

**A identidade cultural pelas mãos das mulheres feirantes no mercado do bairro
Brasil de Vitória da Conquista (BA)**

Alice Soares Silva
Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia, Bahia, Brasil
Endereço eletrônico: alicesoares3137@gmail.com

Marília Flores Seixas de Oliveira
Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia, Bahia, Brasil
Endereço eletrônico: mariliaflores@uesb.edu.br

1519

Palavras-chave: Identidade cultural. Mulheres feirantes. Produtos regionais

INTRODUÇÃO

Este texto é um recorte do meu trabalho de pesquisa na graduação em Ciências Sociais, que se encontra, atualmente, em um momento de construção, mas que já possibilita realizar algumas reflexões sobre o tema proposto. O trabalho tem como objeto de pesquisa as mulheres feirantes que atuam no Mercado Municipal do Bairro Brasil, na cidade de Vitória da Conquista, Bahia, considerando-as a partir de um enfoque simbólico vinculado às identidades sociais e ao pertencimento cultural.

Como objetivo geral, a pesquisa busca compreender como a presença das mulheres feirantes contribui e interfere na identidade cultural do mercado municipal, por meio da manutenção do comércio de produtos regionais. Assim, apresenta, como um recorte dessa abordagem, as seguintes questões: o que poderia ser considerado como uma identidade cultural vinculada ao mercado municipal e que forças identitárias atuam para a sua permanência, frente aos avanços da modernidade? Como as mulheres feirantes podem ser consideradas como agentes no processo de permanência cultural?

METODOLOGIA

Este trabalho foi desenvolvido a partir de pesquisa bibliográfica dos autores Laraia (2006), Hall (2006), Beauvoir (1967) e Porfírio (2019). Foi realizada, também, uma

Realização:



Apoio:



pesquisa documental realizada junto ao site da Prefeitura Municipal de Vitória da Conquista/BA sobre a história da cidade, bem como iniciada a pesquisa de campo, a partir de visitas de observação.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

O mercado municipal em questão está localizado no Bairro Brasil, no município de Vitória da Conquista, no Sudoeste da Bahia. A cidade está em uma região que se constituiu com interferências culturais de diversos povos e grupos, principalmente indígenas e quilombolas, além desta ser em uma importante região cafeeicultora com a implantação da monocultura a partir da década de 1970. No entanto, desde os anos 1980, o setor de comércio e serviços que ganhou destaque e que consolidou a cidade como polo regional, polarizando mais de 80 municípios, numa área de influência que abrange o sudoeste da Bahia e o norte de Minas Gerais.

O Mercado do Bairro Brasil teve sua estrutura inaugurada pela Prefeitura Municipal exatamente na década de 1980, quando o perfil comercial da cidade passa a se destacar. Contudo, a feira livre que acontece no local, aos domingos, tem sua formação desde muito antes. O mercado conta com a venda de produtos diversificados, que vão desde hortifrutis, grãos, carnes e produtos regionais, incluindo-se temperos locais, derivados de leite, como a manteiga, os queijos e requeijões e de mandioca, como os biscoitos, polvilhos, beijus, gomas etc., até roupas, eletrônicos e artigos diversos. Destacamos, na pesquisa, os produtos regionais como evidências culturais que são comercializados sobretudo pelas mãos das mulheres feirantes. Sendo assim, consideramos que, além da sua influência econômica, o Mercado também difunde a cultura local, sobretudo pela venda dos produtos regionais.

No que diz respeito aos aspectos culturais, consideramos que a cultura é transmitida a partir de significados simbólicos, partilhados pelos membros dentro de um determinado meio cultural (Laraia, 2006; Geertz, 1989). A cultura pode ser encarada como um feixe de “sistemas simbólicos”, que faz agregar significados aos elementos que a compõem, como comportamentos, coisas e até pessoas, diferenciando-se em cada sociedade ou grupo étnico-cultural. Neste sentido, a alimentação de uma comunidade pode ser um caminho para a observação de suas práticas culturais e sociais. No mercado,

Realização:



Apoio:



a variedade de produtos regionais é um reflexo das influências dos povos e costumes que foram se estruturando e se modificando ao longo do tempo, mesmo assim, ainda é possível observar uma identidade no que permanece. Esse será considerado um dos fatores que contribuem na construção da identidade cultural deste mercado municipal.

A identidade cultural pode ser encarada a partir de dois conceitos antagônicos. O primeiro, se baseia na ideia de continuidade e no apego às origens, em uma cultura que resiste ao tempo, tendo origens estáveis. Oposto a isso, a segunda perspectiva entende que a cultura se modifica a partir das constantes intervenções que sofre ao longo de sua história, por ser dinâmica, acaba por dificultar a percepção de suas origens. Contudo, Stuart Hall (2006) aponta que a complexidade da identidade cultural “ultrapassa esta estrutura binária de representação”. A cultura não se dissocia do sujeito mesmo que este se afaste de sua localidade e suas origens. Mas, o sujeito pode agregar em outras localidades bem como o novo local pode agregar seus costumes ao sujeito, havendo uma troca cultural e tornando este, um processo em constante transição. A cultura em Vitória da Conquista é resultado das interferências culturais de outras regiões, isso influenciou também a cultura alimentar local, o que é refletido nas práticas comerciais do mercado.

Considerando que a cultura se insere num contexto de trocas, no mercado, as pessoas são agentes consideráveis por tornar esse, um movimento mutável, a presença dos feirantes também influencia a identidade cultural do mercado. Se os produtos regionais comercializados ali são uma representação da cultura local e contribuem para sua construção identitária, não o fazem por si só. As relações sociais estabelecidas nesse espaço trazem dinamicidade a este movimento. Entretanto, a maneira como os indivíduos interagem com o ambiente varia de acordo aos recortes que estão inseridos, ou seja, há diferença nas interações feitas pelas mulheres e homens feirantes.

Os sujeitos em uma sociedade são moldados pelas relações sociais, culturais e políticas e as mulheres não se distanciam da regra. Bem como afirma Simone de Beauvoir, “ninguém nasce mulher: torna-se mulher”, não sendo os fatores biológicos que a definem enquanto mulher, mas sim, “o conjunto da civilização que elabora esse produto intermediário entre o macho e o castrado que qualificam de feminino” (1967, p.9). Se as mulheres sofrem interferências da sociedade em sua formação, sua interação com o ambiente varia em relação à de outros sujeitos.

Realização:



Apoio:



As mulheres feirantes do mercado municipal contribuem na formação daquele espaço a partir de suas experiências, e estas são indissociáveis ao recorte de gênero na nossa sociedade. No trabalho, não deixam suas vivências de lado, pelo contrário, agregam valor cultural, social, político e econômico ao mercado municipal. São as suas realidades e vivências que as levaram ao trabalho como feirante e aos produtos que comercializam. Sobretudo aquelas que vendem produtos regionais, contribuem de forma diferenciada na construção da identidade cultural do mercado. De maneira consciente ou não, contribuem para a permanência da cultural local no mercado, tornando esse um comércio específico e diferenciado dos demais.

1522

CONCLUSÕES

O mercado municipal do bairro Brasil, na cidade de Vitória da Conquista, possui configurações que o diferenciam de outros comércios. Os produtos comercializados naquele espaço, sua estrutura e as relações sociais e culturais que emanam desse ambiente constroem as características próprias do mercado, tornando-o um diferencial frente aos outros comércios. Essas interações são fundamentais no processo de reconhecimento e pertencimento do local para aqueles que trabalham e consomem ali, estas são características que a modernidade não contempla.

A identidade cultural do mercado pode ser considerada não apenas aquilo que o diferencia, mas também o que o torna referência. Essa identidade está relacionada às referências culturais, como os produtos regionais e as relações sociais entre os feirantes e consumidores. A oferta de produtos regionais torna o mercado um comércio atrativo aos consumidores, uma referência. Contudo, quando agregado as relações sociais que se estabelecem durante esse processo de compra e venda, acaba não apenas agregando valor ao produto, mas também ao mercado. Esses valores não são considerados numa troca meramente capitalista e indiferente, tão característico da modernidade, o que não cabe nela permanece no mercado.

Nesse processo de troca, as mulheres feirantes são um dos agentes responsáveis na construção da sua identidade cultural, com suas experiências e realidades que influenciam direta e indiretamente nesse movimento. Os produtos comercializados por essas mulheres interferem na identidade do mercado e o diferencia de outros comércios

Realização:



Apoio:



por estar inserido neste contexto, nesta cidade, neste bairro, com estes produtos comercializados e vendidos por estas mulheres feirantes. Essa conjuntura contribui para a formação identitária do mercado municipal do bairro Brasil.

No que diz respeito aos produtos regionais comercializados pelas mãos das mulheres feirantes, representam dois movimentos de resistência. As mulheres que permanecem trabalhando ali independente das inconsistências sociais de uma sociedade que pouco viabiliza a estabilidade deste trabalho e também a resistência dos produtos regionais frente aos avanços da modernidade e apagamento da cultura alimentar local.

1523

REFERÊNCIAS

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

GEERTZ, Clifford. A interpretação das Culturas. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 1989.

HALL, Stuart. Identidade cultural e diáspora. Comunicação & Cultura, n. 1, p. 21-35, 2006.

LARAIA, R. B. Cultura: um conceito antropológico. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006
PORFIRIO, Samara. Mercado como lugar social e Cultural. TCC's Arquitetura e Urbanismo, p. 8-8, 2019.

PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA DA CONQUISTA. Primeiros habitantes. 2023. Disponível em: <https://www.pmvc.ba.gov.br/primeiros-habitantes/>. Acesso em: 15 jun 2024.

Realização:



Apoio:

