostos.
 - 4.7 Você se ver feirantes no futuro?
 - 4.8 Você ensinou alguém a ser feirante?
- 5. SENTIDOS**
- 5.1 O que é ser feirante?
 - 5.1.1 Herança
 - 5.1.2 Pertencimento

ENTREVISTA – CONHECENDO A FEIRA

1. A FEIRA na história.

- a. Há quanto tempo a feira existe? Sempre foi nesse local?
- b. Perfil dos feirantes cadastramento dos feirantes, origem
- c. O passado e o presente da feira.

²² Perceber se o calendário anual das festividades ou do tempo influenciam na procura por

determinados produtos que em sua essência remetem a questão de ser sertanejo.

APÊNDICE B – Termos de consentimento do uso da fala e da imagem



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA



TÍTULO DO PROJETO: Mulheres que botam banca: produtos da caatinga na feira de Euclides da Cunha – BA.

Mestrando (a): Patrícia Quirino Rocha **Orientadora:** Maria Augusta M. Vargas

Objetivo geral da pesquisa: Analisar as práticas das sertanejas com seu entorno e a comercialização de seus produtos na feira.

TERMO DE CONSENTIMENTO

Declaro que o objetivo da pesquisa me foi lido e explicado pelos responsáveis e que concordo em participar da mesma. Ao assinar este termo, concordo com o uso da minha fala, da minha imagem e com a divulgação das informações concedidas por mim para fins acadêmicos.

Entrevistado	Pesquisador	Data da entrevista
Cristina dos Santos Pereira		03.11.18
Marcileide da Silva Ferreira		03.11.18
Maria Jose Santos Primo		03.11.18
Juani e Aldo das Rua Araujo		03.11.18
Isone Maria dos Santos		03.11.18
Maria de Lourdes de Jesus		03.11.18
Rosa Maria dos Santos Lima		



TÍTULO DO PROJETO: Mulheres que botam banca: produtos da caatinga na feira de Euclides da Cunha – BA.

Mestrando (a): Patrícia Quirino Rocha **Orientadora:** Maria Augusta M. Vargas

Objetivo geral da pesquisa: Analisar as práticas das sertanejas com seu entorno e a comercialização de seus produtos na feira.

TERMO DE CONSENTIMENTO

Declaro que o objetivo da pesquisa me foi lido e explicado pelos responsáveis e que concordo em participar da mesma. Ao assinar este termo, concordo com o uso da minha fala, da minha imagem e com a divulgação das informações concedidas por mim para fins acadêmicos.

Entrevistado	Pesquisador	Data da entrevista
Quilômetro m net		15/02/19
Adrielle de Jesus Moleiro		08/02/19
Josefa Dantas Silvas		15/02/19
Rayne ma da silva		08/02/19
Maria das Graças Silva		08/02/19
Elizca Santa Souza		16/02/19

APÊNDICE C - EXTRATO DA MATRIZ

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	
1	PERFIL DAS FEIRANTES																					
2	TÍFICA	FAIXA ETÁRIA			STATUS CIVIL			FILHOS			RESIDÊNCIA				PRODUTOS			ESCOLARIDADE				
3											EUCLIDES	CIRCUVIZINHOS	OUTROS				ANALF	FUND	MÉDIO			
4	COD	15-34	35-59	60+	S	C	V	0	1-3	3+	R	U	R	U		CP	CS	NC				
5	1																					
6	2																					
7	3																					
8	4																					
9	5																					
10	6																					
11	7																					
12	8																					
13	9																					
14	10																					
15	11																					
16	12																					
17	13																					
18	14																					
19	15																					

APÊNDICE D - SISTEMATIZAÇÃO DE CONTEÚDO PELA SEMIÓTICA

ALMEIDA, M.G. de. "Etnogeografia do Brasil sertanejo". In: SERPA, Angelo (org.). Espaços culturais: vivências, imaginações e representações [online] Salvador: Edufs, 2008, p. 313-336.

"A geografia das representações, conforme Bailly (1998), tem dois axiomas basilares: a realidade objetiva não existe fora de nossas construções e nossas construções constituem uma imagem parcial da realidade tal como a formatamos. Breve, a geografia é, simultaneamente, imagem e ideologia do mundo." p.315

"De acordo com o mesmo autor (1998), cinco grandes princípios permitem definir o enfoque geográfico: existência, representação, imaginário, criação e retroação." p. 315

"A geografia, repetindo, é um conhecimento (representação elaborada pelos geógrafos) do conhecimento (das formas que as sociedades e pessoas traduzem em imagens suas experiências do espaço vivido). Esta geografia, consciente de sua subjetividade, busca nos discursos, nas práticas espaciais, nas representações dos homens, suas racionalidades e sentimentos de pertencimento, as coerências e contradições para conhecimento do lugar, das regiões e dos territórios." p.316

É o rigor metodológico, descrito detalhadamente, que dar veracidade a geografia. é mostrar o caminho para chegar aquele entendimento.