

O MERCADO E A FEIRA DE CUITÉ: LUGAR DE SOCIABILIDADE NO CURIMATAÚ PARAIBANO

Dra. Rosiane Ferreira Martins

Universidade Federal de Campina Grande, martins.rosiane@gmail.com

Resumo:

O presente estudo objetiva analisar práticas de sociabilidade considerando a circulação, produção e seus fluxos, interações, interculturalidades e identidades, com enfoque nas realizadas por trabalhadores e populações tradicionais que fornecem e/ou comercializam produtos na feira e mercado de Cuité - PB; busca-se compreender e comparar as diversas práticas de circulação, trabalho, consumo, realizadas nesse espaço, considerando as relações de mercado mais amplas, bem como processos de sociabilidade ocorridos no referido espaço. A metodologia aplicada tem como base a pesquisa bibliográfica e etnográfica, seguida de um recorte qualitativo que privilegia a observação participante e pesquisa de campo. A importância deste reside na necessidade de conhecer mais profundamente as problemáticas que envolvem as populações que vivem nessa região, assim como contribuir para a compreensão de aspectos que envolvem o consumo, economia e sociabilidade considerando as estratégias criadas por consumidores e produtores nessa região, em tempos de crise.

Palavras-Chave: Feira e Mercado; Sociabilidade; Cuité – PB.

Introdução

A cidade de Cuité, distante aproximadamente 230km da capital João Pessoa, com uma população de aproximadamente 20 mil pessoas, conforme dados do IBGE (2017), todas as segundas-feiras vivência uma transformação em seu cotidiano e sua economia, isso porque é nesse dia em que se instala na cidade a feira de produtores rurais dessa região. Essa feira traz consigo um conjunto de elementos que estão para além do econômico. São momentos de consumo, transações econômicas, articulação de redes e sobretudo sociabilidades.

Esse estudo se propõe a uma análise antropológica acerca dos elementos sociais que compõe o cotidiano da feira e do mercado de Cuité, nesse sentido perceber as relações sociais e de pertencimento, ethos e visão de mundo de feirantes, produtores e consumidores nos oferece um amplo panorama sobre o modo de vida, alimentação, cultura e sociabilidade na serra paraibana.

Para tanto, a ênfase nos conceitos de prática cultural (De Certeau, 1994) e capital social (Bourdieu, 1989), possibilitam interpretar os usos e sentidos de “práticas” operacionalizadas pelos sujeitos, assim como as relações entre essas práticas e a construção/reconstrução de identidades desses sujeitos.

O fluxo de pessoas e mercadorias que circulam pela feira e mercado público de Cuité é bastante expressivo, composto por alimentos, artesanatos e variados bens de consumo; entre os que frequentam esse lugar estão comerciantes, moradores da cidade e pessoas oriundas de pequenos povoados às proximidades, que nele estabelecem relações sociais.

(83) 3322.3222

contato@conidis.com.br

www.conidis.com.br

Assim como a diversidade de produtos comercializados, as pessoas que por ali transitam apresentam diferenças culturais, sociais e linguísticas que configuram-se em múltiplos olhares pelos quais todos transitam, ao mesmo tempo que reforçam identidades e alteridades, bem como compõem sociabilidades.

A importância dessa análise reside em compreender no espaço micro ocupado pela feira e o mercado diferentes relações sociais, desde as modalidades de crédito, festas, redes de parentesco, conhecimentos tradicionais, questões de gênero, comensalidade, até os intercâmbios e interculturalidades revelados nas situações de contraste entre identidades.

Metodologia

A metodologia aplicada tem como suporte um levantamento bibliográfico que privilegia os estudos sobre sociabilidade, consumo, antropologia econômica, bem como utiliza de um recorte empírico que valoriza principalmente narrativas orais e circulação de produtos e saberes de comerciantes, fornecedores e consumidores da feira e do mercado.

Do ponto de vista experimental ou prático da pesquisa, o mercado selecionado compõe um quadro com uma ampla possibilidade para realização de uma pesquisa de campo diversificada e que abranja uma extensa complexidade da problemática ora proposta, proporcionando aos envolvidos na pesquisa a experiência fundamental do exercício etnográfico, no tocante à aplicação de métodos e técnicas de pesquisa científica.

Tratando-se de uma pesquisa qualitativa sobre os processos sociabilidades produzidas por esses grupos que compõem o movimento cotidiano no mercado; foram utilizados alguns passos metodológicos para desenvolvê-la, tais como:

a) a frequência aos campos de pesquisa e lugares de onde provém os produtos ali comercializados, previamente selecionados, para observar os movimentos e ritmos, a circulação das pessoas e produtos, e identificar, para além do sistema de comércio e mercadorias, questões que envolvam identidade e sociabilidade. Através da pesquisa de campo, está sendo realizado um mapeamento de práticas cotidianas no mercado.

b) realização de entrevistas e aplicação de formulários a um percentual delimitado de pessoas pertencentes a esses grupos, para levantamento de dados preliminares sobre lugar de origem, escolaridade, residência, renda, etc, assim como sobre atividades laborais, estratégias de venda e produção e formas de identificação entre os sujeitos pesquisados.

Nesse sentido a prática etnográfica dialoga com a observação participante (Malinowski, 1978) no intuito de realizar uma descrição densa (Geertz, 1978) sobre as questões que envolvem o cotidiano na feira e no mercado, refletindo sobre estratégias, negociações, territorialidades e identidades que compõem esse espaço.

As observações preliminares iniciaram em março de 2017, sendo esse período destinado para delimitação do estudo e levantamento bibliográfico da temática proposta. Sendo a partir de outubro do mesmo ano realizadas as entrevistas e aplicação de questionários aos envolvidos na pesquisa.

Resultados e discussão

O mercado é por excelência um espaço de encontro, comércio, redes e sociabilidades, utilizado e reinterpretado de diferentes formas por aqueles que o procuram. Mesmo com o surgimento das grandes cadeias de supermercados os mercados populares ainda preservam sua principal característica que é o estabelecimento de relações sociais, freguesia e comensalidade.

A presente pesquisa, em desenvolvimento, junto aos feirantes e frequentadores da feira de Cuité, na região do Curimataú paraibano, tem ampliado as informações acerca dos elementos socioculturais presentes neste lugar, considerando contextos sociais, políticos, econômicos e culturais. A diversidade e conhecimentos próprios dos que vivenciam essa realidade tem sido registrados de diferentes formas (texto, áudio, vídeo) fornecendo uma cartografia social dos fluxos de pessoas, saberes, estratégias e linguagens.

A pesquisa tem buscado compreender os usos da feira e do mercado refletindo sobre as questões que envolvem a informalidade, partindo do pressuposto de que é através dos usos cotidianos dos espaços urbanos que se constroem as diversas percepções e são desenhadas as diferentes configurações da cidade por seus habitantes.

Nesse sentido, os resultados da pesquisa servem para complementar a produção já existente sobre o tema, contribuindo para a ampliação dos estudos com a inserção de novas perspectivas em relação aos processos e fenômenos analisados. A pesquisa busca mapear redes de circulação econômica e social que contribuem para a difusão de saberes desenvolvidos por grupos rurais, que de alguma forma estão ligados ao cotidiano do mercado,

As análises conceituais e etnográficas dos fluxos, da produção e circulação de produtos provenientes de hortas e sítios familiares, oficinas de artesanato, comunidades tradicionais,

pequenos agricultores e demais trabalhadores visam identificar princípios organizativos de cada grupo e de que forma seus conhecimentos agregam valor aos produtos por eles produzidos e comercializados.

Tem-se como proposta compreender as relações e processos de construção de identidades e sociabilidades, que contribuem para a construção de uma identidade desse lugar, revelando sua importância enquanto espaço sociocultural. Por outro lado, num contexto mais amplo visa levantar elementos da gastronomia, comensalidade e nutrição própria da região; práticas de elaboração de medicamentos artesanais, ervas e plantas utilizadas para processos de cura de diferentes doenças, considerando o ethos e visões de mundo dos envolvidos no processo (vendedores e consumidores); bem como, o mapeamento das relações sociais no âmbito da comercialização de caprinos, e a produção de alimentos sem a adição de agrotóxicos.

A etnografia elaborada a partir de observações acerca do cotidiano dos comerciantes e frequentadores do mercado representa-os enquanto grupo social ao mesmo tempo em que considera elementos individuais, isto é, a etnografia realizada durante a pesquisa se compõe por uma estrutura interpretativa, na qual padrões de comportamento social e individual recebem destaque.

É importante destacar que nesse exercício de pesquisa etnográfica foram valorizadas as vivências e conflitos de campo, segundo os procedimentos metodológicos eleitos para desvendar as relações sociais entre os atores. Considerando “a etnografia uma prática essencialmente crítica” Petersen (2005) na pesquisa, uma das questões metodológicas fundamentais está na relação entre interlocutores e pesquisador, o que contribui para registrar e valorizar questões importantes para o grupo.

Um retrato acerca do cotidiano da feira e seus frequentadores está sendo criado à partir do trabalho etnográfico considerando algumas questões, aparentemente muito simples, mas pertinentes para o estudo de qualquer mercado, dentre as quais destacam-se investigar quem procura o mercado para fazer compras, em que ocasiões, o que compram, de onde vem, enfim, como a compra de alimentos ou outros produtos no mercado influenciam no estilo de vida, ou formação social da cidade de Cuité, percebendo como ocorre o cotidiano no mercado e na feira para além das compras?

Nas observações um aspecto importante verificado é a utilização dos espaços da feira e do mercado por trabalhadores e consumidores para articulação de redes, comercialização de produtos, sociabilidades, identidades e autoreconhecimento. Estando esse lugar para além do espaço comercial, caracterizando-se num lugar no sentido antropológico, conforme propõe Augé (1994).

A pesquisa tem demonstrado que grande parte da economia da cidade é movimentada pelas transações comerciais realizadas na feira e no mercado. Embora essa funcione somente as segundas-feiras, ela permite que comerciantes, agricultores, sitiantes e moradores da região tenham a possibilidade de comercializar seus produtos, intercambiar saberes e fomentar a economia da cidade.

A informalidade presente em mercados populares também abre espaço para o estabelecimento de novas relações sociais, assim, considera-se os mercados como, espaços onde as relações se sucedem, desde a fidelidade entre vendedores e clientes, passando por relações puramente comerciais e outras de fronteiras simbólicas baseadas nas classificações de si e do outro. Weber infere no tocante às relações desenvolvidas nos mercados,

“Do ponto de vista sociológico, o mercado representa uma coexistência e sequência de relações associativas racionais, das quais cada uma é especificamente efêmera por extinguir-se com a entrega dos bens de troca, a não ser que já tenha sido estabelecida uma ordem que impõe a cada qual em relação à parte contrária na troca a garantia da aquisição legítima do bem de troca” (2000, p. 419)

Malinowski & Fuente (1957) analisaram os processos econômicos realizados nos mercados do Vale de Oaxaca no México, neles observaram a produção, o consumo e os mecanismos de distribuição utilizados, elaborando uma importante etnografia no tocante ao tema dos mercados, especialmente os étnicos. Nesse sentido retrataram a importância do mercado tanto como espaço de atividade econômica como intercâmbio e relações sociais para os que vivem no vale,

El mercado es el lugar donde grandes grupos de consumidores compran prácticamente todo los satisfactores de sus necesidades económicas, y la mayoría de los consumidores do distrito adquieren por lo menos parte de sus abastecimientos. (MALINOWSKI & FUENTE, 1957, p. 20).

Na presente pesquisa estão sendo mapeadas redes de sociabilidade, saberes e práticas econômicas, sociais e culturais desenvolvidas por trabalhadores e/ou frequentadores dos mercados e feira popular localizada na cidade de Cuité, com o enfoque colocado sobre os sujeitos e grupos produtores dessas práticas, especialmente aqueles que, tendo origem nos interiores ou localidades afastadas da zona urbana (remota ou atual).

Uma das questões verificadas junto a esses interlocutores diz respeito a sua relação com o mundo rural através de vivências e experiências, redes de sociabilidade, arranjos familiares, produção e utilização de formas espaciais e residenciais que misturam, justapõem ou sobrepõem

concepções, percepções e valores urbano-rurais que são revividos nos espaços da feira e do mercado.

Dados preliminares demonstram que uma parcela considerável da população que vem comercializar seus produtos na feira é oriunda de locais próximos, seja da Paraíba ou do Rio Grande do Norte, vários tem origem migrante.

Um aspecto importante a ser destacado na pesquisa diz respeito a economia das trocas mercantis, baseada na compra e venda, e o sistema de reciprocidade, baseado na circulação de dádivas (MAUSS, 1974; GODBOUT, 1999). Nesse sentido, no cotidiano do mercado e da feira de Cuité, circulam muito mais do que bens e serviços de alimentação e consumo diário. Nesses espaços de trocas mercadológicas, circulam também presentes e dádivas; expectativas e projetos individuais e coletivos; valores e práticas socioculturais; formas de religiosidade, lazer e consumo; processos educativos, transmissão de saberes e experiências das tradições populares.

A alimentação de grande parte dos estudantes da Universidade Federal de Campina Grande (UFCG) que vivem em repúblicas ou pequenos apartamentos compartilhados tem como base alimentos que são comercializados na feira, sendo esse um aspecto positivo no concernente ao estado nutricional. Os grãos, frutas, legumes e verduras adquiridos na feira, muitas vezes em forma de “sacolão”, quando todos os produtos são adquiridos por um mesmo preço, propiciam acesso a alimentação de qualidade, farta e a baixo custo, o que contribui para um índice muito baixo de obesidade entre os estudantes.

No mesmo sentido o baixo custo dos alimentos, a produção baseada na agricultura familiar, o acesso a produtos com pouco, senão nenhuma adição de agrotóxicos contribui para a saúde dos moradores locais que utilizam os produtos adquiridos na feira e no mercado como base de suas dietas. Assim, tanto os estudantes, como demais moradores da cidade ao serem perguntados sobre os efeitos da alimentação na saúde, refletem que a qualidade de vida da região, aliada ao consumo dos alimentos comercializadas na feira promovem melhorias na saúde.

No tocante as práticas sociais estabelecidas nesses espaços, a praça de alimentação apresenta-se como um dos mais ativos, sendo espaço de comensalidade e encontros, a comercialização de pratos típicos da região contribui para manutenção das receitas como bens imateriais dos moradores da região. Os pratos típicos da dieta sertaneja refletem aspectos da cultura, bem como, mantem os restaurantes controlados por proprietários locais.

Por fim, os espaços que compõem a feira e o mercado são comumente utilizados para a realização de festas, a exemplo das Juninas, Festival Universitário Inverno e shows com artistas da

cidade e da região, esses eventos transformam a feira e o mercado em espaços de sociabilidade, criados/recriados, apropriados e reapropriados de diferentes formas, em diferentes contextos e que produzem cultura, desenvolvimentos econômico e social para trabalhadores e consumidores do lugar.

Conclusões

Embora a pesquisa sobre o mercado e a feira de Cuité ainda esteja em estágio inicial algumas conclusões preliminares já podem ser destacadas no sentido de ampliar as questões a serem percebidas ao longo da pesquisa.

Um elemento importante observado foram as atividades ligadas ao gênero, nesse sentido percebe-se que homens e mulheres transitam por lugares sociais territorializados, a exemplo de bares, “bilhares”, barbeiros e demais espaços. São espaço destinados sobretudo as sociabilidades, que envolvem masculinidades.

De acordo com essa afirmação Almeida (1995, p.163) reflete sobre esses espaços de sociabilidade masculina “Não é apenas em relação ao outro ausente – a mulher – que o homem se diferencia e identifica, mas entre os próprios homens há códigos que definem o que é ser mais ou menos homem”.

A cultura própria da região contribui para o estabelecimento dessas relações e criação desses lugares de encontro e sociabilidade que são incorporados ao cotidiano na feira revelando um panorama complexo dos modos de vida desses frequentadores.

Outro elemento da pesquisa importante versa sobre as questões que envolvem a compra e venda de animais, as observações tem levado a crer que no processo de comercialização dos animais, sobretudo caprinos os “leilões” tem um papel importante, tanto no tocante ao aspecto econômico, quanto no social, estando esses espaço reservado a lances e negociações que revelam o jogo de troca, freguesia, e retribuição nas relações sociais.

Por fim, tem-se destacado na pesquisa o grande número de produtores e vendedores provenientes de outras cidades, sítios e povoados às proximidades da cidade, esse movimento traz uma possibilidade de mapear ou criar uma cartografia das comunidades tradicionais que vivem e produzem na região buscando elementos de etnicidade e diversidade existentes no espaço pesquisado.

Finalmente, a pesquisa junto a trabalhadores e consumidores na feira e mercado público de Cuité, tem ampliado as possibilidades para diferentes observações, tanto no âmbito das Ciências Humanas, quanto nos limites das Biológicas e da Saúde, trazendo à baila elementos de riqueza e diversidade ocultos pelo desconhecimento acerca das riquezas da região, assim como pela escassez de estudos.

Referências

- ALMEIDA, Miguel Vale de. **Senhores de si: uma interpretação antropológica da masculinidade**. Lisboa, Fim de Século. 1995
- AUGÉ, Marc. **Não-Lugares: introdução a uma antropologia da supermodernidade**. Campinas: Papirus, 1994.
- BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Tradução Fernando Tomaz. Lisboa: Difel, 1989.
- DE CERTEAU, Michel. **A invenção do cotidiano I – Artes de fazer**. Petrópolis: Vozes, 1994.
- MALINOWSKI, Bronislaw. **Os argonautas do Pacífico Ocidental** (Coleção Os pensadores); São Paulo: Abril Cultural, 1978.
- MAUSS, Marcel. **Sociologia e Antropologia**. São Paulo: EPU/Edusp, 1974.
- GEERTZ, Cliford. **A Interpretação das Culturas**; Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1978.
- GODBOUT, Jacques. **O espírito da dádiva**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1999.