



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DO SUDOESTE DA BAHIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA**



PATRÍCIA GODOIA GARCIA DE SOUZA TEIXEIRA

**LUGARES DE MEMÓRIA: OS MERCADOS URBANOS NA CIDADE DE VITÓRIA
DA CONQUISTA - BA**

Vitória da Conquista – BA
2018

PATRÍCIA GODOIA GARCIA DE SOUZA TEIXEIRA

**LUGARES DE MEMÓRIA: OS MERCADOS URBANOS NA CIDADE DE VITÓRIA
DA CONQUISTA - BA**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação
em Geografia da Universidade Estadual do Sudoeste da
Bahia, como requisito parcial para obtenção do título de
Mestre em Geografia

Área de concentração: Produção do espaço geográfico
Linha de pesquisa: Produção dos espaços urbanos e rurais.

Orientadora: Prof^a. D. Sc. Geisa Flores Mendes

Vitória da Conquista – BA
2018



Esta dissertação de mestrado está sobre os termos do Creative Commons

T2681

Teixeira, Patrícia Godoia Garcia de Souza.

Lugares de memória: os mercados urbanos na cidade de Vitória da Conquista

- Ba. / Patrícia Godoia Garcia de Souza Teixeira, 2018.

145f. ; il. (algumas color.)

Orientador (a): D. Sc. Geisa Flores Mendes.

Dissertação (mestrado) – Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia, Programa de

Pós-Graduação em Geografia - PPGeo, Vitória da Conquista, 2018.

Inclui referência F. 137 – 142.

1. Mercados urbanos de Vitória da Conquista – Memória social. 2. Representações sociais na cidade – Espaço, lugar. 3. Análise sobre os mercados urbanos. I. Mendes, Geisa Flores. II. Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia, Programa de Pós-Graduação em Geografia – PPGeo. T. III.

Catálogo na fonte: **Juliana Teixeira de Assunção – CRB 5/1890**

UESB – Campus Vitória da Conquista – BA

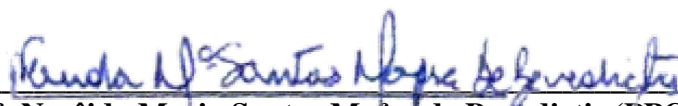
PATRÍCIA GODOIA GARCIA DE SOUZA TEIXEIRA

**LUGARES DE MEMÓRIA: OS MERCADOS URBANOS NA CIDADE DE VITÓRIA
DA CONQUISTA - BA**

COMISSÃO EXAMINADORA



**Prof.^a. Dr.^a. Geisa Flores Mendes (PPGEO/UESB)
Orientadora**



**Prof.^a. Dr.^a. Nerêida Maria Santos Maíra de Benedictis (PPGED/UESB)
Examinadora interna**



**Prof.^a. Dr.^a. Sônia de Souza Mendonça Menezes (PPGEO/UFS)
Examinadora externa**

Vitória da Conquista, 11 de junho de 2018.

Com amor, dedico:

*A **Deus** toda Honra e Glória!*

*Ao meu esposo, **Auriene Aguiar** que acredita em meus sonhos, e sem dúvida foi o maior incentivador para que se cumprisse essa nova etapa da minha vida. Sem seu apoio tudo seria mais difícil.*

*A meu filho, **Breno Garcia** que me inspira a prosseguir e compartilha do meu desejo de crescer no conhecimento.*

*Aos meus pais, **José Francisco e Maria Luciete** por serem exemplos na minha vida.*

*A minha neta, **Sophia** que desperta os melhores sentimentos em mim.*

*A minha nora, **Indi** que durante a trajetória tornou-se uma filha.*

*Ao grupo de pesquisa **NUAMSE** que instigou-me a ler o mundo com olhares nunca antes imaginados.*

*Aos **mestres do PPGeo**, especialmente minha orientadora e amiga **Geisa Flores Mendes**, seu exemplo, delicadeza, dedicação despertou o desejo de aprender Geografia, e me ensinou a enveredar pelos caminhos da memória social, tornando a trajetória mais feliz.*

AGRADECIMENTOS

O sentimento de concluir mais um sonho é de gratidão ao meu **Deus**, autor e consumidor da vida. À Ele toda honra e toda a glória por ter me conduzido até aqui. “Porque Dele, e por Ele, e para Ele, são todas as coisas” (Romanos 11:36). As palavras não podem traduzir a alegria de viver os benefícios que o Senhor tem realizado em minha vida.

Fica aqui o reconhecimento e a gratidão a todos que fizeram parte desse caminhar. Um caminhar cheio de alegrias, sonhos, choros, dúvidas e, sobretudo, de muita aprendizagem. É descobrir que redigir um texto é um trabalho de artesanato, é como diz a minha orientadora **Geisa**, uma costura fina, em que cada pedacinho de pano composto em sua estrutura por linhas vai se entrelaçando e formando uma trama. Assim, o texto vai se costurando por palavras, nele as experiências, desafios, respostas e novos sentidos e significados convidam o escritor a tecer a trama da realidade. Agradeço imensamente a professora **Geisa Flores Mendes** pelo privilégio de costurarmos juntas essa dissertação. Muito Obrigada Ge, você é uma benção!

Agradeço a meu esposo **Auriene** que sempre foi o maior incentivador, acreditou nos meus sonhos, e soube renunciar e compreender nos momentos em que era para estar presente e não estava. Você é uma benção em minha vida. Obrigada pelo companheirismo e amor!

Ao amor inexplicável, meu filho **Breno Garcia**. O filho sábio alegra o coração de seus pais, você sempre foi a maior motivação da minha vida, do meu crescimento e da minha realização pessoal.

Ao presente de Deus, alegria do meu coração, **Sophia**, minha netinha, que faz os meus dias mais felizes.

Obrigada **Indi**! Você é mais do que uma nora, é uma filha que não tive.

Agradeço aos meus pais, **José Francisco e Maria Luciete**, pelo amor e mesmo estando longe estarão sempre presentes no meu coração.

À toda minha família agradeço imensamente. **Meus irmãos, meus tios, primos, sobrinhos, sogra e sogro, cunhados (a) e especialmente a minha vó Maria Garcia**, um exemplo de força e coragem.

Á minha **Tia Luciene** que sempre teve uma palavra amiga. Você é uma mulher de fé.

À **Wando Garcia** muito obrigada pelas solicitações atendidas.

À **Siomara Machado**, minha amiga e companheira de ministério, obrigada por ter compreendido quando não estava presente e você fez o que era para eu fazer. Suas orações me ajudaram a chegar até aqui.

Ao Grupo de pesquisa **NUAMSE** por ter sido um alicerce para que eu chegasse até o mestrado. Obrigada a todos que fazem parte desse grupo especial.

À **Nádia Sousa** agradeço por ter dedicado seu tempo para contribuir com a minha pesquisa. Você é a alegria que precisava naquele momento.

Não poderia esquecer de agradecer a **Cris, Silmara Moreira, Jocimara, Marília** e todos os colegas da primeira **turma** do mestrado de Geografia da UESB. Nunca esquecerei de cada um de vocês.

Aos **Professores** do Departamento de Geografia que contribuíram para a minha formação acadêmica e foram a base para que chegasse ao mestrado.

Aos professores **Espedito Maia, Andrecksa Sampaio, Poliana Machado, Macário Costa, Mário Rubem, Nádia Sampaio, Greiziene Araújo e Gaetana** pelos exemplos de compromisso e dedicação com o trabalho docente, tão relevantes em minha formação acadêmica.

À professora **Suzane Tosta**, por ter me acolhido e dedicado toda a sua paixão pela docência à primeira turma do mestrado.

À professora **Claudia Cruz**, por ter me abraçado no tirocínio docente e ter se tornado uma grande amiga. Obrigada por suas preciosas considerações.

À coordenadora e professora **Ana Emília** pelo zelo e dedicação dispensada a todos nós. Você é a humildade em pessoa.

À **Fernanda Viana** um exemplo de professora que se supera a cada dia.

À **Janio Santos**, você nos ensina que existem pessoas que transformam a dificuldade em uma vida de superação e conhecimento. Obrigada por suas contribuições valiosas!

Obrigada **Ione Rocha**, uma pessoa incrível.

À **Edvaldo Oliveira** sou grata pelo apoio, confiança e toda a sua dedicação acadêmica. Um ser incomparável.

À professora **Meirilane Maia**, você me surpreendeu na qualificação, foi maravilhosa.... Muito obrigada!

À professora **Sônia Mendonça**, pelas valiosas contribuições na pesquisa e por ter aceitado participar de minha banca. Seu sorriso alegra o ambiente.

À professora **Nêreida**, sua simplicidade me encanta. Suas palavras traduzem verdades.

Ao **Programa de Pós-Graduação** em Geografia da UESB.

À minha grande amiga, filha do coração **Débora Paula**, a mais nobre das criaturas, o coração mais cheio de amor que conheço. Nossa amizade é para toda a vida. Te agradeço pelo carinho, pelos momentos de alegrias e choros compartilhados. Você é uma benção na minha vida. E por fim posso concordar com Cora Coralina quando diz que “O que vale a pena na vida ponto de partida e sim a caminhada. Caminhando e semeando, no fim, terás o que colher”

*O senhor é a minha força e o meu escudo;
Nele o meu coração confia, e dele recebo ajuda.
Meu coração exulta de alegria,
E com o meu cântico lhe darei graças
Sl. 28:7*

RESUMO

A pesquisa teve o propósito de analisar os Mercados Urbanos de Vitória da Conquista como lugares de memória da cidade. Por meio da memória dos sujeitos sociais buscou-se nas percepções e discursos, elementos simbólicos e representações sociais que de alguma maneira convergem para a compreensão dos Mercados urbanos como lugares de memória na cidade. Os Mercados que aqui se constituem como campo de pesquisa em Vitória da Conquista são os seguintes: Mercado Municipal de Artesanato, Centro Comercial Fernando Spínola (Mercadão) e o Mercado Municipal do Bairro Brasil. As relações sociais que permeiam o encontro entre as dimensões materiais e simbólicas se realizam na (re)produção social do espaço, sendo a cidade, por excelência, reflexo, meio e condição desse processo. Para a realização do estudo buscou-se suporte teórico em autores que estabelecem o diálogo entre espaço, lugar, representações e memória social. As reflexões de Santos (1978), Corrêa (1998, 2004), Lefèbvre (1991, 2000) e Massey (2008) fundamentam a discussão em torno do espaço. Halbwachs (1990), Gondar (2016), Abreu (2016), Bosi (2003), e Candau (2014) apresentam balizas para a compreensão da memória social. Sá (2007), Jovchelovitch (2000), discutem o conceito de representações sociais. Os estudos de Carlos (1996, 2007), Nora (1993), Mendes (2007, 2008, 2009) e Holzer (2000) fundamentaram a categoria lugar. Nas reflexões sobre os Mercados Urbanos, os aportes fundamentais foram encontrados em Pintaudi (2006), Pereira (2015), Romano (2004) e Vedana (2008), entre outros. No plano metodológico, foram realizadas pesquisas de campo, entrevistas, registros fotográficos e consulta ao acervo histórico local, com pesquisas em jornais a partir da década de 1910 e também em leis e decretos municipais. O cruzamento dessas fontes converge para a compreensão da dimensão social da memória e das representações que envolvem os Mercados Urbanos da cidade de Vitória da Conquista. A leitura dos sentidos e das representações sociais desses lugares, como rugosidades e permanências, permite vislumbrar seus múltiplos significados, especialmente para os sujeitos sociais que com ele se relacionam. A análise sobre os Mercados Urbanos da cidade de Vitória da Conquista implica em contextualizá-los nos processos sociais, uma vez que, essas dinâmicas impõem novos usos e conseqüentemente, novas significações a esses lugares. Esse é o olhar que se busca para compreender os mercados não apenas como lugares em que se vendem e que se compram mercadorias, mas como lugares de memória produzidos por relações sociais.

Palavras-chave: Lugar. Memória Social. Mercados Urbanos. Representações Sociais.

ABSTRACT

The research aimed to analyze the urban markets of Vitória da Conquista as memory places in town. Focusing on the social individuals' memories, its discourse and perceptions, the aim was to find out symbolical elements and social representations that somehow converge to the comprehension of the urban markets as memory places in town. The markets which represent the research field in Vitória da Conquista are the following: Mercado Municipal de Artesanato, Centro Comercial Fernando Spínola (Mercadão) and the Mercado Municipal do Bairro Brasil. The social relations that feed into the encounter of the material and symbolical dimensions are implemented on the social (re) production of space, being the city, par excellence, reflex, mean and condition of this process. The study was based on authors who had established dialogues between space, place, representations and social memory. The reflections of Santos (1978), Corrêa (1998, 2004), Lefèbvre (1991, 2000), Massey (2008) support the space concept. Halbwachs (1990), Gondar (2016), Abreu (2016), Bosi (2003), and Candau (2014) presents the foundation of the comprehension of social memory. Sá (2007), Jovchelovitch (2000), discusses the concept of social representation. The studies of Carlos (1996, 2007), Nora (1993), Mendes (2007, 2008, 2009) and Holzer (2000) introduces the discussion regarding place category. Fundamental inputs on the concept of urban markets where presented in Pintaudi (2006), Pereira (2007), Romano (2004), Vedana (2008), among others. The Methodology comprised of field research, interviews, photographic records and consultation to the local history collection, along with journals from 1910 decade as well as in-laws and municipal decrees. The conversion of these references and concepts allows the comprehension of the social dimension of memory and the representations which embraces urban markets in Vitória da Conquista. The reading of senses and social representations of this places, as roughness and stays, allow visualizing its multiples meanings, especially to the social individuals which interact with it. The analysis about Urban Markets in Vitória da Conquista city requires a contextualization of the socials processes, since these dynamics imposes new uses and, therefore, new meanings to these places. The study aimed and accomplished to comprehend markets not only as places where goods trade, but as memory places produced by social relations.

Key words: Place. Social Memory. Urban Markets. Social Representations.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	Localização do município de Vitória da Conquista, 2017.....	18
Figura 2	Localização dos Mercados na cidade de Vitória da Conquista, 2017.....	19
Figura 3	Síntese dos procedimentos metodológicos adotados na pesquisa.....	24
Figura 4	Localização e fachada dos Mercados Urbanos de Vitória da Conquista.....	26
Figura 5	Boxes de biscoitos típicos no Mercadão de Vitória da Conquista.....	38
Figura 6	Box de vendas de pastéis fritos na hora no Mercadão Vitória da Conquista.....	39
Figura 7	Bonecas de pano e outros artesanatos, no Mercado Municipal de Artesanato, 2017.....	68
Figura 8	Ônibus, vans e locais de chegada e partida nas proximidades dos Mercados Urbanos em Vitória da Conquista.....	71
Figura 9	Feira livre na Praça 15 de Novembro, Vitória da Conquista, 1912.....	74
Figura 10	Atual Praça Tancredo Neves, Vitória da Conquista, 2017.....	75
Figura 11	Barracão na primeira feira de Vitória da Conquista, início do século XX.....	75
Figura 12	Feira livre na Rua da Avenida, Vitória da Conquista, 1941.....	76
Figura 13	Atual Avenida Lauro de Freitas.....	77
Figura 14	Discursos jornalísticos acerca do local de construção do Mercado Municipal, publicado no Jornal <i>O Combate</i> , 1943.....	78
Figura 15	Manchete do Jornal <i>O Combate</i> , Vitória da Conquista, 1936.....	79
Figura 16	Mercado Municipal de Artesanato, recém-inaugurado em Vitória da Conquista, década de 1950.....	82
Figura 17	Barraca de feira situada na parte frontal do Mercado Municipal de Artesanato, na Praça da Bandeira de Vitória da Conquista, década de 1960.....	83
Figura 18	Feira livre no entorno do Mercado do Bairro Brasil.....	84
Figura 19	Feiras de conquista na Manchete do Jornal <i>O Conquistense</i> , 1956.....	85
Figura 20	Vista panorâmica da cidade de Vitória da Conquista, década de 1960.....	88
Figura 21	Vista panorâmica da cidade de Vitória da Conquista, 2018.....	89

Figura 22	Expansão da malha urbana de Vitória da Conquista, 1940-2017.....	91
Figura 23	Base cartográfica urbana de Vitória da Conquista, 2017.....	93
Figura 24	Exposição de rendas e bordados realizado no Mercado Municipal de Artesanato, em 1983.....	95
Figura 25	Evento de Exposição de rendas e bordados realizado no Mercado Municipal de Artesanato de Vitória da Conquista, 1983.....	95
Figura 26	Centro Cultural Glauber Rocha em Vitória da Conquista, 2018.....	96
Figura 27	O ir e vir dos sujeitos sociais no Mercado.....	102
Figura 28	O ir e vir dos sujeitos sociais no Mercado Municipal de Artesanato.....	104
Figura 29	O ir e vir dos sujeitos sociais no Mercado do Bairro Brasil.....	105
Figura 30	A feira livre em frente ao Mercado Municipal do Bairro Brasil, 2017.....	106
Figura 31	Mercado Municipal de Artesanato e Mercado, Vitória da Conquista, década de 1970.....	111
Figura 32	Transformações e permanências no Mercado Municipal de Artesanato desde a inauguração até 2017.....	112
Figura 33	Construção, inauguração e atualidade do Mercado Municipal do Bairro Brasil....	114
Figura 34	Problemas relatados pelos permissionários sobre os Mercados Urbanos de Vitória da Conquista, 2018.....	120
Figura 35	Disposição de cereais em sacarias no Mercado do Bairro Brasil em Vitória da Conquista.....	121
Figura 36	Disposição de biscoitos e queijos em boxes no Mercado do Bairro Brasil em Vitória da Conquista.....	121
Figura 37	Exposição de produtos comercializados no interior do Mercado.....	122
Figura 38	Organização de temperos no Mercado do Bairro Brasil em Vitória da Conquista.	123
Figura 39	Painel fotográfico com os tipos de artesanato presentes no Mercado Municipal de Artesanato.....	125
Figura 40	Sentidos e significados relatados pelos comerciantes e pelos consumidores dos Mercados Urbanos de Vitória da Conquista.....	126
Figura 41	Teatro Carlos Jeovah, Vitória da Conquista.....	128

Figura 42	Pintura retratando Carlos Jeovah em frente ao Mercado Municipal de Artesanato.....	128
Figura 43	Cantinho da leitura, Mercado Municipal de Artesanato.....	129
Figura 44	Interior do Teatro Carlos Jeovah, Vitória da Conquista.....	130
Figura 45	Principais locais de eventos culturais na cidade, Vitória da Conquista, 2018.....	132
Figura 46	Representações sobre os Mercados Urbanos de Vitória da Conquista.....	133

LISTA DE SIGLAS

COBAL	Companhia Brasileira de Alimentos
CCPVC	Centro de Comércio Popular de Vitória da Conquista
EMURC	Empresa Municipal de Urbanização de Vitória da Conquista
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
NUAMSE	Núcleo de Análise em Memória Social e Espaço
PIB	Produto Interno Bruto
PMVC	Prefeitura Municipal de Vitória da Conquista
UESB	Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	17
2 DIÁLOGOS GEOGRÁFICOS ENTRE ESPAÇO E MEMÓRIA.....	29
2.1 Pensar o lugar e as representações sociais na cidade.....	35
2.2 Conexões teóricas da memória social.....	50
2.3 A dimensão espaço tempo na análise geográfica.....	57
3 MERCADOS URBANOS: LUGARES DA TROCA E DO ENCONTRO.....	63
3.1 A relação entre feiras e Mercados Urbanos.....	73
3.2 Os Mercados como lugares de memória na cidade.....	86
4 MERCADOS URBANOS DE VITÓRIA DA CONQUISTA: OLHARES, VOZES E VIVÊNCIAS.....	101
4.1 Mercados Urbanos de Vitória da Conquista: garimpando a história do lugar.....	107
4.2 Os Mercados Urbanos no fio da memória: entre vozes e silêncios.....	116
4.3 O Mercado como lugar de reprodução social da vida: discursos e Representações.....	119
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	135
REFERÊNCIAS.....	138
APÊNDICE.....	144
Apêndice A – Roteiro de Entrevista.....	145

INTRODUÇÃO



Cartoon digital do Mercado Municipal de Artesanato elaborado por meio de fotografia, 2018.

1 INTRODUÇÃO

A memória guardará o que valer a pena. A memória sabe de mim mais que eu, e ela não perde o que merece ser salvo...

Eduardo Galeano

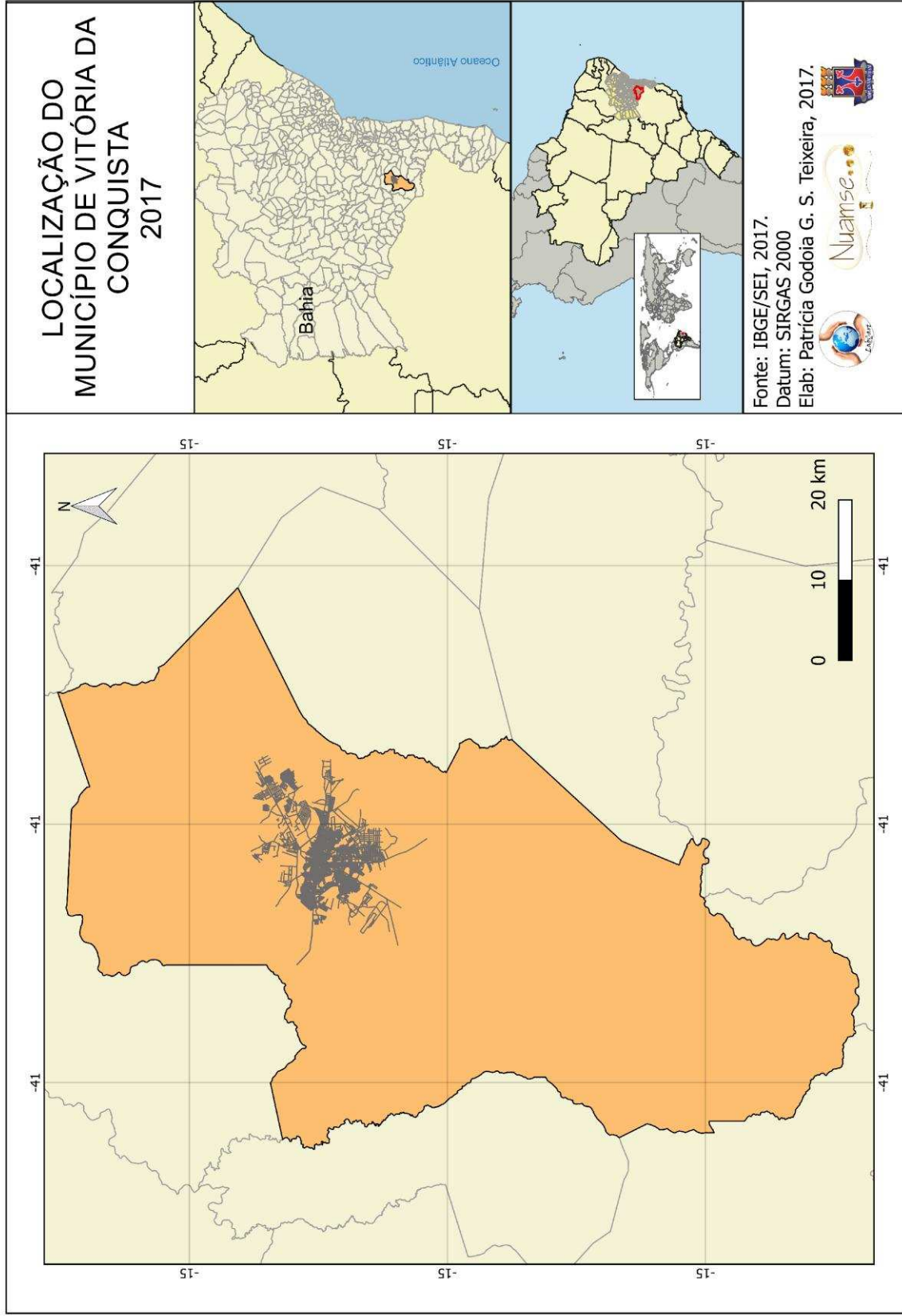
Matéria-prima para pensar a multiplicidade dos lugares no mundo, a memória está nos sujeitos e nos grupos sociais, constituída por olhares, vozes, silêncios, lembranças e esquecimentos que representam os sentidos e as significações que constituem a geograficidade que atravessa a vida cotidiana. O encontro entre passado, presente e futuro se concretiza nas interfaces da memória social e na dimensão tempo espaço que se constitui como premissa basilar à análise geográfica.

O município de Vitória da Conquista localiza-se no território de Identidade do Sudoeste da Bahia. De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a população do município estimada em 2016 é de 346.069 habitantes, apresentando um crescimento significativo em relação ao ano de 2010 em que a população era de 306.866 habitantes (IBGE, 2017). O município é privilegiado pela convergência das rodovias BR-116 (Rio/Bahia) que dividia a cidade em lado Leste e lado Oeste, antes da construção do Anel Viário e Avenida da Integração, BR-415 (Ilhéus/Vitória da Conquista) e BA-262 (Vitória da Conquista/Brumado) constituindo-se num dos mais importantes entroncamentos rodoviários do Estado. A BR-116, conhecida como a Rio-Bahia, principal rodovia estadual que liga a Bahia aos demais estados do Nordeste e Sudeste, foi inaugurada por volta de 1940 e desde então contribuiu com a expansão econômica no município. Vitória da Conquista, limita-se com os municípios de Planalto ao norte, Barra do Choça e Itambé ao leste, Encruzilhada e Cândido Sales ao sul e Anagé ao oeste. Possui uma área de unidade territorial de 3.705,838 Km² divididos entre a zona rural e urbana. A sede de Vitória da Conquista dista 512 km por vias rodoviárias da capital do Estado, Salvador. O município supracitado se apresenta como emblemático dada a relevância da sua dinâmica no cenário baiano. Vitória da Conquista, atualmente, apresenta-se como cidade média que se desenvolve, pois de acordo com o IBGE (2017) vem aumentando em mais de 1 bilhão seu PIB¹ entre os anos de 2010 e 2013.

A localização do município e dos Mercados Urbanos de Vitória da Conquista pode ser verificada na Figura 1:

¹ De acordo com o IBGE em 2010 o PIB era de R\$ 3.474. 907 e em 2013 passou para R\$ 4.935.906.

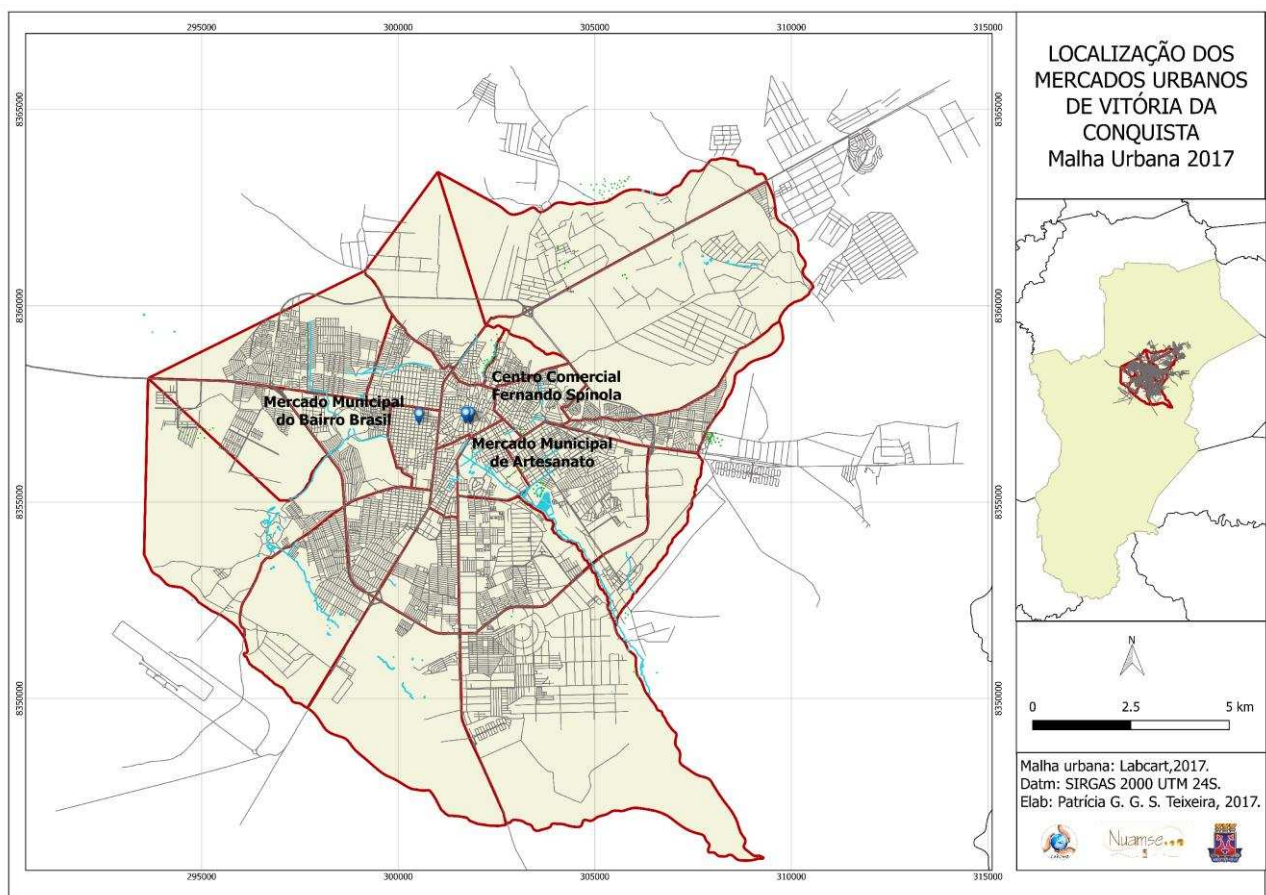
Figura 1 – Localização do município de Vitória da Conquista. 2017.



Fonte: Projeto Cartográfico, 2017.

Apesar do crescimento da cidade, paradoxalmente, as permanências de determinados aspectos do cotidiano dos Mercados Urbanos continuam a se presentificar nas narrativas e nas representações sociais no cotidiano dos sujeitos sociais que se relacionam com eles. A localização dos Mercados Urbanos na cidade de Vitória da Conquista pode ser verificada na Figura 2:

Figura 2 – Localização dos Mercados na cidade de Vitória da Conquista, 2017.



Fonte: Projeto Cartográfico, 2017.

Como pode ser observado nas Figuras 1 e 2, Vitória da Conquista conta com três Mercados Urbanos: O Centro Comercial Fernando Espínola, doravante denominado Mercadão e o Mercado Municipal de Artesanato estão localizados no Centro de Vitória da Conquista e o Mercado Municipal do Bairro Brasil encontra-se no lado oeste da cidade.

No plano do entendimento da Geografia as representações sobre o mundo se constituem em um dos pilares da pesquisa geográfica, uma vez que a singularidade do olhar do geógrafo sobre os processos e fenômenos permeia a realidade empírica e social da vida cotidiana. Os discursos e imagens das análises espaciais, da memória e das representações sociais correspondem à valoração de distintos pontos de vista dos sujeitos sociais, pois nas filigranas das percepções o cotidiano emerge como possibilidade de interpretação.

A construção do conhecimento geográfico se materializa no imbricamento entre a objetividade e subjetividade, decorrentes de um intercâmbio entre imagens, narrativas e práticas sociais que se entrecruzam na produção do espaço geográfico. O lugar, experiência imediata do vivido, configura-se num espaço de reflexões profícuas, em que a interseção das memórias e representações sociais fornece elementos para a compreensão dessa dimensão geográfica.

A aproximação entre as categorias espaço, lugar, memória e representações sociais apresenta desafios, como a possibilidade de romper as rígidas fronteiras dos estudos disciplinares das ciências instigando reflexões para além da dicotomia entre objetividade e subjetividade. Tal perspectiva permite compreender as configurações socioespaciais como dimensões do simbólico e do real, especialmente por entender que “[...] nessa interseção se evidencia com mais clareza o espaço-tempo como modo de ser-estar-do-homem-no-mundo. Portanto, geograficidade” (MOREIRA, 2007, p. 143). O compromisso do pesquisador é analisar a realidade, portanto, este não pode se aprisionar em amarras metodológicas estanques e discursos disciplinares engessados, visto que a realidade, complexa e dinâmica está em permanente transformação.

À luz dessa reflexão elencou-se como propósito norteador da pesquisa analisar os Mercados Urbanos de Vitória da Conquista como lugares de memória da cidade². Por meio da análise da memória dos sujeitos sociais buscou-se nas percepções e discursos, elementos simbólicos e representações sociais que de alguma maneira convergem para a compreensão dos Mercados Urbanos como lugares de memória na cidade.

² Lugar de memória foi um conceito proposto por Pierre Nora (1993). De acordo com este autor, os lugares de memória estabelecem laços de continuidade entre o passado e o presente. Em páginas posteriores da pesquisa será realizado um aprofundamento teórico do conceito.

É com esse entendimento que a problemática estabelecida para a pesquisa consiste em compreender os significados que os mercados elencados tiveram/têm para os diferentes sujeitos sociais que compõem o cotidiano da cidade e com eles estabelecem vínculos. A configuração espacial da cidade é constituída de uma multiplicidade de aspectos, dentre eles os elementos peculiares que constroem cotidianamente as dinâmicas e processos das relações sociais que nela se sedimentam. A cidade entendida como construção social que apresenta em sua dinâmica urbana diversas formas espaciais, é marcada ininterruptamente por transformações sociais contínuas, ocorridas através dos tempos.

Ao compreendermos a cidade dessa forma, sobretudo, ao levar em consideração que essas relações podem ser distintas em conjunturas singulares é que houve o interesse em compreender melhor como se processam as relações entre os Mercados Urbanos e os sujeitos sociais que com eles cultivam relações cotidianas, em distintas dimensões espaço-temporais. A pesquisa considera os Mercados Urbanos de Vitória da Conquista, como espaços plenos de significados que ao longo da história experimentaram transformações sociais que interferiram no arranjo físico e nas formas de ocupação do território preenchendo-o com significações múltipla.

Atualmente, na configuração urbana conquistense percebe-se uma perda gradativa dos espaços públicos de circulação e convivência para outras funções ou inversão de funções desses espaços. Em face das metamorfoses urbanas de Vitória da Conquista, os espaços públicos têm sido requalificados, contudo, coexistem as permanências, cristalizadas na identidade sociocultural da comunidade conquistense que se mesclam ao intenso processo de transformação, inerente à dinâmica capitalista.

A necessidade de revisitar a memória dos sujeitos sociais que imprimem suas marcas na configuração desses mercados considerados lugares plenos de sentidos e significados para aqueles que têm suas histórias de vida marcadas pela vivência nesses lugares. Mergulhar na memória da cidade torna-se imprescindível para a compreensão do processo de produção do espaço, entendido aqui na sua dimensão social.

Feitas essas considerações, convém demarcar, ainda que sucintamente, a trajetória da pesquisa proposta, pois esta se configura como um desdobramento dos estudos iniciados na graduação em Geografia da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB) e de aspectos instigados pela participação no Núcleo de Análise em Memória Social e Espaço (NUAMSE). Entre os princípios basilares desse núcleo de pesquisa, ressalta-se a articulação entre os estudos da memória social e as categorias de análise da Ciência Geográfica.

Tais aspectos estão associados também a minha vivência cotidiana em dois dos Mercados elencados como referência empírica da pesquisa. Como comerciante local por mais de duas décadas de convívio diário com os mercados foi possível perceber como estes são significativos para os sujeitos sociais que com eles se relacionam. As vivências cotidianas pessoais instigaram a realização do estudo com o propósito de compreender as permanências e rupturas na memória social dos Mercados Urbanos de Vitória da Conquista.

Considerando a realidade apreendida no cotidiano surgiram algumas inquietações para se pensar os Mercados Urbanos de Vitória da Conquista como lugares de memória emblemáticos. Inicialmente, pensou-se em estudar os Mercados Públicos da cidade, contudo, as pesquisas de campo revelaram que o Centro Comercial Fernando Spínola, o Mercado, não se constitui mais como espaço sob a responsabilidade da Prefeitura Municipal de Vitória da Conquista (PMVC). No entanto, as memórias, os sentidos, os significados, as tradições, e demais conteúdos sociais que estão presentes nos Mercados Municipais também se presentificam nele. Assim, optou-se por utilizar a terminologia Mercados Urbanos, proposta por Pereira (2015), uma vez que dessa forma tal nomenclatura não exclui o Mercado da análise.

Para compreensão dos Mercados Urbanos como lugares de memória é necessário, *a priori*, refletir sobre as configurações socioespaciais dos Mercados na produção do espaço na cidade de Vitória da Conquista. Esses lugares são plenos de representações sociais que associadas as dinâmicas dos processos de transformação e permanência das práticas socioespaciais permitem a leitura das relações que produzem o espaço na cidade. A multiplicidade de significados acerca dos Mercados Urbanos de Vitória da Conquista para a memória dos grupos sociais que com eles se relacionam são elementos indispensáveis para análise desses espaços.

É certo que a articulação e a dimensão social da memória e das representações é relativamente pouco explorado na Ciência Geográfica. Partindo de matrizes teóricas distintas e campos de saberes que tradicionalmente não dialogam, algumas tensões teóricas floresceram no percurso da pesquisa, todavia, as incursões no campo empírico aliadas aos esforços de fecundação teórica possibilitaram um diálogo instigante.

No que concerne a abordagem metodológica buscou-se alicerçar a análise na fenomenologia, por entender que tal abordagem permite compreender qualitativamente as questões da realidade em questão. Holzer compreende que “[...] a fenomenologia e a geografia tem, em planos diferentes, objetivos convergentes: o de estudar a constituição do mundo” (2000, p.77). Segundo o autor, essa abordagem metodológica tem como objetivo

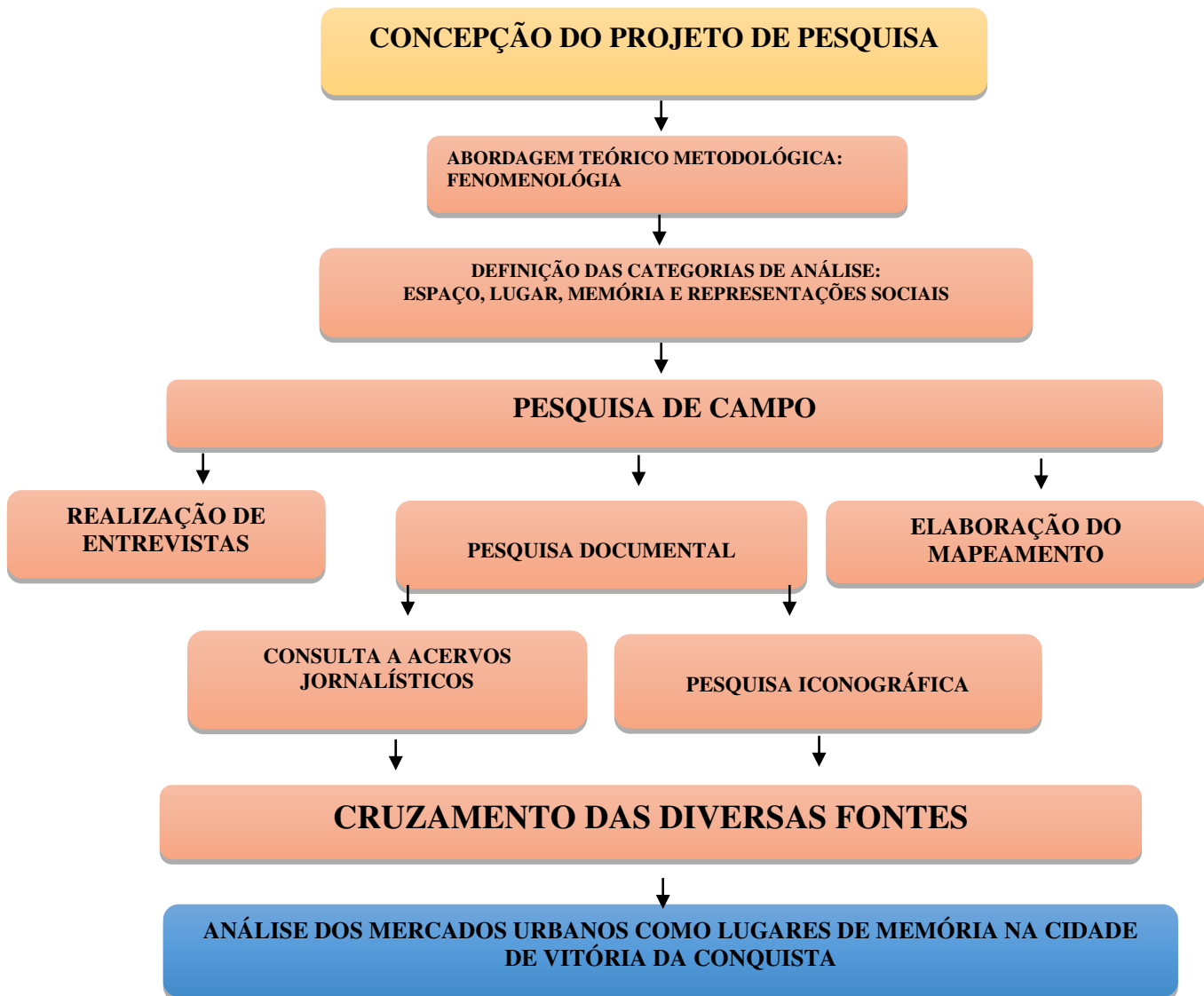
“[...] levantar as experiências concretas do homem e encontrar nestas experiências uma orientação que não as limite a uma simples sucessão. Ela não se atém a estudar as experiências do conhecimento, ou da vida” (HOLZER, 2000, p.78). Considera-se que esse método permite a análise dos aspectos objetivos em intrínseca relação com a subjetividade, compreendendo tais dimensões como indissociáveis na leitura da realidade.

Destaca-se a confluência entre as diversas fontes de pesquisa que permitiram o aprofundamento da compreensão da memória e das representações sociais, além da vinculação destas com as configurações do espaço geográfico. Ainda no percurso dos trabalhos de campo, foram pesquisadas fontes documentais, tanto escritas, quanto iconográficas, consultas sistemáticas aos *websites* de notícias locais de maior acesso em Vitória da Conquista, além de realização de entrevistas com os sujeitos sociais que de alguma maneira se relacionam com os mercados em análise, seja como comerciantes, ou consumidores.

No intercurso da pesquisa havia-se definido que os sujeitos sociais entrevistados na pesquisa seriam aqueles que tivessem mais de 20 anos de vinculação com os Mercados Urbanos, contudo, constatou-se, na própria pesquisa em campo, que esse recorte temporal, por si só não revela a intensidade nem os conteúdos construídos socialmente em relação a esses lugares. Dessa forma optou-se por romper com essa amarra metodológica para que fosse possível ter uma compreensão mais aprofundada acerca da realidade em questão. Também foram realizadas entrevistas com sujeitos sociais considerados leitores especiais da cidade³ que vivenciaram/vivenciam a dinâmica socioespacial dos espaços ora analisados. As vivências nos locais da pesquisa de campo permitiram os registros fotográficos e, principalmente, um conhecimento mais acurado acerca do cotidiano e da realidade social dos Mercados Urbanos de Vitória da Conquista. A pesquisa contou, ainda, com consulta a fontes jornalísticas locais existentes no acervo do Arquivo Público Municipal, na Secretaria de Serviços Públicos e no Museu Regional de Vitória da Conquista. Os jornais pesquisados foram *O Combate* e *O Conquistense* que tratam do cotidiano da cidade em contextos temporais distintos, a partir da década de 1910 até os dias atuais. A Figura 3 apresenta a síntese dos procedimentos metodológicos empregados no desenvolvimento da pesquisa.

³ Os leitores especiais da cidade podem ser considerados como pessoas que conhecem por meio da vivência cotidiana a história de um lugar. Para Pesavento (2004), os “leitores especiais da cidade” podem ser representados pelos fotógrafos, poetas, romancistas, cronistas, pintores da cidade, professores universitários, vereadores, advogados e cidadãos comuns. O objetivo de eleger leitores especiais da cidade para a participação em entrevistas é analisar de maneira mais aprofundada e específica as representações sociais e os significados para aqueles que possuem narrativas sobre os Mercados Urbanos e, que de alguma forma se envolvem com o conhecimento do município de Vitória da Conquista.

Figura 3 - Síntese dos procedimentos metodológicos adotados na pesquisa.



Fonte: Elaborado pela autora, 2018.

O organograma metodológico permite vislumbrar como a articulação das fontes mencionadas foi imprescindível para a sistematização de informações relativas aos Mercados Urbanos de Vitória da Conquista.

O arcabouço teórico utilizado na pesquisa está calcado primordialmente nas categorias de análise espaço, lugar, memória e representações sociais. Buscou-se suporte teórico em autores que possibilitam estabelecer um diálogo entre os referenciais da memória social com a Geografia. As reflexões de Santos (1978), Corrêa (1998/2004), Lefêbvre (1991, 2000) e Massey (2008) fundamentam a discussão em torno do espaço. As contribuições de Halbwachs (1990), Gondar (2016), Abreu (2016), Bosi (2003), e Candau (2014) apresentam balizas para

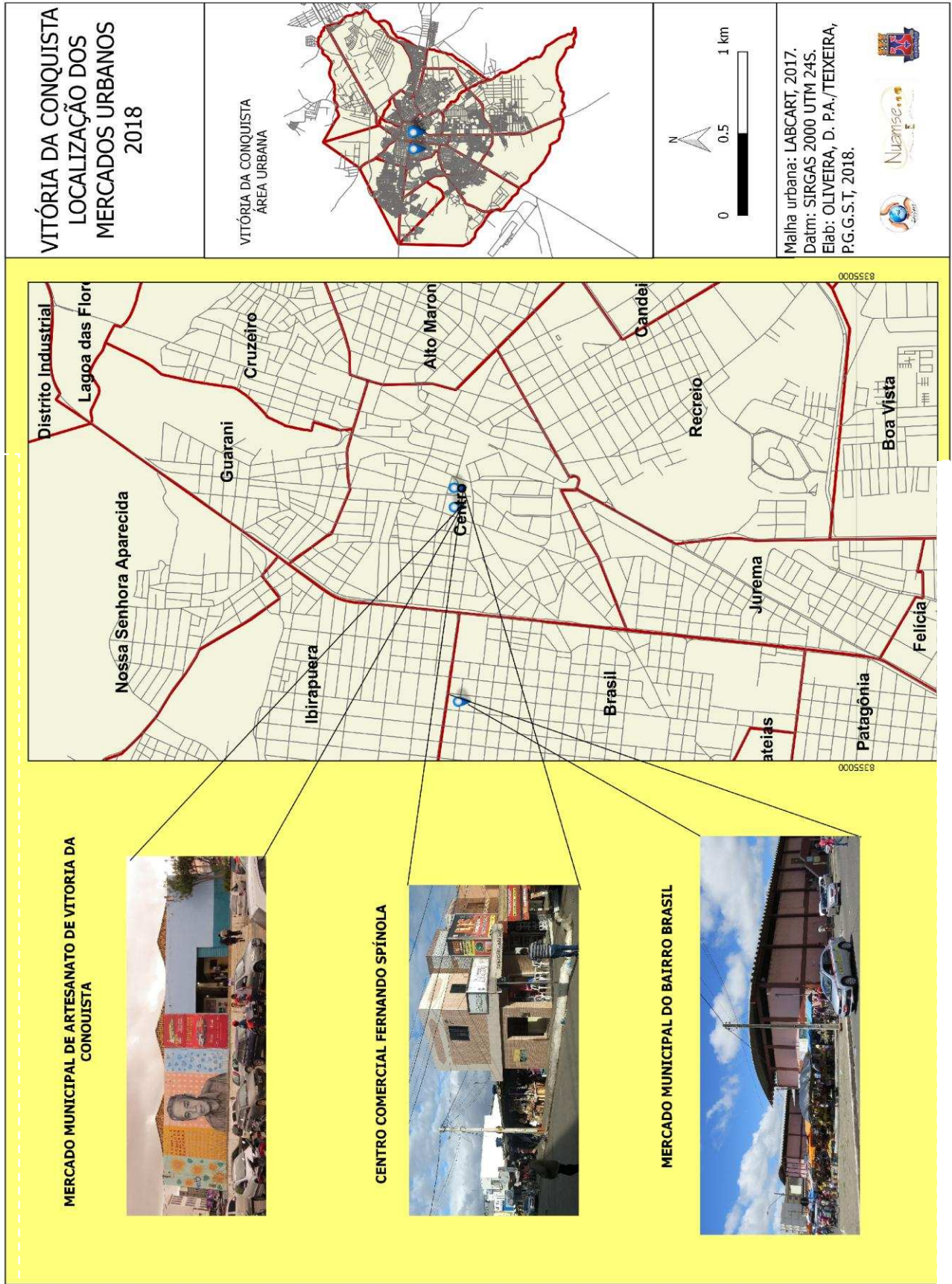
a compreensão da memória social. Sá (2007), Jovchelovitch (2000), Moscovici (1978) discutem o conceito de representações sociais no âmbito das ciências humanas. Os estudos de Carlos (1996/2007), Nora (1993), Mendes (2007, 2008, 2009) e Holzer (2000) fundamentaram a compreensão da categoria lugar em articulação com as premissas da memória e das representações sociais. Nas reflexões específicas sobre os Mercados Urbanos, aportes teóricos fundamentais foram encontrados em Pintaudi (2006), Pereira (2007), Romano (2004), Vieira (2014), Vedana (2008) entre outros.

Os desafios postos para o desenvolvimento da pesquisa qualitativa com a articulação teórica das categorias geográficas, com a memória e as representações sociais não são poucos, dessa forma, fez-se necessário o diálogo entre referenciais intra e interdisciplinares que, de alguma maneira, pudessem contribuir para uma melhor compreensão da abordagem proposta, conforme se evidenciou nesta dissertação.

O detalhamento da metodologia, dos instrumentos de coleta e análise dos dados que subsidiam esse estudo suscita algumas considerações julgadas como necessárias ao entendimento da prática da pesquisa. Uma delas é a de que nenhuma pesquisa é neutra, seja ela qualitativa ou quantitativa. Como afirma Minayo (2000, p.37) “[...] pelo contrário, qualquer estudo da realidade, por mais objetivo que possa parecer, por mais ‘ingênuo’ ou ‘simples’ nas pretensões, tem a norteá-la um arcabouço teórico que informa a escolha do objeto, todos os passos e resultados teóricos e práticos”. A outra consiste na compreensão de que nenhuma das linhas de pensamento sobre o mundo social e natural tem o monopólio de compreensão total e completa sobre a realidade (MINAYO, 2000).

A relevância das pesquisas acerca desses lugares de memória da cidade se explica também pela escassez de leituras geográficas que estabeleçam um diálogo com os estudos da memória social. A Figura 4 apresenta, além da localização, as fachadas dos Mercados Urbanos de Vitória da Conquista elencados como objetos de estudo.

Figura 4 – Localização e fachada dos Mercados Urbanos de Vitória da Conquista.



Fonte: Projeto cartográfico, 2018.

A dissertação encontra-se estruturada em cinco capítulos, incluindo a introdução e as considerações finais. No capítulo um, que se constitui nesta introdução, foi apresentado aos leitores um panorama geral expondo as motivações pessoais da pesquisadora, os objetivos do estudo, a problemática elencada, os arcabouços teóricos utilizados, a justificativa e os procedimentos metodológicos.

No capítulo dois, intitulado Diálogos geográficos entre espaço e memória, são tecidas considerações teóricas estabelecendo uma articulação entre os referenciais da memória e das representações sociais com a Ciência Geográfica. O capítulo três, que se intitula Os Mercados Urbanos: lugares da troca e do encontro evidencia os significados desses espaços no cotidiano e na memória dos sujeitos sociais.

No capítulo quatro, intitulado Mercados Urbanos de Vitória da Conquista: olhares, vozes e vivências apresentam-se as narrativas, os aspectos históricos e os contextos discursivos que qualificam tais espaços como lugares de memória na cidade. Em tons de conclusão, nas considerações finais foram apresentadas as sínteses das análises realizadas que corroboram a compreensão de que os Mercados Urbanos são emblemáticos na história da cidade e, sobretudo, na memória dos sujeitos sociais participantes da pesquisa.

É com esse entendimento que os Mercados Urbanos se configuram como lugares de resistência, posto que, apesar deles não estarem alheios às imposições do capital para existir, por outro lado, se fortalecem naquilo que os identifica, alteram seus conteúdos e funções, ao passo que enraízam os seus costumes, tornando-se, conseqüentemente, referências identitárias para os sujeitos sociais que trabalham nos Mercados Urbanos, são consumidores e, também, aqueles que de distintas maneiras vivenciam o cotidiano dos Mercados.

A análise sobre os Mercados Urbanos de Vitória da Conquista implicou em contextualizá-los nos processos sociais da cidade, uma vez que, essas dinâmicas impõem novos usos e conseqüentemente, novas significações a esses lugares. Esse foi o olhar que se buscou para compreender os mercados não apenas como lugares em que se vendem e que se compram mercadorias, mas como lugares de memória produzidos por relações sociais. A pesquisa buscou, então, contribuir para a construção de novas possibilidades no âmbito da Ciência Geográfica, pois parafraseando Moraes (2005), a Geografia que eu faço é a que eu acredito.

DIÁLOGOS GEOGRÁFICOS ENTRE ESPAÇO E MEMÓRIA



Cartoon digital do interior do Mercado Municipal do Bairro Brasil elaborado por meio de fotografia, 2018

2 DIÁLOGOS GEOGRÁFICOS ENTRE ESPAÇO E MEMÓRIA

A cada instante, há mais do que o olho pode ver, mais do que o ouvido pode perceber, um cenário ou uma paisagem para serem explorados.

Kevin Lynch

O olhar geográfico permite pensar as expressões dos lugares no movimento de sentidos que compõem a produção social do espaço. As ponderações de Lynch, apresentadas em epígrafe, convidam a desvendar as múltiplas nuances e significados que emergem das relações sociais entre os sujeitos e o espaço, uma vez que, como enfatiza Lefèbvre, na obra *The production of space (La production de l'espace)* (1991 [1974]), “[...] a prática espacial de uma sociedade se descobre decifrando seu espaço” (1991, p. 64). As análises feitas pelo autor apontam a relevância da produção do espaço no processo de reprodução da sociedade, assim “[...] O modo de produção organiza – produz – ao mesmo tempo que certas relações sociais, seu espaço (e seu tempo)” (LEFÈBVRE, 2000, p. 13). Essa compreensão é também percebida na trajetória de construção do conhecimento geográfico.

A reflexão acerca do espaço na Geografia está alicerçada nas dinâmicas sociais que o produzem cotidianamente. É nesse movimento de sentidos que os Mercados Urbanos de Vitória da Conquista são aqui analisados, sendo eles, lugares repletos de significados na história da cidade.

A produção socioespacial acontece no âmbito das relações sociedade e natureza. Santos compartilha da ideia de que “[...] é assim que os lugares se criam, se recriam e renovam, a cada movimento da sociedade” (2008, p. 25). Torna-se indispensável considerar tal relação, e também, sua indissociabilidade em relação ao tempo e aos processos históricos que o contextualizam na leitura socioespacial da realidade, que para Santos é apreendida, também, por meio da percepção dos sujeitos sociais. Assim para o autor,

Se a realidade é apenas uma, cada pessoa a vê de forma diferenciada; dessa forma, a visão pelo homem das coisas materiais é sempre deformada. Nossa tarefa é a de ultrapassar a paisagem como aspecto, para chegar ao seu significado. A percepção não é ainda o conhecimento, que depende de sua interpretação e esta será tanto mais válida quanto mais limitarmos o risco de tomar por verdadeiro o que é só aparência (SANTOS, 1988, p. 22).

Pensar a produção do espaço para além do material e aparente constitui-se como premissa basilar à Ciência Geográfica, pois, reconhecer a complexidade do processo de

produção socioespacial incorre em abordar o espaço como produto, meio e condição das relações sociais que são intrínsecas a esse processo.

Carlos (2007) enfatiza que é na vida cotidiana que o espaço ganha sentido, forma e se constitui no conjunto de relações que faz do humano e de cada ser humano um todo. Nesse sentido, a leitura da produção do espaço urbano considera o espaço como produto das relações sociais em contextos históricos diversos.

Esse é o olhar geográfico que se busca para a compreensão dos múltiplos significados que perfilam os Mercados Urbanos e os sujeitos sociais que com eles se relacionam. Para Carlos (2007), discutir o movimento de sentidos intrínsecos ao processo de produção socioespacial e suas relações mais abrangentes significa compreender que:

[...] as relações sociais ocorrem fora dos limites estreitos da produção de mercadorias e do processo de trabalho (sem, todavia, negá-la) para enfocar a vida em todas as suas dimensões (aquela que se desenvolve ligando momentos e lugares como a casa, a rua, o bairro) criando uma trama de relações como trama dos lugares onde se destaca uma rede articulada que liga as práticas sócio-espaciais e é assim que a produção do espaço se realiza enquanto produção ininterrupta da vida (CARLOS, 2007, p. 41, grifo nosso).

A trama das relações e dos lugares evidencia como a produção do espaço urbano é imbricada nas múltiplas dimensões da vida dos sujeitos sociais. Para além das relações de trabalho que acontecem nos Mercados, o viés da memória social permite vislumbrar as representações sociais que constituem a vivência dos sujeitos no processo de produção socioespacial nesses lugares.

É preciso, então, desconstruir as noções de espaço estático, palco e receptáculo das ações da sociedade para buscar a teorização do espaço considerando-o como social, contraditório, produzido socialmente pelo trabalho na relação sociedade e natureza. Santos esclarece que “[...] a natureza deixa de ser algo que funciona apenas segundo leis naturais, e passa a ser um grande conjunto de objetos dos quais o homem escolhe alguns que aprende a utilizar” (1988, p. 27). O autor argumenta ainda que “[...] esses objetos são, para o grupo, a natureza útil, um subsistema do sistema natural total, o seu subsistema eficaz. Esse subsistema é ainda a natureza, mas já é, igualmente, social, porque deliberadamente escolhido pelo homem” (SANTOS, 1978, p. 27). Considerando a relação indissociável entre sociedade e natureza ocorre a produção socioespacial em diversos contextos históricos. Convém, então, abordar a concepção de Cosgrove (1983) ao discutir a relação sociedade e natureza que integra a compreensão do espaço, na sua dimensão social. Segundo o autor,

As duas partes desta unidade são mediatizadas através da produção humana, que reproduz a natureza enquanto ambiente humano e os seres humanos enquanto seres sociais. Eles enfatizam que o modo de produção é um modo de vida, apoiado no mundo material por seres humanos intencionais (COSGROVE, 1983, p. 3).

Ao refletir sobre a relação entre o modo de produção e o modo de vida, Cosgrove discute ainda, a indissociabilidade entre a produção simbólica e a vida material, pois o autor considera que os sujeitos sociais “[...] experienciam e transformam o mundo natural em um mundo humano através de seu engajamento direto enquanto seres pensantes com sua realidade sensorial, material” (1983, p. 1). O autor entende que “[...] a produção e reprodução da vida material é, necessariamente, uma arte coletiva, mediada na consciência e sustentada através de códigos de comunicação. Esta última é produção simbólica (COSGROVE, 1983, p. 1). Tal entendimento instiga a reflexão sobre a multiplicidade das relações interpessoais, a complexificação das identidades e a materialização dos diversos elementos simbólicos que permeiam o cotidiano.

Dentre os estudos que envolvem a significação e a produção social do espaço, sublinha-se a abordagem desenvolvida por Almeida (2003), ao enfatizar que a dimensão simbólica e a requalificação do espaço se relacionam aos significados ligados a uma história, à produção social e simbólica dos seus habitantes que vivenciam o lugar no cotidiano. Para a compreensão dos significados concernentes ao espaço social, Lefèbvre destaca três dimensões indissociáveis: as práticas espaciais, as representações do espaço e os espaços de representação. Para ele,

Spatial practice, which embraces production and reproduction, and the particular locations and spatial sets characteristic of each social formation. Spatial practice ensures continuity and some degree of cohesion. In terms of social space, and of each member of a given society's relationship to that space, this cohesion implies a guaranteed level of competence and a specific level of performance.

Representations of space, which are tied to the relations of production and to the 'order' which those relations impose, and hence to knowledge, to signs, to codes, and to 'frontal' relations.

Representational spaces, embodying complex symbolisms, sometimes coded, sometimes not, linked to the clandestine or underground side of social life, as also to art (which may come eventually to be defined less as a code of space than as a code of representational spaces) (LEFÈBVRE, 1991, p. 33)⁴

⁴ A prática espacial envolve produção e reprodução, lugares próprios e conjuntos espaciais específicos de cada configuração social, que assegura sua continuidade numa relativa coesão com o espaço. Essa coesão consiste, no que tange ao espaço social e ao modo como cada sujeito de determinada sociedade se relaciona com o espaço, ao mesmo tempo uma competência certa e um nível de performance. Representações do espaço estão ligadas às relações de produção, à “ordem” que elas impõem e, dessa forma, estão vinculadas aos conhecimentos, aos

Considera-se que as práticas espaciais se referem ao espaço percebido, apropriado pelos sujeitos sociais pela dimensão dos sentidos humanos. As representações do espaço constituem-se em espaços concebidos intelectualmente, com vistas ao planejamento, as construções teóricas e a representação. E por fim, os espaços de representação configuram-se em espaços de referência para os sujeitos sociais, trata-se da dimensão do espaço vivido, experienciado pelas vivências cotidianas dos sujeitos.

Lefèbvre (1991) concebe em suas argumentações que “[...] o espaço social é o da sociedade, e nesse espaço o sujeito não vê senão palavras; cada ‘sujeito’ se situa num espaço onde ele se reconhece ou então se perde, do qual ele usufrui ou modifica” (LEFÈBVRE, 2000, p. 61). As reflexões acerca do espaço social, propostas por Lefèbvre (1991), constituíram-se como premissas teóricas essenciais para a formulação do conceito de espaço geográfico para a Geografia, com base nas vertentes propostas por Santos, que define o espaço:

[...] como um conjunto indissociável de sistemas de objetos e sistemas de ações que podemos reconhecer suas categorias analíticas internas. Entre elas, estão a paisagem, a configuração territorial, a divisão territorial do trabalho, o espaço produzido ou produtivo, as rugosidades e as formas-conteúdo (SANTOS, 2008, p. 22).

O autor discute o processo de produção socioespacial entendendo-o como um *constructo* social, marcado por contradições e sentidos que se desdobram ao longo do processo histórico. Santos destaca que “[...] o espaço não é apenas um receptáculo da história, mas condição de sua realização qualificada” (2008, p. 128). Isso porque a vida se realiza no espaço, preenchendo-o de conteúdos e representações sociais. Para Menezes, o desafio posto “[...] é entender a realidade para além das aparências, significa pensar a geograficidade” (2009, p. 97).

Na mesma vertente, Massey (2008) apresenta a seguinte proposição: “[...] importa o modo como pensamos o espaço. [...] o espaço é uma dimensão implícita que molda nossas cosmologias estruturantes. Ele modula nossos entendimentos do mundo, nossas atitudes frente aos outros, nossa política” (2008, p. 15). Torna-se imprescindível refletir sobre a interpretação do espaço, por intermédio das relações sociais, em que deve ser considerada, também, a dimensão social da memória e das representações como constituintes da produção social do

códigos, às relações “frontais”. Os espaços de representação envolvem complexos de simbolismos, relacionados ao lado oculto e subterrâneo da vida social, mas também à arte, (que eventualmente, poder-se-ia definir não como código do espaço, mas como código dos espaços de representação) (Tradução nossa.).

espaço, pois como enfatiza Holzer, “Qualquer trabalho que se refira à espacialidade humana deve referir-se à memória” (2000, p. 111).

A Ciência Geográfica tem contribuições valiosas para os estudos pertinentes à memória e, sobretudo, a dimensão social dos lugares. A leitura das representações sociais construídas pelos sujeitos sobre o espaço se constitui como um profícuo viés de análise geográfica, uma vez que a singularidade do olhar sobre os processos e fenômenos permeia a realidade empírica e social da vida cotidiana, que pulsa nos Mercados Urbanos de Vitória da Conquista.

Ao refletir sobre a memória social nos estudos geográficos, Mendes (2009) considera que o processo de produção do espaço urbano revela o movimento contínuo do ‘fazer a cidade’ em seu constante movimento. O espaço urbano é repleto de significações e memórias que repercutem na realidade vivenciada pelos sujeitos sociais que participam desse processo de viver a cidade.

Evidencia-se a relação entre a produção do espaço e a dimensão social da memória e das representações, pois estas se constituem em categorias intrínsecas aos sujeitos sociais, especialmente no que tange à relação destes com o espaço. Mendes (2009) destaca a relevância das reflexões que levem em conta as interfaces analíticas entre os elementos objetivos e subjetivos que configuram determinados *constructos* sociais. Para a autora, o campo da memória e das representações está intrinsecamente associado ao processo de produção socioespacial (MENDES, 2007). Assim, a associação da memória e as representações sociais são elementos constitutivos da produção do espaço geográfico.

Ainda de acordo com Mendes (2009), a articulação entre memória e espaço é essencial para uma leitura dos significados das práticas cotidianas que se desenvolvem na cidade. O sentimento de pertencimento entre os sujeitos e os lugares na cidade podem transformá-los em lugares de memória. Mendes enfatiza, ainda, que “[...] o campo da memória e das representações possibilita um olhar multifacetado, proporcionando a percepção de vertentes ainda pouco exploradas e ricas de significados no que concerne ao espaço geográfico” (2007, p. 40). O pensamento da autora evidencia as vastas possibilidades analíticas que se descortinam por intermédio das interpretações da memória e das representações sociais. Abreu (1998), por sua vez, aborda as contribuições da Geografia na leitura da cidade, que segundo o autor não pode ser limitada apenas a recuperação das formas morfológicas do espaço urbano. Assim, considera que o grande desafio que se antepõe à Geografia, quando estuda a memória, é compreender como empiricizar o tempo, uma vez que sem torná-lo material, ou seja sem espacializá-lo, não é possível geografizar sobre ele.

Na perspectiva analítica de Moreira (2007) a experimentação da diversidade é que faz o sujeito social sentir-se no mundo e sentir o mundo vivido. O sentimento de pertencer é um processo que se confunde com o espaço percebido, vivido, simbólico e concebido, e vice-versa. O geógrafo constrói a sua leitura de mundo pelo prisma do espaço. O autor considera que, “[...] embora leia a complexa realidade mutante do mundo pela janela do espaço, com a vantagem de encontrar na paisagem o instrumento privilegiado da leitura, o geógrafo nem sempre tem sabido ser contemporâneo do seu tempo” (MOREIRA, 2007, p. 65).

Tal quadro é reflexo da fragmentação e da abordagem demasiadamente disciplinar que insiste em permanecer no pensamento científico e, mais precisamente na Geografia, pois, como pondera Gomes, “[...] a análise geográfica deve examinar o espaço com um texto, onde formas são portadoras de significados e sentidos” (1997, p. 38). A vertente de análise da memória e das representações sociais, associada a leitura do espaço geográfico, possibilita decifrar os significados ocultos pelo olhar corriqueiro imposto pelo cotidiano apressado dos sujeitos sociais, o que possibilita então desvendar a essência dos fenômenos ainda não percebidos. Carlos, ao ponderar sobre o processo de mudanças constantes e ininterruptas nas cidades considera que

[...] deparamos com formas cada vez mais mutantes em um tempo cada vez mais efêmero, produto de uma nova racionalidade imposta por profundas mudanças no processo de acumulação. Assim, uma nova relação espaço-tempo domina o mundo, onde a efemeridade do tempo no espaço revela a produção de um ‘espaço amnésico’ (CARLOS, 2007, p. 13).

A análise da indissociabilidade da dimensão espaço-tempo torna possível refletir sobre a efemeridade que existe nas relações humanas. Embora a dinâmica do cotidiano na cidade se realize no tempo presente, decifrar a memória social oculta nesses espaços amnésicos, ou seja, espaços sem memória, significa desafiar as novas racionalidades hegemônicas na sociedade contemporânea, que também são impostas pelo sistema capitalista. Para os sujeitos que não cultivam relações de pertencimento, ou seja, nenhum vínculo com os Mercados Urbanos, estes lugares configuram-se como “espaços amnésicos”, vazios de significados. Contudo, pensar esses espaços como lugares de Memória na cidade torna possível desvelar a memória social da cidade e dos Mercados.

A ausência da memória no lugar corresponde ao que Augé (1994) denomina como não lugar. Para o autor, o lugar é compreendido como um espaço de constituição de laços identitários, de caráter relacional e histórico. Contrariamente, o não lugar se caracteriza como espaços não identitários, não relacionais e não históricos onde não é possível estabelecer

referenciais de pertencimento e afeto. Em contraposição a multiplicidade de relações estabelecidas nos Mercados Urbanos, Augé retrata a realidade em um hipermercado moderno:

[...] as grandes superfícies nas quais o cliente circula silenciosamente, consulta as etiquetas, pesa os legumes ou a fruta numa máquina que lhe indica, juntamente com o peso, o seu preço, e depois estende o cartão de crédito a uma mulher jovem também ela silenciosa, ou pouco faladora, que submete cada artigo ao registro de uma máquina decodificadora antes de verificar o bom funcionamento do cartão de crédito (AUGÉ, 1994, p. 84).

O ambiente descrito pelo autor poderia ser considerado como um não lugar pois nele se evidencia a ausência de relações de pertencimento, sentidos e significados. A troca se restringe a sua dimensão mercadológica, uma vez que não há interação entre os sujeitos sociais envolvidos nesse processo, por isso, tal espaço é marcado por silêncios e isolamentos, tanto por parte do consumidor, quanto da empresa. O oposto acontece nos mercados e feiras que se configuram como lugares do encontro e da troca. Nos Mercados Urbanos de Vitória da Conquista é comum a tessitura de laços de amizade entre fregueses e comerciantes, estabelecendo vínculos que ultrapassam o espaço do mercado. Assim, evidencia-se a relevância de abordar os olhares, vozes e narrativas que alimentam a memória dos Mercados.

Alicerçados nessas concepções, convém refletir sobre o Lugar e as Representações Sociais na cidade, que associados as ponderações sobre a produção socioespacial, constituem-se como fios condutores da presente análise.

2.1 Pensar o lugar e as representações sociais na cidade

A cidade foi, desde cedo, reduto de uma nova sensibilidade. Ser cidadão, portar um ethos urbano, pertencer a uma cidade implicou formas, sempre renovadas ao longo do tempo, de representar essa cidade, fosse pela palavra, escrita ou falada, fosse pela música em melodias e canções que a celebravam, fosse pelas imagens, desenhadas, pintadas ou projetadas, que a representavam, no todo ou em parte, fosse ainda pelas práticas cotidianas, pelos rituais e pelos códigos de civilidade presente naqueles que habitavam.

Sandra Pesavento

Mais do que representar a cidade, refletir sobre as representações sociais do modo de vida urbano implica em reconhecer a memória social que impregna os lugares. A cidade torna-se, então, um texto a ser lido sob o olhar dos sujeitos sociais que a vivenciam nos fazeres cotidianos que constituem o processo de produção do espaço urbano.

A cidade é o principal espaço de reprodução da vida humana em sociedade, onde emergem relações sociais de pertencimento, afetividade, conflitos entre outras significações. É o espaço da troca e do encontro e, visto sob o prisma da Geografia, possibilita ler os ritos, as práticas sociais cotidianas e a memória que marcam a vivência dos sujeitos nos lugares de memória.

Mas, afinal, o que seria um lugar de memória na perspectiva de análise elencada? Pode-se dizer que seriam lugares de âncora para as memórias de sujeitos sociais que vivenciam o cotidiano. Assim, os Mercados Urbanos de Vitória da Conquista, como lugares de memória, tornam-se espaços de rugosidade, permanências e rupturas na configuração socioespacial da cidade, onde as memórias podem ser reconstruídas e, paradoxalmente, preservadas. De acordo com Nora (1993), os lugares de memória estão invariavelmente vinculados a três dimensões, sendo elas material, funcional ou simbólica e estas coexistem simultaneamente. Sobre essa discussão o autor enfatiza que,

Mesmo um lugar de aparência puramente material, como um depósito de arquivos, só é lugar de memória se a imaginação o investe de uma aura simbólica. Mesmo um lugar puramente funcional, como um manual de aula, um testamento, uma associação de antigos combatentes, só entra na categoria se for objeto de um ritual. Mesmo um minuto de silêncio, que parece o exemplo extremo de uma significação simbólica, é ao mesmo tempo o recorte material de uma unidade temporal e serve, periodicamente, para uma chamada concentrada da lembrança. Os três aspectos coexistem sempre. Trata-se de um lugar de memória tão abstrato quanto a noção de geração? É material por seu conteúdo demográfico; funcional por hipótese, pois garante, ao mesmo tempo, a cristalização da lembrança e sua transmissão; mas simbólica por definição visto que caracteriza por um acontecimento ou uma experiência, vividos por um pequeno número uma maioria que deles não participou (NORA, 1993, p. 15-16).

Convém observar que as dimensões materiais, funcionais e simbólicas são elementos constituintes dos Mercados em discussão, e, nesse sentido, podem assumir o *status* de lugares de memória na cidade para os sujeitos sociais que estabelecem vínculos de afetividade e pertencimento com eles. Nora compreende, ainda que

[...] a memória é vida, sempre carregada por grupos em permanente evolução, aberta à dialética lembrança/esquecimento. Dessa forma, revisitar

as representações sociais e memória dos sujeitos sociais considerando o embate entre a lembrança e o esquecimento, possibilita a compreensão da memória que é sempre complexa e inacabada (NORA, 1993, p. 3).

O autor aborda a memória como “[...] um fenômeno sempre atual, um elo vivido no eterno presente” (NORA, 1993, p. 3). A ênfase maior dos lugares de memória para Nora (1993) é que estes têm o papel de estabelecer laços de continuidade entre o passado e o presente, que equivalem à necessidade de preservar as tradições, os costumes que compõem a identidade social dos grupos nos lugares, posto que, segundo Mendes (2009), sem esse esforço de preservação, a vida estancaria num eterno presente. Essa articulação entre memória e Geografia na reflexão sobre os lugares permite ler a geograficidade que emana das relações sociais na cidade. Como compreende Silva

[...] a memória é um conceito chave na atualidade, pois possui também a faculdade de propiciar confluências multidisciplinares, além de ser constitutiva de identidades pessoais e coletivas. É essencial que o seu peso seja devidamente considerado nos estudos geográficos, principalmente quando dizem respeito aos lugares carregados de memória, apropriadamente patrimonializados pelo valor simbólico que representam (SILVA, 2015, p. 36).

A autora destaca a relevância da memória social para pensar o espaço na perspectiva do lugar, pois sublinha a patrimonialidade e os traços identitários que são peculiares a essa dimensão da vida. Para ela, “[...] o patrimônio vazio de significado identitário transforma-se em lugar fantasmagórico, instituído por uma sociedade condenada ao esquecimento, que precisa cultivar símbolos nostálgicos de um passado morto pelo desaparecimento dos meios de memória” (SILVA, 2015, p. 36-37).

No entanto, diferente é a realidade dos Mercados Urbanos em Vitória da Conquista, que podem ser considerados como patrimônios não institucionalizados da cidade preenchidos de significados identitários, pois o seu cotidiano é marcado por saberes, valores, ritos e diversas formas de práticas sociais e culturais que se articulam em toda sua multiplicidade de significados. Assim, os Mercados como lugares de memória são eivados de significações humanas, simbologias e representações sociais.

Tais concepções teóricas permitem conhecer a história dos Mercados, que podem ser considerados lugares de memória. Quem dos sujeitos sociais que vivencia/vivenciou os Mercados em Vitória da Conquista não tem uma história para narrar? Quem não tem, ainda que seja numa fagulha de lembrança, a sensação dos cheiros das ervas e raízes, dos peixes e carnes do Mercado Municipal do Bairro Brasil e do Mercado? Quem pode não

se lembrar do colorido das bonequinhos de pano do Mercado de Artesanato, das lembranças e dos bordados? Os sabores dos pastéis, do caldo de cana, dos biscoitos chimangos, todos vendidos nos espaços dos Mercados, evocam cenas da infância, dos desejos de ter uma boneca de pano, um pião e um bodoque, assim os lugares vão se configurando em lugares de memória onde a vida se realiza. A Figuras 5 apresenta um box que vende produtos diversificados no Mercadão que são expressivos na realidade cotidiana do mercado e nas narrativas dos sujeitos da pesquisa.

Figura 5- Boxes de biscoitos típicos no Mercadão de Vitória da Conquista.



Fonte: Pesquisa de campo, 2017.

Quando convidado a refletir sobre o que mais gosta de fazer nos mercados da cidade, um consumidor relata: “Gosto de bater papo com os comerciantes do Mercadão, que são pessoas simples, gente boa. Também gosto do pastel frito na hora que vende lá⁵” (Figura 6). A voz desse sujeito social permite compreender, por meio do seu olhar, as representações sociais sobre sua vivência no Mercadão, lugar de memória e significado.

⁵ Entrevista concedida em agosto de 2017, pelo senhor consumidor do Mercadão A.A.T, 48 anos.

Figura 6 - Box de vendas de pastéis fritos na hora no Mercado Vitória da Conquista.



Fonte: Pesquisa de campo, 2017.

É por meio das representações sociais que se desenvolve a concretude das relações dos sujeitos sociais, pois o lugar é a dimensão do espaço vivido e experienciado cotidianamente por eles. Com o desenvolvimento dos estudos da corrente humanística a partir da década de 1970 as discussões sobre o espaço, inspiradas na Fenomenologia, encontraram voz na Ciência Geográfica, e o lugar foi elevado à posição de categoria central para a compreensão dos sentimentos espaciais, por meio da experiência vivida (SILVA, 2015). Desse modo, “[...] o lugar é então, na corrente humanista, uma categoria central geradora de significados geográficos em constante relação com o espaço (SILVA, 2015, p.34)”.

Silva (2015) destaca que o interesse pelo lugar nos estudos da Geografia é fortemente despertado nos autores humanísticos. Estes autores concebem o lugar como “[...] uma experiência vivida no espaço, considerando os fatores subjetivos do indivíduo, vivenciados a partir de uma base material objetiva e da relação com outros sujeitos. Propõem uma visão intersubjetiva como o diálogo entre indivíduo e o mundo vivido” (SILVA, 2015, p. 34).

A categoria lugar permite refletir sobre a materialidade e imaterialidade das relações sociais no processo constante e ininterrupto da produção e organização do espaço geográfico. Carlos (1996, p. 20) conceitua lugar como “[...] o mundo do vivido, é onde, se formulam os problemas da produção no sentido amplo, isto é, o modo onde é produzida a existência social dos seres humanos”. O lugar surge como um desafio à análise geográfica do mundo moderno, exigindo do pesquisador um esforço analítico que tente

abordá-lo em sua multiplicidade de formas e conteúdos em sua dinâmica histórica (CARLOS, 1996).

Cavalcanti (1998) compreende que as noções de espaço e lugar surgem como conceitos fundamentais na Geografia. O lugar configura-se no espaço onde o indivíduo se encontra ambientado, no qual está integrado, pode-se inferir que o lugar não é qualquer localidade, mas aquela que tem significância afetiva para um grupo social ou um sujeito (CAVALCANTI, 1998). A autora evidencia as relações de pertencimento que se tornam condição para que um determinado espaço se transforme num lugar preenchido com relações plurais para os sujeitos sociais que o vivenciam.

Segundo Moreira (2007), no lugar, cada objeto ou coisa tem uma história que, de alguma forma se confunde com a história dos seus habitantes, assim compreendidos justamente por não terem com a ambiência uma relação de estrangeiros. Os momentos da história de vida do homem estão contados e datados na trajetória ocorrida de cada coisa e objeto, homens e objetos se identificando reciprocamente no lugar.

Para Carlos (1996), o lugar e a existência humana não podem ser analisados de forma dicotomizada, uma vez que este é entendido como produto e condição das relações humanas, posto que é no cotidiano que a produção do espaço ocorre mediada por uma ampla gama de significados e sentidos. Na sua análise sobre a relação local/global, a autora pontua que o lugar é o espaço mais próximo à existência do homem, onde o cotidiano se estabelece e a sociedade cria a sua história. Contrapõe-se ao global, todavia é influenciado e influencia o global na medida em que a dinâmica externa interfere no dinamismo interno no lugar.

Na construção do Pensamento Geográfico Santos, enfatizou em seus estudos a epistemologia, e, a definição de espaço geográfico. As análises do autor priorizam as relações entre ações e objetos realizadas no espaço social. Tais compreensões teóricas possibilitam uma leitura social do espaço, entendido como espaço vivido, onde se manifestam horizontalidades, conflitos e múltiplos significados para os sujeitos sociais. As considerações do autor permitem pensar a categoria lugar no âmbito das relações sociais, uma vez que estas “[...] se criam, se recriam e renovam, a cada movimento da sociedade” (SANTOS, 2008, p. 25). Para ele, cada lugar é de certa maneira o mundo, pleno de significados, contradições, memórias e representações sociais. Santos pondera que é no lugar que as relações sociais são compartilhadas em seu cotidiano pois,

No lugar – um cotidiano compartilhado entre as mais diversas pessoas...[...] são a base da vida em comum...[...] O lugar é o quadro de uma referência pragmática ao mundo, do qual lhe vêm solicitações e ordens precisas de ações condicionadas, mas é também o teatro insubstituível das paixões humanas, responsáveis, por meio da ação comunicativa, pelas mais diversas manifestações da espontaneidade e da criatividade (SANTOS, 2008, p. 322).

Santos afirma que o lugar é também a base material de reprodução da vida, mesmo que algumas relações sejam conflituosas dada a complexidade inerente a vida em sociedade. Os sujeitos que compartilham o cotidiano dos Mercados manifestam suas memórias e representações sociais. Santos compreende que no espaço social os sujeitos são submetidos “[...] a uma convivência longa e repetitiva com os mesmos objetos, os mesmos trajetos, as mesmas imagens, de cuja construção participava: uma familiaridade que era fruto de uma história própria, da sociedade local e do lugar, onde cada indivíduo era ativo” (SANTOS, 2008, p. 327), e, dessa maneira, o espaço social vai se reproduzindo e se traduzindo em diferentes nuances do espaço urbano na cidade.

Na análise de Carlos (1996), os lugares na cidade adquirem contornos especiais, que podem representar e constituir-se como lugares de memória que passam a existir na memória social da cidade e compor as representações dos diversos sujeitos sociais, posto que,

O lugar concretiza as relações, e nesse patamar, se vislumbram as articulações contraditórias entre tempos diferenciados. O uso liga-se à idéia de identidade, que se constrói, no lugar, através das relações que permitem o desenrolar da vida cotidiana. A idéia do uso ganha significação especial, posto que produz a identidade do cidadão com o lugar e, com isso, permite a realização das relações sociais que se materializam enquanto tal como relação espacial, e portanto liga-se a produção da memória que se constitui como produto de um processo anterior de identificação, uma identidade que se refere ao lugar de ação – do uso, que permeia a vida e faz com que ela se realize (CARLOS, 1996, p. 172).

As reflexões de Carlos demarcam o lugar como espaço de produção da vida cotidiana, pois nele é possível pensar a articulação do local com os espaços urbanos que se manifestam como horizontalidades de experiências dos sujeitos. O lugar, sob o prisma do espaço vivido é marcado por relações heterogêneas, influenciado, também, pela conflitualidade que é inerente às relações humanas.

Massey (2008, p. 25) considera que o lugar “[...] é a esfera do cotidiano, de práticas reais e valorizadas, a fonte geográfica de significados, vital como ponto de apoio, enquanto o global tece suas teias, cada vez mais poderosos e alienantes” (MASSEY, 2008, p. 25). As ponderações da autora corroboram a compreensão de que a produção do espaço urbano

acontece por meio das relações sociais no lugar. É por isso que, segundo a autora, o lugar é concebido como “[...] esfera da possibilidade da existência da multiplicidade, no sentido da pluralidade contemporânea, como a esfera na qual distintas trajetórias coexistem; como a esfera da heterogeneidade. Multiplicidade e espaço são co-constitutivos” (MASSEY, 2008, p. 29). Os Mercados Urbanos configuram-se como lugares de memória que coexistem na multiplicidade de significados e pluralidades sociais, no lugar encontram-se as dimensões sociais e suas particularidades.

Pensar o espaço na perspectiva do lugar é, para Moreira (2007), uma alternativa para a compreensão da produção socioespacial, pois segundo o autor, “[...] ocupar um lugar no espaço tornou-se, assim, o termo forte na nova espacialidade” (MOREIRA, 2007, p. 60). Isso porque, a relação do sujeito com o espaço geográfico se materializa no lugar, *locus* imediato de realização da vida, e, nesse sentido, é possível afirmar que no lugar aflora a confluência entre verticalidades e horizontalidades, pois “[...] cada ponto local da superfície terrestre será o resultado desse encontro entrecruzado de horizontalidade e de verticalidade. E é isso o lugar para o autor, é nele que o sentido de pertencimento e a espacialidade da relação local/global se intensifica, posto que, “[...] o lugar é hoje uma realidade determinada em sua forma e conteúdo pela rede global da nodosidade e ao mesmo tempo pela necessidade do homem de (re)fazer o sentido do espaço, ressignificando-o como relação de ambiência e de pertencimento (MOREIRA, 2007, p. 61).

Pensar os lugares de memória na cidade no contexto atual é também refletir sobre as práticas socioespaciais que se materializam nos Mercados Urbanos, uma vez que nesses espaços as relações sociais se revelam de forma emblemática e complexa. As reflexões em torno dos lugares de memória implicam em compreender que a dimensão social da memória é apontada por Santos (2008, p. 329), como um “[...] cimento indispensável à sobrevivência das sociedades, o elemento de coesão garantidor da permanência e da elaboração do futuro”.

A compreensão da cidade passa pela leitura do espaço geográfico em suas múltiplas dimensões, pois a cidade é entendida como construção social, portanto, deve ser analisada em sua realidade material e simbólica. Carlos (2007) revela que a realidade material na cidade é múltipla e ocorre por meio dos conteúdos das relações sociais que lhe dão forma e sentido.

A singularidade do olhar geográfico na produção espacial “[...] aponta claramente o fato de que não há um único modo de se pensar a cidade” (CARLOS, 2007, p. 20). É com

esse entendimento que a cidade pode ser compreendida como lugar que se reproduz como referência para os sujeitos sociais e, como lugar de construção da identidade que dará suporte aos elementos de sustentação da dimensão social da memória, nesse sentido, a leitura da cidade mostra-se como a condição do homem e do espaço urbano como construção e obra (CARLOS, 2007). Nessa mesma direção, Lefèbvre (1991) entende que é no cotidiano da cidade onde se formulam os problemas da produção social do espaço na perspectiva da existência humana, ou seja, da existência social dos seres humanos, pois é no urbano que o cotidiano da cidade se consolida. O autor destaca ainda que,

A prática espacial, que engloba produção e reprodução, lugares especificados e conjuntos espaciais próprios a cada formação social, que assegura a continuidade numa relativa coesão. Essa coesão implica, no que concerne ao espaço social e à relação de cada membro de determinada sociedade ao seu espaço, ao mesmo tempo uma competência certa e uma certa performance (LEFÈBVRE, 1991, p. 59).

Ao refletir sobre a compreensão dos lugares, Lefèbvre (1991) observa que o que neles se passa modifica as localidades, praças, ruas e mercados, tudo isso inscreve-se no espaço. Em seu entendimento o “[...] passado deixou seus traços, suas inscrições, escrita do tempo. Desse modo, o espaço é sempre, hoje como outrora, um espaço presente” (LEFÈBVRE, 1991, p. 64). Compreende-se que a memória e as representações sociais se configuram como elementos indispensáveis a leitura da produção social do espaço. Lefèbvre argumenta que “[...] cada lugar carrega sua idade e a marca, como o tronco de uma árvore, do tempo em que foi engendrado. [...] O tempo se inscreve no espaço” (LEFÈBVRE, 2000, p. 141).

É nesse sentido que para Carlos, é necessário repensar o urbano e a cidade pelo prisma das relações sociais no espaço vivido, pois isto “[...] implica em pensar o urbano enquanto reprodução da vida em todas as suas dimensões - enquanto articulação indissociável dos planos local/mundial”. Dessa maneira, “[...] a cidade permitiria pensar o plano do lugar revelando o vivido e a vida cotidiana através dos espaços-tempo da realização da vida” (CARLOS, 2007, p. 12).

Esses aspectos de associações com o lugar na cidade expõem o atrelamento com a memória e as representações sociais, uma vez que o lugar se constitui como o espaço imediato das experiências sociais, isto é, o lugar como espaço repleto de memórias. No que se refere a essa compreensão, Paula e Marandola Junior evidenciam que,

A memória ou a reinterpretação dos fatos do passado implicam experiências geográficas do nosso espaço mais imediato, o lugar.

Carregado de significados, ele incorpora diferentes escalas espaciais e relações sociais: diz respeito à casa, à rua, ao bairro, à cidade, à família e às relações de amizade (PAULA; MARANDOLA JUNIOR, 2009, p. 4).

As representações sociais são construídas pelos sujeitos nas suas práticas cotidianas. Mendes destaca que “[...] quando se pensa no termo representação, imediatamente ele é associado a outras categorias e elementos como: cultura, símbolos, mitos, crenças, valores, visão de mundo etc” (2009, p. 56). A autora evidencia o caráter extremamente dinâmico das representações, além de suas associações com outros elementos das relações sociais. Claval (1999), por sua vez, destaca que sem as representações sociais não é possível compreender o significado das coisas, nem como elas são concebidas. A leitura das representações sociais permite vislumbrar esses significados na vida dos sujeitos sociais.

Bonfim e Rocha afirmam que “[...] uma representação é construída em torno de objetos precisos, reais ou imaginários, sejam eles: ideias, teorias e acontecimentos” (2012, p. 14). Os autores pontuam ainda que:

[...] a representação social é parte do cotidiano e um produto da comunicação e da linguagem. Uma vez que se constitui uma organização de imagens e linguagem, a representação social realça e simboliza atos e situações cujo uso os torna comuns. São, portanto, modalidades particulares do conhecimento, que têm por função a elaboração de comportamentos e a comunicação entre indivíduos (BONFIM; ROCHA, 2012, p. 13-14).

O leque de análises acerca das representações sociais atribui significações peculiares à pluralidade de sentidos que afloram no lugar. Essas análises sublinham os lugares como espaços dotados de identidades múltiplas que compõem as práticas sociais cotidianas na cidade. Sobre essa questão, Carlos faz as seguintes ponderações:

São os lugares que o homem habita dentro da cidade que dizem respeito a seu cotidiano e a seu modo de vida onde se locomove, trabalha, passeia, flana, isto é pelas formas através das quais o homem se apropria e que vão ganhando o significado dado pelo uso. Trata-se de um espaço palpável — a extensão exterior, o que é exterior a nós, no meio do qual nos deslocamos. Nada também de espaços infinitos. São a rua, a praça, o bairro, - espaços do vivido, apropriados através do corpo - espaço públicos, divididos entre zonas de veículos e a calçada de pedestres dizem respeito ao passo e a um ritmo que é humano e que pode fugir aquele do tempo da técnica (CARLOS, 1996, p. 18).

É nos espaços da cidade, vivenciados pelos sujeitos todos os dias, que as representações sociais se manifestam, dando sentido e significado às formas de

produção e reprodução da vida. As representações sociais se materializam no lugar, pois segundo Jovchelovitch, “[...] este é o espaço em que elas se incubam, se cristalizam e são transmitidas” (2000, p. 40).

O espaço é produzido e, assim, vai revelando as nuances dos lugares de memória na cidade. Os Mercados como lugares de memórias estão repletos de representações sociais em seu cotidiano, pois, Jovchelovitch (2000) considera que “[...] é no encontro do espaço público dos sujeitos sociais, nas várias mediações da vida, nos espaços em que esses sujeitos se reúnem para falar e dar sentido ao cotidiano que as representações sociais são formadas” (JOVCHELOVITCH, 2000, p. 40). Como observa a autora, as representações sociais traduzem em sua estrutura interna, permanências e diversidades, isso acontece quando os sujeitos contam as suas vivências e experiências. As representações contêm em si, paradoxalmente, resistência e sementes de mudança.

As representações traduzem o espaço para os sujeitos sociais, uma vez que elas possibilitam uma interpretação da realidade social mais abrangente, pois permitem vislumbrar as experiências dos sujeitos no lugar. Pode-se inferir que a configuração de representações acerca dos lugares passa por contínuas ressignificações, contudo, existem as permanências enraizadas na cidade. De acordo com Jovchelovitch as representações sociais “[...] ativamente constroem ou, melhor ainda, ativamente reconstroem a realidade, de uma forma autônoma e criativa” (JOVCHELOVITCH, 2000, p. 41). Para além das estruturas dadas da vida social, as representações oferecem a possibilidade da novidade, da autonomia, daquilo que ainda não existe, mas que pode existir. Na compreensão da autora o espaço potencial das representações sociais

[...] é o espaço dos símbolos. Símbolos, ou o complexo material dos sentidos do sentido, pressupõem a capacidade de evocar a presença apesar da ausência, uma vez que o aspecto fundamental de todo o símbolo é que eles representam uma ou outra coisa que não está lá. [...] eles criam o objeto representado, construindo uma realidade nova a partir da realidade que já existe (JOVCHELOVITCH, 2000, p. 74).

Tais representações sociais são, de acordo com Moscovici (1978), formas de saber social que compreendem duas faces, tão interligadas como os dois lados de uma folha de papel: o lado figurativo, e o lado simbólico. Os debates que envolvem as representações sociais e a memória dos lugares é ainda pouco explorado nas pesquisas geográficas, embora se tenha aqui a convicção, tal como afirma Mendes (2009), de que tanto a memória quanto as

representações sociais, também se configuram como responsáveis pela produção socioespacial.

Os estudos da memória social trazem pressupostos à compreensão das relações sociais que dão vida e produzem o lugar, onde o sujeito se apropria dos espaços, contribuindo para sua transformação. A memória social trata da leitura do passado sob o prisma do presente, é nessa confluência de tempos subjetivados que as representações sociais sobre o lugar adquirem outros contornos. Carlos, recorrendo aos ensinamentos de Saramago aponta a seguinte ideia:

[...] a memória tem outro sentido ela é também a possibilidade do resgate do lugar, revelando-o e dando uma outra dimensão para o tempo. Ainda nas palavras de Saramago: ‘foi ontem, e é o mesmo que dizemos foi há mil anos, o tempo não é uma corda que se possa medir nó a nó, o tempo é uma superfície oblíqua e ondulante que só a memória é capaz de fazer mover e aproximar’ (CARLOS, 1996, p. 39).

Refletir sobre a multidimensionalidade do tempo para além de relações euclidianas desvela a possibilidade do encontro com o tempo distante ao enveredar pelos horizontes da memória, posto que esta rompe as fronteiras espaçotemporais ao aproximar-se, ainda que por fagulhas de lembranças, e por que não de esquecimentos, a lugares distantes no tempo passado.

Massey (2008) dá um destaque à categoria lugar na Geografia ao definir que mais do que objeto material, o lugar constitui-se como fenômeno social expresso no espaço. Os referenciais espaço temporais constituem-se num caminho fundamental para a memória, pensada na sua dimensão social. Todos esses processos se tornam mais expressivos quando inseridos nas dinâmicas das relações espaciais na cidade.

No aprofundamento teórico acerca das representações sociais, como categoria de análise, é imperativo evocar o pensamento de Moscovici, que em meados da década de 1960 inaugura essa reflexão no âmbito da psicologia social. Na concepção do autor,

As representações sociais são entidades, quase tangíveis. Elas circulam, cruzam-se e se cristalizam incessantemente através de uma fala, um gesto, um encontro, em nosso universo cotidiano. A maioria das relações sociais estabelecidas, os objetos produzidos ou consumidos, as comunicações trocadas, delas estão impregnadas (MOSCOVICI, [1961]1978, p. 41).

É imprescindível compreender, e de certa forma, questionar o antagonismo que muitas vezes as ciências estabelecem entre o mundo real e o mundo das representações. Como foi pontuado anteriormente, trata-se da necessidade de superação de falsos debates entre a dicotomia objetividade e subjetividade, uma vez que a realidade é una, e as explicativas sobre ela são estabelecidas por sujeitos sociais, permeados de história, interesses e sonhos (TEIXEIRA, 2015). Em outras palavras, seria inglório dissociar a dimensão do prático-sensível da esfera do percebido e do concebido (LEFÈVRE, 1991). Os argumentos apresentados até então evidenciam que a compreensão da cidade não pode ocorrer à revelia das representações que os sujeitos sociais nela constroem, os vínculos de pertencimento são inerentes às identidades e são marcados conflitos na imbricada relação dos sujeitos com os lugares. Ao refletir sobre as representações sociais no intercâmbio entre presente, passado e futuro, Jovchelovitch revela que:

[...] as representações sociais também fazem história a partir de interações quotidianas. Dada a capacidade de combinar significados do passado, imagens do presente e do futuro elas usam o tempo de forma que vai além do sentido ordinário do tempo (JOVCHELOVITCH, 2000, p. 149).

Nesse viés de análise a cidade é compreendida como um texto a ser lido, experienciado e vivido, trata-se do espaço que ao mesmo tempo produz e é produzido pelos sujeitos sociais e suas práticas cotidianas.

É possível compreender a cidade no movimento das representações sociais e da memória, uma vez que ela é o território real e um espaço de participação mais intenso entre os sujeitos. De acordo com Miranda e Blanch (2013, p. 63) “[...] é o espaço no qual, mais diretamente, nos vemos diante do outro e, portanto, nos deparamos com múltiplas alteridades, aqui tomadas em suas diversas acepções”. O pensamento desses autores faz refletir sobre a multiplicidade das relações interpessoais, a complexificação das identidades e materialização dos diversos elementos simbólicos que se manifestam na cidade.

Miranda e Blanch (2013) assinalam, ainda, que a cidade, com seus múltiplos elementos simbólicos, próprios da cultura, é um texto dado a ler, no movimento da construção da identidade e das relações sociais. Um olhar sobre um lugar de memória, por exemplo, em uma cidade, suscita algumas indagações que nos convidam a refletir: Por que se encontra ali? Há quanto tempo? Por que foi mantido? Há quais memórias tal lugar remete, portanto, a que sujeitos sociais encontra-se vinculado? O que encontra-se silenciado nas escolhas do lembrar e do esquecer na cidade? Essas interrogações emergem

mediante inquietações sobre as práticas cotidianas que na sua incompletude compõem amálgamas sobre o espaço urbano e, conseqüentemente, sobre as relações que se processam em espaços específicos, tais como os Mercados.

De Certeau (2002) traz uma reflexão sobre um novo olhar e interpretação do espaço e das práticas constituídas pelos grupos sociais que ao longo do tempo imprimem transformações que ressignificam os lugares de memória, são os usos e contra-usos desses espaços que vão alterar as suas configurações, e ganhar novos contornos materiais, funcionais e simbólicos.

Na leitura sobre a cidade, Bosi (2003) considera a sua intrínseca relação com a história de vida dos sujeitos, uma vez que essa análise é uma possibilidade de interpretação desses trajetos que são nossos percursos, destino e trajetória da alma. Abreu compreende a cidade como referência espacial da memória. Para ele, “[...] é uma das aderências que ligam indivíduos, famílias e grupos sociais entre si, uma dessas resistências que não permitem que suas memórias fiquem perdidas no tempo, que lhes dão ancoragem no espaço” (ABREU, 1998, p. 28).

Nesse cenário, emerge a necessidade de aguçar o olhar sobre a memória social para compreender como se processam as identidades múltiplas da cidade, sobretudo, dos sujeitos sociais que fazem parte do processo de produção do espaço urbano. Vivenciamos um longo período em que só se cultuava o que era novo, período que produziu uma agressão constante e sistemática “[...] às heranças vindas de tempos antigos, eis que atualmente o cotidiano urbano brasileiro vê-se invadido por discursos e projetos que pregam a restauração, a preservação ou a revalorização dos mais diversos vestígios do passado” (ABREU, 1998, p. 19).

Souza e Angelo (2008) trazem reflexões acerca das relações que constroem e modificam a cidade, sempre considerando as singularidades impostas pelo contexto histórico e espacial. Os autores em questão afirmam que:

[...] ao pensar uma cidade determinando o espaço e tempo de uma única geração, pode-se inferir que as características daquele ambiente são definidas pelas pessoas que nele habitaram: cada um constrói parte desse espaço à sua maneira, cada lote, casa comercial ou residência diz respeito a seus respectivos usuários (SOUZA; ANGELO, 2008, p. 161).

Os sujeitos sociais constroem suas imagens da cidade de acordo com a percepção dos sabores, cheiros, vozes, gestos, gritos e visões que possuem dela. Experimentar a dinâmica do espaço urbano se constitui como um movimento que parte do interior do sujeito

social para a construção de suas representações sobre esse espaço, trata-se de desvendar as singularidades ocultas pelo olhar apressado que o cotidiano urbano impõe aos sujeitos sociais. A paisagem urbana denota as peculiaridades que as percepções dos sujeitos delinham no ir e vir das relações sociais na cidade. Souza e Angelo compreendem que

Para o usuário, o conceito de imagem da cidade adquire contornos mais subjetivos, uma vez que depende da forma como se relaciona com o espaço: a imagem que um usuário tem de sua própria cidade se constrói embasada em sua forma arquitetônica e nas fotografias, desenhos, pinturas e filmes que ele já viu deste e de outros espaços (SOUZA; ANGELO, 2008, p. 164).

As representações sociais acerca do contexto urbano são percebidas e construídas pelo sujeito social da cidade, posto que a “[...] maneira como ele a experimenta e vivencia é única, já que está relacionada com seu local de vivência, onde trabalha, com os caminhos que percorre e onde decide ir nos dias de lazer” (SOUZA; ANGELO, 2008, p. 168). Com essa compreensão, emerge a diversidade do olhar espacial, em que a imagem da cidade leva marca singular de cada sujeito, nela são impressas suas representações e subjetividades. Os autores em questão assinalam que,

[...] apesar de compostas pelos mesmos elementos, cada um construiu sua imagem de maneira diferente, seja no ponto de vista, na leveza ou dureza do traço e até mesmo na maneira em que cada autor se colocou em relação àquilo que escolheram pintar (SOUZA; ANGELO, 2008, p. 168-169).

Ainda na discussão sobre as cidades, Lynch (1997, p. 1) afirma: “[...] cada cidadão têm vastas associações com alguma parte de sua cidade, e a imagem de cada um está impregnada de lembranças e significados”. O espaço urbano é repleto de significações e memórias que repercutem na realidade vivenciada pelos sujeitos sociais que direta ou indiretamente participam desse processo. Os simbolismos presentes nos eventos cotidianos evidenciam as especificidades de cada lugar, tornando-o único no mundo. Miranda e Siman (2013) trazem na discussão da cidade, a materialidade da esfera do espaço vivido, pois,

A cidade ancora a vida de cada um no tempo presente e sua multiplicidade de percepções simultâneas, ademais cidades trazem em si, em cada realidade singular marcas de experiências passadas, em diversas camadas de tempo que se atravessam. [...] A cidade fornece-nos um suporte espacial para a memória das paisagens e dos lugares onde a vida se realiza (MIRANDA; SIMAN, 2013, p. 16).

A cidade se manifesta como espaço das relações sociais, permeada de sentidos e significados que se constroem na dimensão espaço-temporal. A complexidade das relações entre espaço, lugar e a memória social se materializa no espaço. De fato, as discussões sobre esses referenciais constituem-se numa instigante possibilidade de pesquisa, dando alicerce e direcionamento ao presente estudo.

2.2 Conexões teóricas da memória social

Os lugares são histórias fragmentárias e isoladas em si, dos passados roubados à legibilidade por outro, tempos empilhados que podem se desdobrar mas que estão ali antes como histórias à espera e permanecem no estado de quebra-cabeças, enigmas, enfim, simbolizações enquistadas na dor ou no prazer do corpo.

Michel de Certeau

A memória social se constitui como possibilidade de interpretação das histórias dos lugares, posto que, a análise das lembranças, vozes, ideias, palavras, esquecimentos e silêncios dos sujeitos sociais que vivenciam os Mercados Urbanos de Vitória da Conquista configuram-se como matéria prima para refletir sobre o imbrincamento existente entre a memória e as relações sociais nas reconfigurações dos lugares no processo de produção socioespacial.

A memória social permite a análise do processo de (re)produção do espaço geográfico, considerando o olhar dos sujeitos sociais que o vivenciam no ir e vir das relações cotidianas. As recordações das vivências dos sujeitos tornam o lugar pleno de sentidos e representações sociais que marcam a memória do grupo social que o vivenciou/vivencia.

No que tange ao conceito de memória, destaca-se a sua pluralidade de sentidos e usos, uma vez que a memória social envolve uma multiplicidade de significados e denomina diferentes formas da experiência humana em sociedade. Segundo Gondar (2005), a memória “[...] não nos conduz a reconstituir o passado, mas sim a reconstruí-lo com base nas questões que nos fazemos, que fazemos a ele, questões que dizem mais de nós mesmos, de nossa perspectiva presente, que do frescor dos acontecimentos passados” (GONDAR, 2005, p. 18). Tal concepção reitera os tempos plurais da memória social, pois longe de ser algo preso e estanque no passado, ela consiste numa intensa simbiose entre o passado, o presente e o futuro.

Sublinha-se a adoção do conceito de memória social como categoria essencial na

presente análise, destacando também que nenhuma disciplina em particular detém o domínio sobre as reflexões da memória social, pois, tal conceito produz-se na interseção de diferentes saberes e práticas (GONDAR, 2016).

Analisar as relações sociais que dão vida aos Mercados Urbanos pelo prisma da memória social torna-se um desafio, visto que a memória é considerada como elemento do processo de produção do espaço geográfico. O olhar acurado dos geógrafos deve “[...] ter a consciência de que uma história de vida que nós escutamos não é feita para ser arquivada ou guardada em uma gaveta como coisa, existe para transformar a cidade onde ela floresceu” (BOSI, 2003, p. 4). Portanto, considera-se que a análise dos Mercados Urbanos como lugares de memória na produção socioespacial acontece pelas relações dialéticas complexas que ocorrem no entrelaçamento do vivido, percebido e concebido.

Ao considerar essas dimensões da produção do espaço, a interpretação das memórias dos grupos sociais que se relacionam com o lugar revela-se como estratégia e possibilidade para compreensão do processo de transformação social do espaço na cidade.

Os estudos referentes à memória restringiram-se, por muito tempo, apenas a sua natureza psíquica e biológica, fazendo com que sua análise ocorresse somente no plano individual, descontextualizada dos processos de natureza social e histórica (TEIXEIRA, 2017). A partir do final do século XX e início deste século é que se introduz as ideias referentes aos atributos sociais da memória. Sublinha-se as contribuições e o pioneirismo de Maurice Halbwachs (1950), sobre a dimensão social da memória e o elo estabelecido entre seus aspectos individuais e coletivos. Foi Halbwachs que, em 1925, cunhou a expressão memória coletiva, que posteriormente foi sendo reconfigurada para memória social por aqueles que o sucederam.

Inicialmente o autor evidencia que a esfera social está inscrita na memória individual, e vice versa, assim como a memória está no cerne da sociedade. Halbwachs entende que, a memória está inserida em uma dimensão social, pois a lembrança é uma reconstrução coletiva do passado, sempre atualizada pelas significações do presente no qual se referencia em contextos espaço temporais específicos.

Num sentido complementar ao pensamento de Halbwachs, Sá (2007) compreende que trata-se da teoria de que a memória social não é uma reprodução das experiências passadas, e sim uma construção que parte daquelas, por certo, mas em função da realidade presente e com o apoio de recursos proporcionados pela sociedade e pela cultura (SÁ, 2007).

Moscovici (1978), por sua vez, enfatiza que no conhecimento social, o passado

frequentemente prevalece sobre o presente e a memória sobre a dedução. Observa-se a “[...] ocorrência de memórias no pensamento do tipo ‘representações sociais’, através da ancoragem de experiências novas em conhecimentos preexistentes” (SÁ, 2007, p. 2).

Sobre memória social, Sá (2007) argumenta que esta se diferencia marcadamente das demais, tanto em termos de sua reconfiguração quanto de sua resistência a transformações em função de mudanças sociais. Torna-se relevante analisar como o sujeito participa tanto da memória social, quanto da memória individual. Sobre essa questão, Halbwachs (1990) enfatiza,

[...] Haveria então memórias individuais e, se o quisermos, memória. Em outros termos, o indivíduo participaria de duas espécies de memórias. Mas conforme participe de uma ou de outra, adotaria duas atitudes diferentes, ou mesmo contrárias (HALBWACHS, 1990, p. 53).

É nesse transitar entre o individual e o coletivo que o *constructo* social da memória se revela, e, toda construção teórica conceitual sobre ela só foi possível por meio “[...] da afirmação mais efetiva das ciências sociais na primeira metade do século XX em novos espaços como as revistas interdisciplinares” (BARROS, 2009, p. 41). Ao ponderar sobre as reflexões mais recentes acerca de a memória individual Barros destaca:

Mas a pedra de toque das pesquisas e reflexões mais recentes sobre a Memória Individual, um tanto paradoxalmente, foi a compreensão de que, mesmo essa Memória Individual sempre envolve importantes dimensões coletivas. Se a memória envolve um comportamento narrativo, e a “narratividade” é necessariamente um processo mediado pela Linguagem – esta que em última instância é produto da Sociedade – tem-se aqui maior clareza de como a dimensão coletiva também interfere na Memória individual (BARROS, 2009, p. 41).

A memória individual só faz sentido por estar inserida em dimensões sociais. Há que se considerar que a memória individual requer como suportes palavras e ideias, embora seja inegavelmente social, são os sujeitos que em última instância realizam o ato de recordar as lembranças vividas em determinado espaço e tempo social. Isso porque, para Barros (2009), mesmo o sujeito social que se compromete em reconstruir suas memórias, “[...] irá inevitavelmente recorrer às lembranças de outros” (BARROS, 2009, p. 44).

Nora declara que a “[...] memória é vida transportada por sujeitos sociais, e que está em processo de evolução, aberta a dialética da lembrança e do esquecimento, e se contrapondo a memória, a história é a reconstrução complexa e problemática do que está no

passado” (NORA, 1993). Candau (2014) afirma que a memória é uma reconstrução continuamente atualizada do passado, para ele, a memória e a identidade estão intrinsecamente ligadas. Considerando a intersecção entre presente, passado e futuro, Halbwachs pondera que,

Se o que vemos hoje tivesse que tomar lugar dentro do quadro de nossas lembranças antigas, inversamente essas lembranças se adaptariam ao conjunto de nossas percepções atuais. Tudo se passa como se confrontássemos vários depoimentos. É porque concordam no essencial, apesar de algumas divergências, que podemos reconstruir um conjunto de lembranças de modo a reconhecê-lo (HALBWACHS, 1990, p. 25).

Compreende-se que a memória social busca ancoragem em elementos do passado para a leitura da realidade, com o olhar do presente. Esses elementos são encontrados tanto na memória individual quanto na memória coletiva dos sujeitos sociais que em determinado contexto espaço temporal constituíram um grupo social. Já afirmamos, em estudo anterior que as confrontações dos depoimentos reconstróem o passado coletivo e possibilitam o reconhecimento de determinados significados (TEIXEIRA, 2015). Mendes, por sua vez, destaca que “[...] a memória social está, também, incontestavelmente atrelada ao processo de configuração de representações, e estas, inevitavelmente, se articulam intensamente com o território, o lugar” (MENDES, 2009, p. 55). Tanto a memória quanto as representações são fenômenos sociais que integram processos ininterruptos, uma vez que estão sempre em curso, produzindo sentidos e espacialidades diversas. Desse modo, a autora enfatiza ainda que,

Importa, portanto, o modo como pensamos o espaço e o entendemos, considerando a impossibilidade de compreender a sua produção sem levar em conta a memória e as representações sociais também como instituintes desse processo (MENDES, 2009, p. 44).

A produção social do espaço deve considerar que a memória e as representações sociais são elementos constituintes desse processo. Segundo as proposições de Benedicts (2016, p. 66): “[...] É nesse espaço que a estrutura social é criada e repensada através da interação dos sujeitos e da construção dos significados sociais”. Desse modo, a autora considera que a memória social,

[...] carregada de subjetividades é o lugar de vivências e experiências de homens e mulheres, que são, no tempo e no espaço, construídas e reconstruídas por seus sujeitos e pelos grupos aos quais fazem parte. Nesse sentido, essas memórias são individuais e coletivas e se materializam no espaço ao qual o grupo faz parte. Esse espaço é o lugar, a esfera social onde

os sujeitos vivem e trabalham num ambiente para além do físico, é o espaço das lutas, das diferenças, das interações, dos grupos e das relações sociais (BENEDICTIS, 2016, p. 66).

Os Mercados Urbanos como espaços sociais são marcados pelas significações mencionadas por Benedictis. Os sujeitos sociais que vivenciam o cotidiano dos Mercados o reconhecem como lugares plenos de sentidos marcados pela heterogeneidade que é própria das relações humanas em sociedade.

As reflexões de Barros (2009) sobre a memória social e o lugar evidenciam que onde a vida humana em sociedade existe, a memória se consolida, produzindo lugares de memória e vivências. O autor observa ainda que, as reuniões familiares, por exemplo, constituem-se como experiências que “[...] organizam sua memória através de recursos os mais diversos como as genealogias e os álbuns de fotografias, até as grandes Nações que erguem museus e arquivos para dar visibilidade à sua própria identidade” (BARROS, 2009, p. 44).

As concepções de Mendes acerca da dimensão social da memória oferecem pistas para a compreensão dessa categoria como expressão fiel da identidade de um grupo social. Sobre esse aspecto, a autora afirma que a memória social tem: “[...] o poder de identificar o grupo, conferir-lhe uma identidade peculiar, proporcionar sentido ao seu passado, dar coerência ao seu presente e definir as suas aspirações futuras” (MENDES, 2009, p. 53). Esse aspecto evidencia a indissociabilidade da memória em relação aos processos identitários dos grupos sociais.

Abreu (2016) ressalta que é possível vislumbrar algumas reflexões sobre identidade e relações de pertencimento, sob o tecido fino da memória social. Ao considerar a relação imbricada da memória e das representações sociais que envolvem o lugar, a autora sublinha que “[...] a memória só é possível porque é produzida numa relação afetiva, em que os indivíduos se afetam mutuamente” (ABREU, 2016, p. 43). A memória social deve ser compreendida em sua força criativa, já que ela não se configura como uma reprodução do passado, pelo contrário, apresenta-se como uma releitura qualificada do passado, segundo a perspectiva do presente dinamizada numa relação de alteridade. Tal perspectiva possibilita entender que “[...] só há memória quando existe a relação com o diferente, ou seja, com aquele que faz estranhar, relativizar, tomar distância, ver de outro modo” (ABREU, 2016, p. 43). A análise é que “[...] na relação do eu com um outro diferente de si que qualquer vínculo social é construído, dessa forma torna-se possível compreender o caráter da dimensão social da memória” (ABREU, 2016, p. 45).

A memória e as representações sociais se revelam no encontro da objetividade e subjetividade dos sujeitos sociais que produzem o espaço no cotidiano. Mendes e Almeida sublinham que “[...] a discussão da identidade remete, portanto, inevitavelmente, à compreensão da alteridade e às relações de pertencimento e não pertencimento que se atrelam ao território” (MENDES; ALMEIDA, 2008, p. 26). Na compreensão das autoras, os laços identitários dos sujeitos se consolidam na relação com o lugar, uma vez que

[...] vivência e experiência produzem um sentido do lugar. Partindo desta compreensão é inevitável a conclusão de 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** (MENDES; ALMEIDA, 2008, p. 35, grifo nosso).

As relações que se estabelecem entre os sujeitos sociais e o lugar se manifestam no entreposto das singularidades e dos elos identitários, no processo da construção de identidades múltiplas. Abreu, ao recorrer aos estudos antropológicos para pensar o conceito de identidade, aponta que este “[...] pressupõe sempre o olhar sobre o outro, entendendo que só é possível compreendê-lo se nos abirmos para a visão que o outro tem de si mesmo, ou seja, se exercitarmos a atitude de ouvir e perceber os outros modos de existência diferentes dos nossos” (2016, p. 43).

Massey (2008) propõe que não existem identidades coesas com o lugar, mas sim identidades múltiplas. A análise do espaço geográfico na perspectiva da memória social pressupõe toda a multiplicidade de elementos que interagem e se contrapõem num *continuum* de relações, conflitos, representações, identidades e significados que compõe o processo de produção socioespacial. A constatação das multiplicidades possibilita estar atento para a necessária compreensão do espaço como uma produção aberta e permanentemente inacabada (MASSEY, 2008). A autora reitera o caráter dinâmico das relações socioespaciais na compreensão da multiplicidade dos processos identitários.

Pensar a leitura do espaço, considerando o viés da memória social, conduz a relacioná-lo a uma experiência direta com o lugar. Todavia, considera-se, também, a possibilidade de experiências indiretas que permitem a inserção da subjetividade na relação com o lugar, com o espaço vivido, notadamente marcado pelas pluralidades das memórias dos sujeitos sociais, todavia a memória social não existe como “[...] única, unívoca, e guiada por um só caminho” (ABREU, 2016, p. 45). Ao tecer essas considerações a autora afirma:

“[...] o que existem são memórias sociais, plurais, não apenas como diferentes conteúdos de lembranças, mas também como diferentes formas de lembrar” (ABREU, 2016, p. 45).

A pretensão analítica é reconstruir as representações sociais dos sujeitos na sua relação com os lugares de memória. Bosi (2003) destaca a importância de buscar nos depoimentos dos sujeitos sociais o amálgama que ligará a confluência de temporalidades distintas que culminam na configuração atual do espaço da cidade. A autora sinaliza que,

Quando as vozes das testemunhas se dispersam, se apagam, nós ficamos sem guia para percorrer os caminhos da nossa história mais recente: quem nos conduzirá em suas bifurcações e atalhos? Fica-nos a história oficial: em vez da envolvente trama tecida à nossa frente, só nos resta virar a página de um livro, unívoco testemunho do passado (BOSI, 2003, p. 200).

A leitura dos lugares de memória na cidade resulta da confluência entre o olhar, vozes e representações sobre o espaço urbano e as práticas cotidianas dos sujeitos que fazem parte desse universo. Pensar os Mercados Urbanos como lugares de memória, e ao mesmo tempo revisitar a história configura-se num desafio de leitura por meio do descortinamento da realidade, pois mais do que ver, olhar a cidade exige interpretá-la e compreendê-la em suas nuances distintas. Santos, ao vislumbrar o espaço geográfico considerando a memória dos sujeitos enfatiza que,

A memória olha para o passado. A nova consciência olha para o futuro. O espaço é um dado fundamental nessa descoberta. Ele é teatro dessa novação por ser, ao mesmo tempo, futuro imediato e passado imediato, um presente ao mesmo tempo concluído e inconcluso, num processo sempre renovado (SANTOS, 2008, p. 330).

Os sujeitos sociais que se relacionam com os Mercados Urbanos têm o sentimento de pertencer às tradições, usos e costumes que são peculiares da forma de experienciar a vida que anima esse lugar. Refletir sobre a cidade na perspectiva da memória social permite pensar a dimensão do lugar que revela o vivido e a vida cotidiana por meio dos espaços-tempo de sua realização (CARLOS, 2007).

Os estudos da memória social oferecem um alicerce teórico metodológico instigante para a compreensão das relações sociais que se processam nos Mercados Urbanos, pois a leitura da realidade dos Mercados em toda sua complexidade social requer procedimentos transdisciplinares. Sobre essa questão Gondar pondera que “[...] quando o real passa a ser encarado como algo complexo e múltiplo, os procedimentos transdisciplinares são requeridos,

admitindo-se então que nenhuma disciplina isolada é capaz de responder a essa complexidade” (GONDAR, 2016, p. 22). É imprescindível, nesse contexto, analisar os Mercados Urbanos contemplando as temporalidades vivenciadas em sua dimensão espacial.

2.3 A dimensão espaço tempo na análise geográfica

[...] nossa memória não se confunde com a dos outros. Ela está muito estreitamente limitada no espaço e no tempo.

Maurice Halbwachs

O espaço geográfico é produzido na dimensão espaço temporal e sua análise deve considerar o tempo apropriado pelos sujeitos sociais, apreciando a forma como vivem e as relações que existem entre eles. Essa compreensão foi imprescindível na condução da pesquisa acerca dos Mercados Urbanos em Vitória da Conquista. A relação espaço tempo torna-se fundamental nas discussões geográficas e, sobretudo, na leitura das relações sociais que são construídas nos lugares de memória, pois como afirma Halbwachs nossa memória é imbricada na relação espaço tempo.

Em se tratando da cidade, a relação entre lugar e memória revela-se como desafio, pois é por meio das dinâmicas sociais construídas no espaço que as histórias dos mercados na cidade vão se revelando, ganhando significados, sentidos, formas e funções. Compete a Geografia um olhar atento às memórias inscritas no espaço e no tempo, observando seus contextos históricos, rastros e vestígios que os sujeitos sociais vivenciaram/vivenciam nos Mercados Urbanos de Vitória da Conquista. Sobre o espaço, Pesavento pondera que esta dimensão,

[...] que se oferece ao olhar no contexto urbano, tem marcada sobre si a passagem do tempo, uma vez que se trata de buscar, na cidade, a sua História e Memória. E, neste ponto, o historiador precisa ter filigranas no olhar para ver, neste espaço transformado, destruído, desgastado, renovado pelo tempo, a cidade do passado (PESAVENTO, 2004, p. 25).

A compreensão dos processos de produção espacial implica na leitura dos diferentes contextos históricos, que culminaram na atual conjuntura espacial na cidade do presente e do passado. O espaço geográfico se configura, então, como resultado da acumulação de tempos e é marcado pelas significações humanas, projetadas no lugar. O geógrafo que pode dispor de um amplo instrumental de análise para essa compreensão, é, também, privilegiado por sua

formação ampla, que lhe oferece suporte para compreender, explicar e transformar a realidade que é repleta de contradições e subjetividades (re)criadas pelas dinâmicas sociais.

Abreu (2016) entende que os estudos da memória social permitem a interpretação das relações indissociáveis que existem entre espaço, tempo e vida, posto que nesse movimento dialético se manifesta a reprodução social da vida. Ela considera que é “[...] nesse movimento de recuperação da memória, apropria-se novamente da dimensão da passagem do tempo por onde transcorre sua própria vida” (ABREU, 2016, p. 41). A autora afirma a manifestação da memória em todo o tempo “[...] indicando os passos a serem seguidos, as regras e tradições que não podem ser quebradas (ABREU, 2016, p. 42).

A leitura do cotidiano dos Mercados Urbanos e das relações que se estabelecem com os sujeitos sociais é fértil para a análise geográfica. Nos mercados é possível vislumbrar como as tradições, os costumes e o saber fazer se manifestam nas práticas sociais que transformam e produzem o espaço. É costume de alguns sujeitos sociais que moram na cidade e no campo, ir ao Mercado Municipal do Bairro Brasil e ao Mercado, como é conhecido pela população, para fazerem as feiras, pois estes consideram tais lugares como referências para suas vidas. Para os sujeitos sociais que mantém tais relações com esses mercados o tempo da memória atravessa o tempo da história. A narrativa de um consumidor do Mercado e do Mercado Municipal de Artesanato quando neste ainda funcionava a Companhia Brasileira de Alimentos (COBAL), retrata bem as transformações e o crescimento da cidade, segundo a sua perspectiva.

Conquista era muito pequena, antigamente o transporte pra trazer a farinha, a goma era o carro de boi, descarregava lá na Praça da Bandeira, a gente descarregava vários carros de bois. Dinheiro era difícil naquela época, fatura tinha muita. A gente vendia a farinha, goma, mais dava muito. A vendagem que fazia, comprava uma feira completa de tudo, tinha fatura. A Cidade era muito pequeninha. [...] A cidade se transformou mil por cento. A saúde, a educação em vista do que era melhorou. Conquista cresceu muito⁶.

Os sujeitos sociais constroem os significados que constituem as memórias vividas no espaço tempo produzindo o lugar em distintas temporalidades, sobretudo, no contexto do espaço urbano. Silva ressalta que “[...] somos a imagem viva-materializada-pensante do espaço e do tempo porque somos seus símbolos dotados de razão e emoção. Somos unidades vivas e perceptivas de espaço/tempo em movimento” (2004, p. 16). É importante reconstruir a memória dos grupos sociais, pois estes com o tempo deixam de existir, e dessa maneira o

⁶ Entrevista concedida em agosto de 2017, pelo consumidor V.G.V. 75 anos.

tempo vivo na memória dos sujeitos sociais também se perde, por isso se deve guardar “[...] suas marcas cronológicas no espaço do nosso corpo e o amarramos em nossa memória” (SILVA, 2004, p. 16). Assim como a espaçotemporalidade, a memória integra os sentidos de ser/estar no lugar.

A produção social do espaço acontece por meio do trabalho no tempo e no lugar, pois é nele que as relações de trabalho se materializam, uma vez que “[...] um lugar construído, com tudo o que ele contém, aí está a cristalização cronológica do tempo de relações no resultado do trabalho” (SILVA, 2004, p. 17). Silva (2004) compreende que “[...] o tempo é realizado no espaço produzido (resultado) e este para realiza-se é o próprio tempo das ações do trabalho. [...] No espaço/tempo exteriorizamos nossos valores morais - éticos, enquanto seres políticos” (SILVA, 2004, p. 16).

Bosi, por sua vez, ressalta que “[...] na maior parte das vezes, lembrar não é reviver, mas refazer, reconstruir, repensar, com imagens e idéias de hoje, as experiências do passado. A memória não é sonho, é trabalho” (BOSI, 2003, p. 55). Espaço e tempo são categorias essenciais na discussão sobre a memória social.

Halbwachs (1990) defende que toda memória coletiva está circunscrita numa dimensão espaço temporal singular, pois, considera que os grupos sociais imprimem reciprocamente as suas marcas nos lugares que vivem. Ao se referir mais precisamente ao espaço, Halbwachs destaca a inexistência de uma memória coletiva que se desenvolva fora de um quadro espacial. Segundo ele, “[...] Não existe memória universal. Toda memória coletiva tem por suporte um grupo limitado no espaço e no tempo” (HALBWACHS, 1990, p. 86). Sobre o espaço, o autor pondera que este,

[...] é uma realidade que dura: nossas impressões se sucedem, uma a outra, nada permanece em nosso espírito, e não seria possível compreender que pudéssemos recuperar o passado, se ele não conservasse, com efeito, no meio material que nos cerca. É sobre o espaço, sobre o nosso espaço – aquele que ocupamos, por onde passamos, ao qual sempre temos acesso, e que em todo caso, nossa imaginação ou nosso pensamento é a cada momento capaz de reconstruir que devemos voltar nossa atenção (HALBWACHS, 1990, p. 143).

Uma leitura aprofundada das considerações de Halbwachs (1990) em torno da concepção de espaço permite compreendê-lo para além de sua dimensão exclusivamente material. Quando o autor refere-se ao nosso espaço, aquele que nos reportamos e que nossa imaginação é capaz de reconstruir, torna-se evidente os conteúdos sociais nele presentes, requalificando-o com as memórias e as representações dos sujeitos sociais.

Halbwachs (1990) entende que espaço e tempo são indissociáveis. Para ele, é inevitável que as relações afetivas se dissipem quando os indivíduos deixam de fazer parte dos coletivos que os unem, pois questiona,

Que me importa que os outros ainda estejam dominados por um sentimento que experimentava com eles outrora, e que hoje não experimentamos mais? Não posso mais despertá-lo em mim, porque, há muito tempo, não há mais nada em comum entre meus companheiros e eu. Não é culpa da minha memória, nem da deles. Porém, uma memória coletiva mais ampla, que compreendia ao mesmo tempo a minha e a deles, desapareceu (HALBWACHS, 1990, p. 34).

Mesmo considerando a indissociabilidade entre memória individual e coletiva destaca-se que a influência do grupo social existe, porque as memórias compartilhadas entre eles só possuem significado enquanto o grupo subsistir, conferindo-lhes identidade e sentido. Ao intercalar as dimensões da identidade e da memória, em determinado tempo, Candau (2014) alimenta um intercâmbio entre esses pressupostos teóricos. Sobre essa reflexão, o autor afirma,

O ponto de origem não é suficiente para que a memória possa organizar as representações identitárias. É preciso ainda um eixo temporal, uma trajetória marcada por essas referências, que são os acontecimentos. Um tempo vazio de acontecimentos, cuja maior ou menor densidade permite distinguir os 'períodos' e as 'épocas', é um tempo vazio de lembrança (CANDAU, 2014, p. 98).

Cada memória é um museu de eventos peculiares, aos quais está associado certo nível de evocabilidade ou de memorabilidade (CANDAU, 2014). Mendes (2009) reforça o intercâmbio teórico entre Geografia e Memória Social, pois o processo de produção do espaço não pode ocorrer alheio as percepções dos sujeitos sociais que o vivenciam.

A leitura do tempo e das representações do passado não é função exclusiva dos historiadores, a Geografia numa leitura crítica da realidade compartilha da tarefa de desvendar as nuances dos lugares em suas distintas temporalidades. De acordo com Pesavento,

[...] esta não é uma tarefa isolada, solitária, na qual o historiador guarda para si, como um tesouro, esta visão mágica de uma temporalidade escoada. Sabemos que a História, esta narrativa que representa o passado, se destina a um público, que se dispõe a ver aquilo que o historiador lhe oferece como texto. Há, pois, uma dimensão social neste olhar da História, pois se pressupõe que esta experiência seja partilhada (PESAVENTO, 2004, p. 25)

O espaço, como acúmulo desigual de tempos históricos e sociais, exige do geógrafo um olhar atento sobre a sua multidimensionalidade: é quando passado, presente e futuro sobrepõem-se nas nuances do lugar na cidade, múltipla em sentidos e significações.

As relações cotidianas que produzem o espaço urbano, lidas em diversos contextos históricos, possibilitam entender como as formas e os conteúdos na cidade aproximam os sujeitos sociais dos lugares que vivenciam. Os Mercados Urbanos podem ser considerados como patrimônios⁷ na cidade, uma vez que estes afloram nos dias atuais sua monumentalidade. Costa (2008) ao refletir sobre essa questão defende que,

O patrimônio do lugar reflete essas condições que ora se apresentam através de seu caráter monumental ora pela arquitetura doméstica que denuncia as formas mais simples que compõem a paisagem, caracterizando como lugar das relações sociais, abrigando indivíduos e trajetórias. Então, o patrimônio é construído pelos símbolos representados através das referências básicas para seus moradores e suas relações cotidianas (COSTA, 2008, p. 153).

É assim que os patrimônios podem ser associados aos lugares de memória, posto que estes integram os monumentos e patrimônios da cidade configuram-se como formas espaciais que permeadas de significados e símbolos em tempos distintos resistem no espaço e no tempo (COSGROVE, 1983). A dimensão espaço temporal suscita o desafio de ler os Mercados Urbanos com os olhos no passado, no presente e no futuro, de modo a desvendar a teia de relações, significados, formas e funções no contexto urbano incessantemente transformado pelas relações sociais que neles se desenrolam.

⁷ O sentido de patrimônio se relaciona ao significado que determinado elemento tem para um grupo social, que o leva a se importar, defender e, especialmente, guardar na memória como elemento significativo no processo construção da identidade social (MENDES, 2004).

MERCADOS URBANOS: LUGARES DA TROCA E DO ENCONTRO



Cartoon digital do Mercado Municipal do Bairro Brasil elaborado por meio de fotografia, 2018.

3 MERCADOS URBANOS: LUGARES DA TROCA E DO ENCONTRO

Imagine que para a troca se realizar é necessário o encontro. E a troca não será, apenas, de mercadorias. Ideias, palavras, experiências e sensações fazem parte do encanto... E essa troca, que nos perdoe o comércio virtual (e-commerce), não pode prescindir do espaço físico para se materializar.

Heliana Vargas

Pensar os Mercados Urbanos, no contexto das relações sociais na contemporaneidade, implica em (re)conhecer as distintas transformações sociais que ocorreram/ocorrem nesses lugares considerando os múltiplos significados e conteúdos que estes assumem para os sujeitos sociais que com eles se relacionam.

Percebe-se no âmbito das pesquisas geográficas uma lacuna em relação aos estudos dos Mercados Urbanos, sobretudo, ao se considerar abordagens que extrapolem a leitura dos aspectos com enfoques econômicos. Tal aspecto é confirmado por Pereira (2015) ao afirmar que os estudos referentes aos mercados pautam-se principalmente em outras perspectivas, tais como a dinâmica de circulação entre o consumo e o comércio, segundo a lógica da mercadoria. Pereira (2015) considera que “[...] Os Mercados – também chamados de ‘mercados municipais’, ‘mercados centrais’ ou mesmo ‘mercados urbanos’ por alguns autores – têm ficado à margem dos estudos geográficos sobre comércio e consumo” (PEREIRA, 2015, p. 2550). Isso porque, para ele, pesquisas com a temática do comércio constitui-se num tema consolidado na Geografia. O autor discute que “[...] os geógrafos têm dado uma atenção especial ao estudo do comércio e do consumo urbanos no mundo nas últimas décadas, tanto no âmbito das várias escolas de pensamento da Geografia, como no tocante às várias formações socioespaciais, regiões e lugares” (PEREIRA, 2015, p. 2550).

Ainda de acordo com Pereira, os estudos têm privilegiado o que o autor denomina de formas comerciais modernas, que “[...] podem ser exemplificadas pelos *shopping centers*, os supermercados e os *hipermercados*” (PEREIRA, 2015, p. 2550). Os Mercados Urbanos, por constituírem-se como formas antigas, ou rugosidades, na leitura miltoneana, são comumente negligenciados nas análises geográficas.

De acordo com a definição do Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa (2014), Mercado significa o lugar onde são comercializados diversos produtos, tais como bens artesanais, gêneros alimentícios, artefatos religiosos, além de uma ampla variedade de mercadorias. Na definição de Mercado elaborada por Vargas (2001), a realização do comércio se processa no encontro de fluxos, bens materiais, mercadorias, homens e, principalmente, representações, ideias e relações sociais em um determinado espaço físico que recebe a denominação de Mercado.

Nos Mercados Urbanos de Vitória da Conquista acontece o ir e vir entre os sujeitos sociais na cidade, como aqueles que saem da zona rural para suprir as suas necessidades nos mercados, e também aquelas pessoas dos municípios circunvizinhos que frequentam Vitória da Conquista. Embora nas narrativas dos entrevistados as relações de afetividades tenham sido mais marcantes, nas relações sociais estão também presentes as divergências e contradições entre os sujeitos que trabalham e frequentam os Mercados Urbanos. Esses conflitos acontecem nas relações de concorrência entre comerciantes e destes com os consumidores, a exemplo de não sentirem-se satisfeitos com o atendimento, preços das mercadorias, qualidade dos produtos, mexericos, entre outros. Tais conflitos são inerentes aos espaços de convivência social. De acordo com Romano (2004), um Mercado Urbano pode ser compreendido como,

[...] edifício de planta basilical⁸, dividido em naves, encimado por lanternins, ou igualmente um edifício que concentra um espaçoso átrio geralmente quadrado, circundado por galerias. **Pode ser um ponto de encontro sem comparação, o coração da cidade**, onde se reúnem executivos, operários, donas-de-casa, cortesãs, desocupados, estudantes e empregadas domésticas, bem como uma lembrança impregnada de cheiros entrelaçados de peixes, legumes, carnes, frutas, especiarias, grãos, queijos, flores, vinhos, pastéis, fumos, incensos... (ROMANO, 2004, p. 1, grifo nosso)

Os Mercados Urbanos são impregnados de significações humanas, lugares “[...] onde o relacionamento entre as pessoas ultrapassa suas diferenças de cultura, raça e credo de tal maneira que as contradições passam despercebidas” (ROMANO, 2004, p. 1). Apesar da afirmativa do autor enfatizar as relações de troca e encontro entre os sujeitos sociais é inegável, que nesses lugares, também, se reproduz as contradições da sociedade. Afinal, essas contradições se expressam de maneira diferenciada, inclusive, pelos espaços que cada um

⁸ De acordo com Lourenço, Roca e Alves (2010, p.438) esse padrão arquitetônico consiste numa estrutura com “cabeceira rectangular, com espaços laterais, cuja função se desconhece, e um pórtico rectangular, aberto geralmente em arco de ferradura”.

ocupa nos mercados, pois, a depender do local, um sujeito pode ocupar um espaço mais valorizado que o outro, pois no mesmo espaço físico dos mercados existem pontos comerciais e boxes com maior visibilidade, melhor acesso e organização, corredores com fluxo mais intenso do que outros, corroborando para que o seu valor econômico se eleve. Os permissionários⁹ consideram os boxes menos valorizados aqueles que se localizam em corredores que eles denominam de “ruas mortas”, uma vez que nestes o movimento de pessoas é menor. Exemplo disso é o Mercado que possui lojas na parte exterior e o valor comercial dessas lojas é superior às que se localizam no interior do mercado. Sobre esse aspecto, um comerciante do Mercado destaca: “[...] as lojas lá fora são como as vitrines, as pessoas passam e apreciam as mercadorias”¹⁰. Assim, a localização das barracas, boxes e lojas nos mercados influencia diretamente no valor de cada um deles, mesmo quando apresentam a mesma dimensão.

Dessa maneira, mesmo que as relações sociais sejam marcadas por compartilhamentos e trocas, as diferenças existem, e estas não passam despercebidas apesar da convivência que se realiza no lugar. Os Mercados Urbanos de Vitória da Conquista, não fogem a essa regra, pois se constituem em lugares emblemáticos na história da cidade e do cotidiano dos sujeitos sociais que os vivenciam. Neles se concentram os encontros e as relações de troca que ultrapassam a esfera econômica integrando um mosaico complexo de sentimentos difusos marcados pela heterogeneidade de perspectivas de sentidos e representações sociais que podem ser apreendidos por uma leitura plural da cidade.

Romano (2004) enfatiza, que os Mercados se configuram como lugares consagrados que simbolizam a sobrevivência e a luta diária dos seus permissionários. Segundo o autor, os Mercados podem ser considerados como “[...] Santuários de Comércio, lugares consagrados tanto para os religiosos afro-brasileiros, quanto por cada permissionário que garante através dele, o pão de cada dia” (ROMANO, 2004, p. 1). Em entrevista com um comerciante que tem um ponto comercial localizado no entorno dos Mercados de Artesanato e do Mercado, (visto que, esses mercados estão um de frente para o outro no Centro da cidade¹¹), há mais de 25 anos, foi lhe perguntado quais lembranças lhe vêm à memória quando ouve falar dos Mercados Urbanos, ele atribuiu a importância daqueles espaços na vida dos permissionários que ali desenvolvem suas atividades. O entrevistado declara que,

⁹ Vieira (2014) afirma que o termo permissionários remete ao uso do espaço, configurando como uma espécie de aluguel, ou seja, o comerciante paga ao município pelo espaço do box.

¹⁰ Entrevista concedida em novembro de 2018, pelo senhor comerciante V.G, 55 anos. 40 anos de comércio.

¹¹ Essa proximidade entre os dois mercados mencionados pode ser verificada na figura 30, apresentada na página 107 no momento em que se trata da dinâmica espacial da cidade na década de 1970.

Eu vi os comerciantes envelhecendo ali dentro dos Mercados e ficando satisfeitos com o seu trabalho ali, e, muitos não enricaram naquele espaço mas criaram seus filhos e dali retiraram o suprimento para sustento de suas famílias. Agradeço a Deus por ser comerciante que trabalho no entorno dos Mercados, e vi o quanto esses lugares foram importantes para esses comerciantes e também para os feirantes que se estabeleceram neles¹².

Ao analisarmos a narrativa do comerciante é possível vislumbrar o quanto os Mercados Urbanos são repletos de representações sociais, e, como aqueles que o vivenciam no cotidiano da cidade estabelecem laços tanto no âmbito afetivo, quanto nas relações de sobrevivência. Esses lugares tornam-se familiares para o entrevistado e para as pessoas que participam das experiências ali vividas, pois deles provém o sustento de famílias por meio do trabalho desenvolvido nesses Mercados ao longo dos anos.

No contexto urbano atual é possível perceber que os Mercados Urbanos são rugosidades nos espaços da cidade, posto que resistem em suas formas e estruturas, ainda que tenham experimentado transformações ao longo dos anos. Tal aspecto pode ser confirmado na realidade socioespacial de Vitória da Conquista, pois para Santos (2008), as rugosidades são *constructos* sociais que ficam do passado como formas do espaço construído, delineiam paisagens e heranças da evolução da sociedade no tempo, são “[...] o que resta do processo de supressão, acumulação, superposição, com que as coisas se substituem e acumulam em todos os lugares” (SANTOS, 2008, p. 140). Em consonância com o que estabelece Santos, Ribeiro (2012) apresenta o conceito de rugosidade da seguinte maneira:

O conceito de rugosidade refere-se à concepção do espaço como acúmulo de tempos, ou seja, enfrenta os enigmas teóricos relacionados à indissociabilidade entre espaço e tempo. Da mesma forma, este conceito valoriza a historicidade que conforma a espacialidade, que é por ela expressa e contida (RIBEIRO, 2012, p. 68).

A referida autora compreende que as rugosidades permitem discutir sobre as múltiplas temporalidades inscritas no espaço. Santos (2008), por sua vez, considera que as rugosidades se apresentam como formas isoladas ou como arranjos, que no caso dos Mercados se edificam em funções simbólicas e utilitárias.

Vislumbrar o passado da cidade com o olhar de hoje consiste num exercício de reflexão pois a presentificação da ausência, pelo viés da memória social, permite compreender

¹² Entrevista concedida pelo em agosto de 2017, senhor comerciante do entorno do Mercadão A.A.T, 48 anos.

a alma¹³ dos lugares em outras temporalidades que se manifestam na geograficidade que atravessa o cotidiano dos sujeitos sociais na vida urbana. Sobre essa discussão Pesavento acrescenta “[...] Este é um olhar que é capaz de presentificar uma ausência, vendo o que outros não vêem, enxergando nas marcas de historicidade deixadas pelos homens de um outro tempo, a vida que habitou nelas um dia” (PESAVENTO, 2004, p. 25).

Convém pensar os Mercados Urbanos considerando sua dimensão social mais ampla, que demonstra manifestações de resistências e permanências. Romano sublinha que “[...] muitos Mercados se encontram avariados, poucos corajosamente restaurados, mas todos tombados, senão legalmente pelas autoridades, mas afetivamente pela população” (ROMANO, 2004, p. 1). Embora não sejam tombados na esfera institucional, os Mercados Urbanos em Vitória da Conquista se constituem como importantes patrimônios para os sujeitos sociais, pois são, indubitavelmente, lugares de memória, eivados de representações e significados.

Os Mercados Urbanos em Vitória da Conquista são analisados como lugares que proporcionam os encontros face a face entre os sujeitos sociais que o vivenciam/vivenciaram. Os Mercados, como espaços públicos, possuem uma dinâmica própria na configuração socioespacial da cidade, não somente por meio das relações de produção, compra e venda que ali se materializam, mas também pelos contornos sociais que ultrapassam as relações econômicas. Os Mercados constituem-se como importantes elementos no processo de produção do espaço urbano em Vitória da Conquista, inseridos dentro de contextos espaço-temporais, trata-se, sobretudo, de lugares de memória onde a sociedade constrói suas representações sociais, memórias e vivências.

A leitura dos significados que permeiam as relações entre os sujeitos sociais e os Mercados permite refletir acerca da produção espacial na cidade por meio de uma análise do cotidiano das relações sociais. Em entrevista realizada em estudos anteriores, uma consumidora relata suas representações sobre a vivência no Mercado Municipal de Artesanato, durante a infância, há mais de 20 anos. Fala de um tempo que embora marcado por algumas dificuldades, traz lembranças prazerosas, uma vez que reforça o elo identitário que existe/existiu nessa relação. Assim, recorda elementos do cotidiano que a vinculava àquele lugar:

¹³ A alma dos lugares é aqui entendida como a movência dos significados que afloram das relações dos sujeitos sociais com o lugar. Para da Silva (2004) os nossos sentidos são como janelas da alma, por onde passam as emoções e as sensações.

Lembro-me que quando minha mãe fazia roupa para mim e para minha irmã, e quando precisava colocar o botão de bater procurava sempre o mercado; quando precisava comprar linha de bordado, ia no mercado; quando precisava comprar algum presente, como eu mesma já precisei, ia ao mercado. Lembro-me ainda que eu brincava muito de boneca de pano e naquela época vendia-se muito dessas bonecas no mercado; todas muito lindas, hoje não encontra-se mais¹⁴.

Reconstruir a memória de um lugar corrobora o seu reconhecimento como lugar na memória dos diferentes sujeitos, isso implica em recorrer às recordações dos sujeitos sociais que vivenciam/vivenciaram esse espaço. A entrevistada enfatiza que hoje não se encontra mais bonecas, mas a Figura 7 mostra as bonecas de pano, tão presentes na memória da entrevistada e do cotidiano do lugar. Talvez estas se diferenciem com relação a riqueza de detalhes que a boneca da entrevistada tenha, mas elas continuam a ser produzidas e comercializadas atendendo às demandas atuais.

Figura 7 – Bonecas de pano e outros artesanatos, no Mercado Municipal de Artesanato, 2017.



Fonte: Pesquisa de campo, 2017.

Na fotografia, percebe-se a vivacidade no colorido dos tons do tempo presente nas bonecas artesanais. A beleza das bonequinhas de pano repousa na simplicidade do saber fazer, que constitui também a sobrevivência das artesãs que as confeccionam no Mercado Municipal de Artesanato. Isso demonstra que o tempo não é linear, pois se justapõe em elementos singulares que trazem significações diversas para a memória do lugar.

¹⁴ Entrevista concedida em 2015, pela consumidora do Mercado Municipal de Artesanato, I.S.R.C, 40 anos.

Halbwachs propõe que, “[...] se nossa impressão pode apoiar-se não somente sobre nossa lembrança, mas também sobre a dos outros, nossa confiança na exatidão de nossa evocação será maior, como se uma mesma experiência fosse recomeçada, não somente pela mesma pessoa, mas por várias” (HALBWACHS, 1990, p. 25). O processo de produção socioespacial no âmbito do espaço urbano em Vitória da Conquista é complexo e dinâmico, em diversos contextos históricos, pois além de estar em permanente transformação, múltiplos segmentos estão envolvidos nesse processo, como o poder público, a iniciativa privada, os movimentos sociais e a sociedade em geral. No entanto, apesar das incessantes transformações da cidade, os Mercados Urbanos permanecem como rugosidades, sopros da resistência do velho que se choca com o novo todos os dias.

Nesse movimento apreende-se, no plano do vivido, a escala local que possibilita uma leitura mais abrangente das relações sociais que se desenrolam no cotidiano dos Mercados Urbanos. Para Vieira (2014), é possível compreender as diversas formas que produzem o espaço, bem como as diferentes maneiras que “[...] se processam as relações sociais. É no cotidiano que se instauram os processos de alienação humana, bem como aqueles que modificam o espaço urbano” (VIEIRA, 2014, p. 174).

Os Mercados Urbanos se constituem como produtos socioculturais e históricos das relações que se estabelecem entre os sujeitos sociais e o cotidiano da cidade, diante dos processos de produção, circulação e consumo de bens necessários à manutenção da vida. Compreende-se que os Mercados Urbanos são intrínsecos às sociedades, pois como afirma Vieira,

[...] o Mercado é um espaço que não se limita ao uso para as compras e circulação de mercadorias. Ele é também um espaço social, uma vez que circulam pessoas, comerciantes e consumidores que, além de realizarem a troca (como um momento da produção, segundo Marx), realizam também a troca de experiências, de conhecimentos, sendo o espaço do Mercado Público, um espaço de sociabilidade (VIEIRA, 2014, p. 15).

Os conteúdos sociais dos Mercados Urbanos de Vitória da Conquista foram se modificando em decorrência das transformações da sociedade ao longo da história, especialmente nas configurações espaciais da cidade. Silva (2008) destaca que as transformações pelas quais os Mercados passam modificam os espaços urbanos, pois, estes estão organizados socialmente

[...] em função da necessidade humana dentro da cidade que, sofreu e ainda sofre, modificações tanto espaciais, quanto políticas, sociais e econômicas.

Ele faz parte do espaço urbano, é dinâmico e sofre transformações qualitativas e quantitativas, além de modificar o processo do espaço urbano, a estrutura, a forma e a função, de acordo com o período histórico, pois é um lugar onde o homem inseriu suas marcas (SILVA, 2008, p. 160).

Vislumbrar essas transformações pelo prisma da Geografia permite compreender, no movimento de rupturas e permanências, as múltiplas significações e funcionalidades que os Mercados Urbanos assumem no cotidiano apressado dos sujeitos sociais na cidade. Vieira (2014) argumenta que os Mercados são repletos de significados e representações sociais. Assim, são permeados de memórias, tradições e sentidos, pois segundo a autora:

É um lugar que carrega consigo tradições familiares, que vão desde a forma de comercializar as mercadorias até a maneira de abordar o consumidor. Trata-se de um espaço que possui uma história, na qual, os cidadãos se reconhecem nela ou a associam ao próprio desenvolvimento de sua cidade (VIEIRA, 2014, p. 15).

Convém, então, sublinhar que os Mercados foram, “[...] desde os primórdios tempos do capitalismo uma forma de centralizar o comércio num determinado lugar o que facilitava o controle sobre as trocas de mercadorias que ali se efetuavam, como também sobre as fontes abastecedoras de produtos” (PINTAUDI, 2006, p. 4). A centralização das relações comerciais nos Mercados se constituem como nuances do processo de produção espacial, pois altera as configurações urbanas.

A história dos Mercados está intimamente ligada à história da cidade, especialmente no âmbito do abastecimento da população com alimentos. A respeito dessa questão, Vieira pondera que os Mercados Urbanos possuem “[...] uma estreita relação com a cidade, pois a história do Mercado está ligada à própria história da cidade. Além disso, os Mercados foram por muito tempo a garantia do abastecimento da população de gêneros alimentícios” (VIEIRA, 2014, p. 191).

A relação entre os Mercados e o abastecimento da população confere a esses lugares significados peculiares ao modo de vida urbano e a relação da cidade com o campo para além da perspectiva da produção de gêneros alimentícios, uma vez que os Mercados configuram-se como lugares de encontro e realização da vida em suas múltiplas manifestações, transitando entre as distintas dimensões sociais do rural e do urbano. Para os permissionários e comerciantes, a freguesia considerada fiel nos mercados é constituída basicamente de moradores do campo e aposentados.

Para muitos desses sujeitos sociais que vem do campo, a vinda a cidade praticamente se limita aos espaços dos Mercados Urbanos e do seu entorno. Tal aspecto é evidenciado na

narrativa de um consumidor do Mercado, quando afirma: “Eu gosto de comprar no Mercado porque sou acostumado comprar lá dentro, só quando não dá eu compro em supermercados. Acho melhor comprar no Mercado porque é mais perto. Os Supermercados são longe dos pontos de ônibus da zona rural”¹⁵. A vivência desses sujeitos sociais da zona rural, das vilas, distritos e dos municípios vizinhos na cidade acontece no encontro e na troca no espaço dos mercados. Até a proximidade desses locais aos pontos de ônibus e vans se configura como um elemento a mais que os aproxima do cotidiano dos Mercados Urbanos. O mosaico exposto na Figura 8 ilustra os veículos e os locais de chegada e partida nas proximidades dos Mercados Urbanos de Vitória da Conquista.

Figura 8 – Ônibus, vans e locais de chegada e partida nas proximidades dos Mercados Urbanos em Vitória da Conquista.



Fonte: Pesquisa de campo, 2018.

¹⁵ Entrevista concedida em agosto de 2017, pelo senhor consumidor A.F, 55 anos.

Esses veículos transportam diariamente consumidores e trabalhadores dos mercados e de seu entorno e viabilizam o acesso aos mesmos. Os motoristas dizem que esses sujeitos sociais preferem comprar em Vitória da Conquista, e também nos Mercados Urbanos, principalmente pelo valor das mercadorias que consideram ser mais baratas e, também, pela variedade de produtos. Os Mercados são concebidos como lugares de encontro, entre o ir e vir, de partida, de chegada, o caminho e o recomeço em múltiplas geograficidades que sutilmente perfilam o viver na cidade.

Os sujeitos sociais vivenciam os mercados, que se constituem como *lócus* das diversas manifestações da sociabilidade humana na essência que o cotidiano da cidade impõe, pois, as trocas que ali ocorrem ultrapassam a lógica da mercadoria, uma vez que trazem também as sensações, memórias, ideias que são inerentes as relações sociais. As relações comerciais nos Mercados Urbanos de Vitória da Conquista são eivadas de tradições e significados, marcados pela herança familiar e também pelos laços de amizade e pertencimento. Esses aspectos se evidenciam na narrativa de um entrevistado, quando questionado sobre a razão do seu comércio estar situado no Mercado até hoje: “Porque a empresa pertencia a família, meu pai, que ao falecer deixou como herança para mim. Desde criança eu vinha acompanhar meu pai no trabalho. Eu cresci aqui¹⁶.”

Esse é um traço marcante nos três Mercados da cidade, uma vez que verifica-se nesses lugares a presentificação das tradições familiares que se manifestam na sucessão dos pontos e estabelecimentos comerciais por herança e nas relações sociais que ali se desenvolvem.

A relação entre os permissionários e os fregueses ultrapassa a esfera econômica, constituindo-se em vínculos de afetividade, solidariedade e, sobretudo, confiança. São sentimentos alheios a lógica da mercadoria que se presentifica nas cidades.

Outro aspecto significativo é a confiança entre os comerciantes, permissionários e feirantes que é baseada em certos casos na ajuda mútua, quando um precisa se ausentar por uns instantes deixa seus produtos sob a responsabilidade de seu vizinho que o faz com honestidade, satisfação e ética. Exemplo disso, foi constatado nas pesquisas de campo em que ficou evidenciado que os permissionários do Mercado Municipal de Artesanato têm o costume de deixar as chaves dos seus boxes com os colegas e estes, quando necessário, abrem para mostrar algum produto e vender para o freguês.

Nesses lugares as relações sociais se reproduzem, tornando-se reflexo e condicionante da produção social do espaço, especialmente na cidade. Alguns trabalhadores dos mercados

¹⁶ Entrevista concedida em abril de 2017, pelo comerciante N.V, 48 anos, 30 anos de comércio.

compartilham entre si refeições diárias, uma vez que muitos residem no campo e dessa forma não tem condições financeiras para arcar com despesas consideradas básicas, como por exemplo o almoço.

Outra característica comum nesses lugares são os comerciantes dos Mercados Urbanos venderem seus produtos para clientes sem nenhuma garantia legal como, por exemplo, cartão de crédito, cheques e boletos. Essa postura é sinal da confiança e amizade que se estabelece entre eles, o que fortalece a fidelidade entre freguês e comerciante. Um comerciante aposentado confirma esse aspecto da seguinte maneira: “A gente vendia no caderno e era obrigado a colocar o preço só no dia de pagar, preço do dia, e tinha preço à vista. [...] Eu ainda tenho aqueles clientes que vieram do tempo que vendia na caderneta que se mantiveram fiéis e me acompanham”¹⁷. Esse é um traço marcante nas relações sociais que acontecem tanto nos mercados, quanto nas feiras.

Essas ponderações sinalizam para a compreensão dos Mercados Urbanos para além do espaço físico e das típicas relações capitalistas, lugares onde a vida se desenrola num processo que é construído historicamente. São lugares de grande importância tanto para a cidade e demais localidades do município, quanto para os municípios circunvizinhos. Os mercados, historicamente, surgiram por meio do crescimento das feiras livres realizadas nas cidades, tal realidade se evidencia também na cidade de Vitória da Conquista. O tópico a seguir tem como propósito elucidar melhor a relação de imbrincamento entre feiras e Mercados Urbanos.

3.1 A relação entre feiras e Mercados Urbanos

A história é construída e inscrita no espaço todos os dias pelos sujeitos sociais de forma processual e constante. Com esse entendimento, Halbwachs (1990), indaga: Afinal, o que acontece fora da dimensão espaço tempo? Tal questionamento suscita reflexões sobre a leitura do processo histórico, considerado como condição *sine qua non* para a compreensão do presente, das dinâmicas das transformações do espaço, em que a sociedade, em suas múltiplas dimensões molda as nuances do lugar e, mais especificamente dos Mercados Urbanos em Vitória da Conquista.

No entreposto dessa dinâmica, emerge no cenário histórico-geográfico de Vitória da Conquista as primeiras feiras da cidade, que inicialmente situavam-se em praças públicas da cidade. Assim, em Vitória da Conquista as primeiras feiras se concentravam na Praça 15 de Novembro como pode ser observado na Figura 9.

¹⁷ Entrevista concedida em novembro de 2017, pelo senhor comerciante J.D.C, 71 anos. 45 anos de comércio.

Figura 9 - Feira livre na Praça 15 de Novembro, Vitória da Conquista, 1912.



Fonte: Arquivo Público Municipal, consulta feita em 2017.

A figura apresentada revela o intenso movimento no espaço da feira no ano de 1912. Um olhar mais atento vai identificar a maneira como as pessoas prestigiavam a realização das feiras, pois compareciam bem trajadas, alguns homens de terno e chapéu revelando que a feira consistia em um importante acontecimento na cidade.

A figura 10, que mostra o mesmo local, mas com a configuração atual de Praça Tancredo Neves, revela que pouco ficou das velhas paisagens da praça 15 de Novembro, as novas dinâmicas da vida social que pulsam na cidade transformaram a imagem do lugar. Somente um olhar conhecedor do passado e da memória da cidade reconheceria as fagulhas das velhas paisagens da feira que ali acontecia, no início do século XX.

Figura 10 – Atual Praça Tancredo Neves, Vitória da Conquista, 2017.



Fonte: Pesquisa de campo, 2017.

As primeiras feiras ocorriam de forma precária em um barracão situado na antiga praça 15 de Novembro, hoje Praça Tancredo Neves. A Figura 11 mostra uma fotografia antiga do primeiro barracão, datada do início do século XX. Esse pode ser considerado o precursor da construção do futuro Mercado Municipal de Vitória da Conquista

Figura 11 - Barracão na primeira feira de Vitória da Conquista, início do século XX.



Fonte: Acervo do Arquivo Público Municipal de Vitória da Conquista, consulta feita em 2017.

Entre os anos de 1910 e 1920 foi enviado o Projeto de Lei ao Conselho Municipal, solicitando a demolição do barracão, uma vez que este, segundo Viana (1982), colocava em risco a integridade física dos comerciantes que ali trabalhavam, por conta da infraestrutura precária. Mesmo depois da demolição do velho barracão, a feira permaneceu por alguns anos no mesmo local, num ambiente ainda mais insalubre. Posteriormente, na década de 1940, a feira foi transferida para a Rua da Avenida (Figura 12), no governo municipal do Dr. Régis Pacheco, funcionando ainda de forma precária.

Figura 12 - Feira livre na Rua da Avenida, Vitória da Conquista, 1941.



Fonte: Arquivo Público Municipal, consulta feita em 2017.

A Figura 12 demonstra que, apesar das condições de precariedade características da época, a feira possibilitava o encontro de pessoas com diferentes finalidades econômicas e sociais, era, assim, marcada por um grande fluxo de pessoas e atividades distintas. A Rua da Avenida é, atualmente, a Avenida Lauro de Freitas, onde funciona o Terminal Rodoviário Lauro De Freitas (Figura 13).

Figura 13 – Atual Avenida Lauro de Freitas.



Fonte: Pesquisa de campo, 2017.

A Figura 13 reflete a realidade do tempo presente em que se observa uma profunda transformação na cidade de Vitória de Conquista nos últimos anos. Em contraposição as feiras livres que ali aconteciam, hoje esta área é uma das mais valorizadas para a sociedade local, pois nesse espaço está situado o terminal Rodoviário Lauro de Freitas e, também, se configura como cerne do comércio varejista. Viana relata as situações vivenciadas pelas pessoas que frequentavam a feira na Avenida Lauro de Freitas na década de 1940.

[...] feitas ao ar livre, as feiras semanais, sem o menor abrigo, ficando o povo impiedosamente expostos aos incômodos do sol ou das chuvas, não podem continuar por muito tempo, por que isso, além de trazer a todos, aborrecimentos, é prejudicialíssimo a saúde pública (VIANA, 1982, p. 656).

As leituras de Viana sobre a cidade, na referida época, demonstram o interesse e, sobretudo, a necessidade da construção do Mercado Municipal em Vitória da Conquista. A partir da década de 1920, o jornal *A Notícia* iniciou uma campanha para a construção de primeiro Mercado Público Municipal de Vitória da Conquista. A edição de 12 de novembro de 1921 publicou um artigo que enfatizam a necessidade de providências quanto “[...] a construção do Mercado Público, nesta cidade, cada vez mais, vem se tornando uma necessidade tão clamorosa que outra não conhecemos capaz de precede-la, atualmente” (VIANA, 1982 p. 656).

Esse discurso demonstra a necessidade de construção do Mercado Municipal para atender minimamente a infraestrutura para as feiras. Os discursos jornalísticos destacavam o desacordo existente entre o poder legislativo e o executivo do município, que resultou no retardamento da construção do Mercado. No ano de 1949 o então prefeito Antonino Pedreira de Oliveira assinou o edital para a concorrência pública de construção do prédio do Mercado Municipal na Praça da Bandeira, publicado no jornal *O Combate* como pode ser observado na Figura 14.

Figura 14 - Discursos jornalísticos acerca do local de construção do Mercado Municipal, publicado no Jornal *O Combate*, 1943.



Fonte: Arquivo Público municipal, consulta em 2017.

No referido artigo, escrito por Bruno Bacelar¹⁸, tornou-se evidente suas representações identitárias, em relação a Vitória da Conquista. De forma significativa, aborda em seu discurso, concepções sobre a tofília e o patriotismo que ele tem em relação a cidade. Assim, o autor afirma que independente do local de construção, o Mercado será um importante benefício para a cidade e principalmente para os sujeitos sociais. Nessa perspectiva, faz o seguinte discurso:

[...] devemos, pois, com patriotismo e amor à terra, encarar o caso [a construção do Mercado] por outro prisma, dando outra modalidade a essa feição defeituosa do nosso espírito, sempre voltado as discussões estéreis [...]. Faça-se, pois o Mercado Público Municipal, e, como bons sertanejos,

¹⁸ Prefeito de Vitória da Conquista na década de 1930.

estejamos em torno da bela iniciativa, pela Conquista (O MERCADO, 1943, p. 29).

As representações sociais presentes nesse fragmento de discurso jornalístico permitem perceber com maior sensibilidade o sentimento de identidade tão evidente na memória social, que torna-se elemento essencial do sentimento de continuidade e coerência de um sujeito ou um grupo, no processo ininterrupto da (re)construção de si e do lugar que é experienciado.

No que tange a etimologia da palavra feira, alguns autores consideram que esta “[...] deriva do latim *feria*, que significa dia de festa, sendo utilizada para designar o local escolhido para efetivação de transações de mercado em dias fixos e horários determinados” (SALES; REZENDE; SETTE, 2011, p. 2). Os comerciantes, em dias de festa, reuniam-se na praça pública com o propósito de negociar as suas mercadorias, então, *feria* passou do sentido puramente festivo ao comércio e virou feira e fêria, a remuneração.

Em decorrência dos significados que envolvem as feiras livres, até hoje o dia de sua realização se transforma num evento no cotidiano das cidades pequenas e médias, configurando-se num momento de trocas e encontros entre os cidadãos e as pessoas que vivem no campo. As feiras livres tinham, também, conteúdos sociais relacionados as festividades que aconteciam na cidade. A manchete do jornal *O Combate*, datada de 13 de Setembro de 1936 abordava a feira como um acontecimento festivo realizada com o propósito de angariar fundos para a construção da igreja Matriz de Vitória da Conquista conforme pode ser observado na Figura 15.

Figura 15 – Manchete do Jornal O Combate, Vitória da Conquista, 1936.



Fonte: Acervo do Arquivo Público Municipal de Vitória da Conquista, consulta feita em 2017.

A feira livre é uma atividade realizada há milhares de anos em todos os lugares do mundo, acontece em todos os estados brasileiros com forte destaque para a região Nordeste, em que se evidencia como um relevante traço cultural e identitário, especialmente, no que tange as manifestações da cultura e da tradição sertaneja, com a comercialização de alimentos típicos, além de diversos produtos. Segundo Silva, por meio das feiras livres surgiram novas formas de comercialização, entre elas os Mercados que,

[...] começaram a surgir na Europa Ocidental por volta do séc. XVIII por influência dos mouros que eram povos localizados ao noroeste da África e consistiam fundamentalmente aos grupos étnicos berberes e árabes. Estes povos caracterizavam-se por expor seus produtos em excesso causando uma ideia de circularidade entre odores, cores e outros elementos (SILVA, 2014, p. 21).

O surgimento dos Mercados teve suas origens nas feiras livres, que de acordo com Pintaudi (2006) se perpetuaram, “[...] materializando-se em construções porque a reprodução da vida na cidade e/ou região necessitava de um contínuo suprimento de víveres” (PINTAUDI, 2006, p. 84). Os Mercados são, historicamente, locais importantes para o abastecimento da cidade, pois concentravam espacialmente a atividade comercial, “[...] além do que significavam momentos de trocas não materiais que ‘abasteciam’ outras esferas da vida em sociedade” (PINTAUDI, 2006, p. 84).

Durante o período medieval, os Mercados se concentravam no centro da cidade. De acordo com Pintaudi, “[...] antes de se tornar perene o Mercado era realizado em praças, no mesmo local que em outro momento se desenrolava a festa ou a execução de sentenças” (PINTAUDI, 2006, p. 3). Ainda no contexto da Idade Média, Alves e Filho (2011) discutem a situação dos Mercados, ressalta que “[...] A partir dos Mercados surgidos na Idade Média, adaptados segundo diferentes técnicas e racionalidades da produção social em diferentes momentos, têm-se a evolução das atividades e das formas comerciais” (ALVES; FILHO, 2011, p. 210).

Embora o surgimento das primeiras cidades do Brasil tenha ocorrido posteriormente a urbanização das civilizações ocidentais, a ascensão das feiras e Mercados na realidade brasileira assemelha-se a outros lugares do mundo. Conforme afirma Alves e Filho (2011):

No Brasil, apesar da grande diferença temporal em relação à origem e desenvolvimento das cidades, o surgimento dos mercados possui semelhanças, com aqueles surgidos no contexto dos países do chamado velho mundo. No fim século XVIII e ao longo do século XIX surgiram vários núcleos urbanos e, por conseguinte, mercados neste país (ALVES; FILHO, 2011, p. 211).

No que tange ao contexto europeu no período renascentista (Séculos XV e XVI), as primeiras feiras e Mercados eram itinerantes, ocorrendo de modo pontual pelas cidades. Segundo Alves e Filho (2011), aconteciam grandes feiras na região de *Champagne*, nas cidades de *Lagny*, *Provins*, *Troyes* na França, estas eram itinerantes com duração de dias, onde os comerciantes se agrupavam para comercializar diferentes produtos.

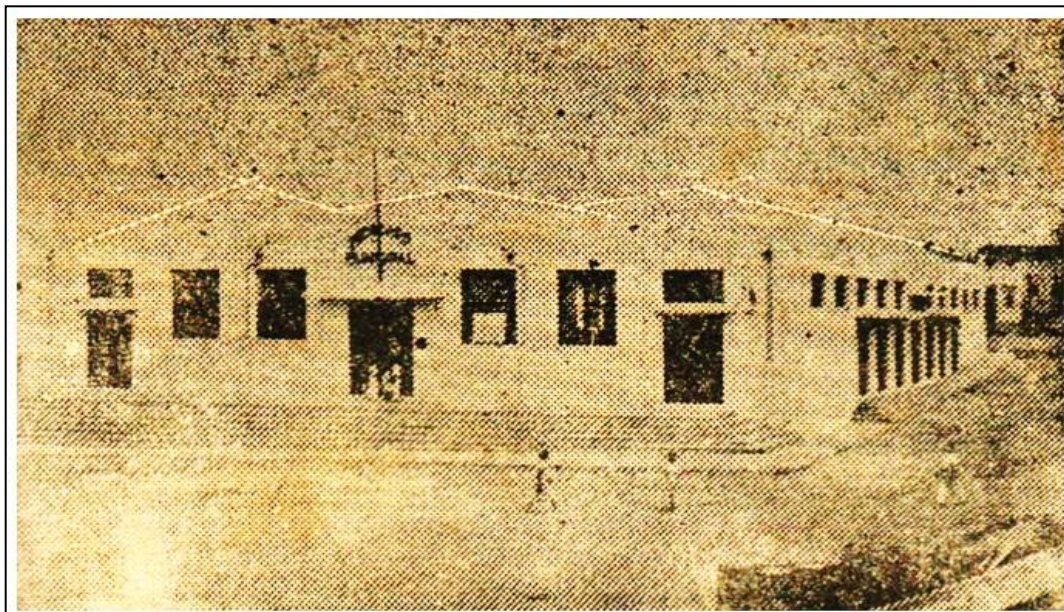
No entanto, os autores afirmam que “[...] mercados inicialmente eram itinerantes e, por fim na Renascença passaram a ser fixos, nos edifícios de mercados, na Praça de Mercado” (ALVES; FILHO, 2011, p. 211). A necessidade de ter um local apropriado para os feirantes fez surgir os Mercados, pois

Antes os produtos eram comercializados em feiras livres, porém surgiu a necessidade de ter um local apropriado para esta comercialização, à medida que a cidade crescia devido ao grande contingente de população que estava em processo de migração devido ao êxodo rural (REGO; BOVO; TÖWS, 2013, p. 14).

Evidencia-se que as formas, funções, estruturas e processos influenciam a dinâmica da cidade (SANTOS, 1978), e conseqüentemente repercutem nas alterações dos equipamentos urbanos. Nesse contexto, surgem os Mercados Públicos que tem suas origens com fortes vínculos nas feiras livres. A Figura 16 apresenta a imagem do Mercado Municipal, que hoje é denominado de Mercado Municipal de Artesanato, construído na Praça da Bandeira em Vitória da Conquista na década de 1950, período de sua inauguração.

A imagem do Mercado Municipal registrada em fotografia revela que tal empreendimento foi considerado na década de 1950 como uma obra grandiosa, pois no seu entorno não existiam construções de tal porte. A construção e a inauguração do referido mercado para Vitória da Conquista e para as pessoas que iriam trabalhar no local constituiu-se como um marco na memória social daqueles que vivenciaram esse momento singular na história do município.

Figura 16 - Mercado Municipal de Artesanato, recém-inaugurado em Vitória da Conquista, década de 1950.



Fonte: Taberna da História¹⁹, consulta feita em 2015

A arquitetura de estilo neoclássico contituiu-se como um marco na configuração urbana e paisagística da cidade. Um entrevistado atribui uma beleza arquitetônica ao edifício, para a época. Quando questionado se há importância do Mercado para a cidade, ele afirma: “Sim, pelo valor histórico, **pelo valor arquitetônico**, pela perspectiva de um resgate da memória de Conquista²⁰”.

A feira em Vitória da Conquista, naquele período, acontecia em um local inapropriado para o comércio de gêneros alimentícios, assim em decorrência dessa necessidade surgiu o primeiro Mercado. No entanto, as feiras, até hoje, permanecem e coexistem em uma íntima relação com os Mercados Urbanos.

No que concerne à realidade experienciada em Vitória da Conquista, as feiras livres são uma tradição no comércio, pois, essa atividade permanece, alterando apenas os segmentos comercializados. De acordo com Zanini e Santos (2017), as feiras constituem-se como uma modalidade de comércio varejista realizadas ao ar livre, de periodicidade geralmente,

¹⁹ Essa imagem foi obtida no *website* Taberna da História, no ano de 2015, durante a realização da pesquisa monográfica da autora. Contudo, em virtude do falecimento do seu responsável, o historiador Luís Carlos Fernandes, o referido *website* foi retirado da internet e algumas fotografias estão disponíveis em outros *websites* da cidade de Vitória da Conquista.

²⁰ A entrevista foi concedida no ano de 2014 durante a pesquisa monográfica intitulada “Revisitar a memória, pensar o lugar: um olhar geográfico sobre as representações sociais dos 60 anos do Mercado Municipal de Artesanato em Vitória da Conquista-BA”. A pesquisa do mestrado configura-se como desdobramento dos estudos anteriores, realizados no âmbito do curso de Licenciatura em Geografia da UESB. Entrevista realizada em 2014, com o professor universitário E.O, 59 anos, leitor especial da cidade.

semanal, organizadas como serviço de utilidade pública pela municipalidade e voltada para a distribuição local de diversos gêneros alimentícios e produtos básicos. A Figura 17, mostra uma fotografia de um feirante na década de 1960, tendo o Mercado Municipal de Artesanato como pano de fundo.

Figura 17 - Barraca de feira situada na parte frontal do Mercado Municipal de Artesanato, na Praça da Bandeira de Vitória da Conquista, década de 1960.



Fonte: Arquivo Público Municipal, 2017.

A Figura apresentada evidencia a simbiose que se processa entre as feiras e os Mercados, pois como já dissemos anteriormente, os mercados surgem da necessidade de um local apropriado para os feirantes, contudo, tal afirmativa nunca se concretizou na realidade da cidade, posto que as feiras livres nunca deixaram de existir, e estas mantêm uma relação direta com os Mercados Urbanos até os dias atuais. O que se percebe, então, é uma relação de complementariedade. Tal realidade pode ser observada, ainda, nos dias atuais como pode ser visto na Figura 18 em que a feira de mistura ao Mercado Municipal do Bairro Brasil.

Figura 18 – Feira livre no entorno do Mercado do Bairro Brasil.



Fonte: Pesquisa de campo, 2017.

A imagem da feirinha do Bairro Brasil revela a intrínseca relação entre o Mercado e a feira que acontece aos sábados e domingos, dias de maior movimento. Basta caminhar por entre a feira e o Mercado para perceber que em certos espaços estes se confundem, tamanha é a simbiose entre eles. Assim, muitas vezes é difícil precisar onde termina a feira e começa o mercado e vice versa. A percepção é de interdependência entre eles. O Mercado do Bairro Brasil oferece à população conquistense e aqueles que saem de outras localidades, a variedade típica das feiras livres. A partir das 7h, se inicia o fluxo de fregueses nos boxes e barracas, a procura de gêneros alimentícios, bebidas, livros, revistas, discos de vinil e aparelhos digitais, entre outros.

Zanini e Santos (2017) discutem o intercâmbio entre os espaços urbanos e rurais por intermédio das feiras. Segundo os autores, “[...] Há também trânsitos entre o mundo rural e o mundo urbano como construções simbólicas que se encontram fisicamente no espaço das feiras, nas relações entre feirantes e clientes” (ZANINE; SANTOS, 2017. p. 8). As feiras tornam-se espaços da sociabilidade humana, em que suas relações ultrapassam a dimensão meramente econômica, pois “[...] Há muita memória, muito conhecimento e saberes que circulam nos processos interativos de compra e venda nas feiras (ZANINE; SANTOS, 2017, p. 8).

O comércio popular em feiras é um traço cultural representativo na realidade socioespacial de Vitória da Conquista. Isso se evidencia tanto na memória social dos diversos

sujeitos, como também, nos discursos produzidos pelas fontes jornalísticas. Essa relevância é também enfatizada pelo jornal *O Conquistense*, que apresenta as feiras de Conquista como tema da manchete na edição de 16 de junho de 1956: (Figura 19)

Figura 19 – Feiras de Conquista na Manchete do Jornal *O Conquistense*, 1956.



Fonte: Arquivo Público Municipal de Vitória da Conquista, consulta feita em 2017.

A manchete intitulada Feiras de Conquista reitera a importância das feiras para a cidade, que se constituiu/constitui num polo de relevância regional para o comércio. Até meados da década de 1970, as feiras ocorriam durante a semana quando o comércio se concentrava no interior do Mercado Municipal de Artesanato, no Mercado Fernando Spínola e no Mercado Municipal do Bairro Brasil, e nos finais de semana, expandia-se para as ruas próximas, pois a estrutura dos mercados não abarcava a demanda dos comerciantes e fregueses. Na atualidade, essas atividades acontecem em outros locais na cidade. A realidade atual do Mercado Municipal do Bairro Brasil se diferencia dos anteriores, pois a feira acontece com menor intensidade todos os dias da semana na parte externa do Mercado, e aos domingos se intensificam os fluxos de pessoas, encontros e trocas.

De acordo com Alves e Filho (2011), as cidades e os Mercados vêm passando por constantes transformações, tanto no que concerne à forma, quanto ao conteúdo. Os autores compreendem que “[...] as diferentes formas comerciais como as feiras, os Mercados ao ar livre, os Mercados cobertos e, por fim aquelas mais modernas, como os supermercados, assinalam estreita relação com a evolução das cidades” (ALVES; FILHO, 2011, p. 223). Os

Mercados desempenham uma função fundamental na cidade, especialmente, no que tange a distribuição, sobretudo, dos produtos alimentícios para as populações urbanas. Destaca-se também que estes passaram por profundas transformações que tiveram/têm o propósito de incorporar as novas funções de acordo com as demandas da sociedade em dado momento histórico.

3.2 Os Mercados como lugares de memória na cidade

Todos os dias atravessamos a mesma rua ou o mesmo jardim; todas as tardes nossos olhos batem no mesmo muro avermelhado, feito de tijolos e tempo urbano. De repente, num dia qualquer, a rua dá para outro mundo, o jardim acaba de nascer, o muro fadigado se cobre de signos.

Octavio Paz

As reflexões de Octavio Paz evidenciam a possibilidade de desvendar uma realidade aparentemente comum, por meio do exercício do olhar. Aguçar o olhar geográfico sobre as paisagens urbanas permite enveredar por um horizonte novo que há muito estava encoberto pelas areias do tempo e da pressa que o cotidiano da cidade impõe aos sujeitos sociais que a vivenciam. Viver e pensar a cidade implica em refletir também sobre a relação espaço-tempo que a rege. Silva (2004) constrói sua análise pautando-se na relação do sujeito e sua percepção da dimensão espaço temporal, ao declarar que

Nós somos a imagem viva-materializada-pensante do espaço e do tempo porque somos seus símbolos dotados de razão e de emoção. Somos unidades vivas e perceptivas do espaço tempo em movimento. Passamos com o tempo, enquanto guardamos sua marca cronológica no espaço do nosso corpo e o amarramos em nossa memória (SILVA, 2004, p. 16).

Diante desse contexto, convém então pensar sobre as dinâmicas dos Mercados no cotidiano urbano de Vitória da Conquista através dos tempos. A geograficidade que permeia os Mercados Urbanos aflora em múltiplas representações sociais, ora marcada pela saudade, ora pelo conflito que compõe um mosaico de significados que esses espaços têm como lugares de memória na cidade.

Compreender os significados dos Mercados Urbanos em Vitória da Conquista torna-se indispensável para o entendimento das configurações socioespaciais que regem o cotidiano da cidade atualmente. Os Mercados são lugares onde as relações e representações sociais se

desenrolam no (re)fazer das práticas sociais da cidade. Para Lefèbvre, o espaço é sempre, hoje como outrora, um espaço presente, dado como um todo atual e dinâmico, com suas ligações e conexões em curso (LEFÈBVRE, 1991). Não se trata, então, de algo que sobrevive do passado, pois, a vida que pulsa entre as paredes dos Mercados Urbanos o fazem resistir como lugares de memória na cidade, e na vida dos sujeitos sociais que os vivenciam/vivenciaram em múltiplas temporalidades.

Nora (1993) afirma que assim como a história, a memória é a construção sempre problemática e incompleta do que não mais existe na fugacidade do tempo presente. É, portanto, papel do pesquisador vasculhar nas fagulhas do tempo, das vozes e dos silêncios os significados e sentidos que de alguma forma contribuíram/contribuem para a produção socioespacial que se realiza na atual relação forma-conteúdo que se presentifica nos Mercados Urbanos. As múltiplas significações constituem uma trama de memórias e representações que se completam na concretude do lugar preenchendo os Mercados Urbanos com os sentidos construídos pelos sujeitos na dinâmica socioespacial que incessantemente produz o espaço urbano. Em pesquisa anterior, foi demonstrado que o lugar de memória, no âmbito do espaço urbano sedimenta-se no cruzamento das contradições entre o efêmero, intrínseco às relações socioespaciais e a cristalização da memória do espaço referência – repleto de valores e sentidos para os sujeitos sociais, um porto seguro onde ainda é possível mergulhar nas reminiscências da identidade coletiva do grupo social (TEIXEIRA, 2015).

Sobre essa reflexão, Coelho (2013) argumenta que, “[...] pode-se nesse contato, estabelecer relação com o lugar visitado, a partir de sensações inicialmente efêmeras, mas que ficarão marcadas na memória através de lembranças agradáveis ou não, de situações vividas nesse lugar” (COELHO, 2013, p. 344).

A compreensão da dimensão simbólica dos lugares na cidade se apresenta por meio de sentidos atribuídos também aos monumentos que alimentam a memória social e têm valor de uso e valor simbólico, repleto de representações. Segundo Almeida (2003), o conhecimento acerca das representações permite apreender a riqueza de valores e sentidos que dão significado aos lugares de memória dos sujeitos sociais. Castro, por sua vez, assinala que “[...] a complexidade da tarefa de compreender o mundo, nada simples, e a necessidade de perceber tanto os processos visíveis como aqueles decorrentes da simbologia dos lugares, seus aspectos míticos e suas conotações subjetivas têm sido também preocupação dos geógrafos” (1997, p. 177). Diante dessas ponderações, Andrade (2008, p.570), declara: “[...] o lugar é o redimensionamento do espaço dotado de sensações, afeição e referências da experiência vivida”. Nesse viés, a autora argumenta ainda que

As memórias são importantes registros vividos que partem das lembranças e eternizam lugares como referências e cenários para uma constante visita ao passado, trazendo em si, os mais diversos sentimentos documentados aflorados em narrativas, sonhos e percepções (ANDRADE, 2008, p. 570).

É possível apreender a história dos Mercados por meio das suas evidências concretas e visíveis, mas também, pelas narrativas dos sujeitos que com eles estabelecem uma diversidade de vínculos. A compreensão da dinâmica da cidade de Vitória da Conquista implica em pensar sobre novos usos e conteúdos nos Mercados Urbanos que compõem a paisagem urbana. É nessa lógica, que ocorre a preeminência do efêmero sobre a permanência, pois apesar de não existirem ambientes e/ou monumentos estáticos e isolados no espaço geográfico, os Mercados se constituem como espaços de resistências na cidade.

As morfologias urbanas estão sedimentadas nas diversas formas de uso do espaço em que os percursos do lugar na história revelam as diferentes imagens que se constroem da cidade. A imagem da cidade na década de 1960 possibilita uma maior visibilidade quanto à relação entre tempos diversos. De acordo com informações na página oficial da PMVC (2018), até 1960 Vitória da Conquista possuía “[...] a maior parcela da zona rural ainda ocupada por pastagens, pela agricultura de subsistência e pelo cultivo de mandioca e de mamona”. A cidade apresentava características rurais até que em 1963 a inauguração da Rio-Bahia impulsiona o crescimento da cidade (PMVC, 2018). A Figura 20, ilustra uma vista panorâmica da cidade de Vitória da Conquista, na década de 1960.

Figura 20- Vista panorâmica da cidade de Vitória da Conquista, década de 1960.



Fonte: Museu Regional de Vitória da Conquista, consulta feita em 2017.

Olhar o passado, por meio da fotografia esmaecida pelo tempo e realizar a leitura do presente, por meio das vivências cotidianas torna possível a percepção das transformações tão marcantes na cidade de Vitória da Conquista. Meio século depois, a fotografia (Figura 21) ganha novos tons, porém o verdadeiro colorir se faz por intermédio do olhar, em que as múltiplas nuances do processo de produção socioespacial suscita novas reflexões sobre as paisagens urbanas que se presentificaram.

Paisagens do ontem, de hoje e dos possíveis amanhã se delineiam em manifestações plurais, repletas de representações que marcaram/marcam e certamente, marcarão as significações dos Mercados Urbanos como lugares de memória na cidade nessa intersecção complexa e ininterrupta do tempo vivo da memória social.

Figura 21- Vista panorâmica da cidade de Vitória da Conquista, 2018.



Fonte: Núcleo de pesquisa aplicada e incubação de empreendimentos solidários da UESB, 2018.

A notável expansão urbana em Vitória da Conquista é um aspecto visível tanto na análise das fotografias, quanto na memória social dos diferentes sujeitos dessa cidade, especialmente, a partir da década de 1960 em que a cidade passa a revelar um considerável crescimento populacional (Tabela 1).

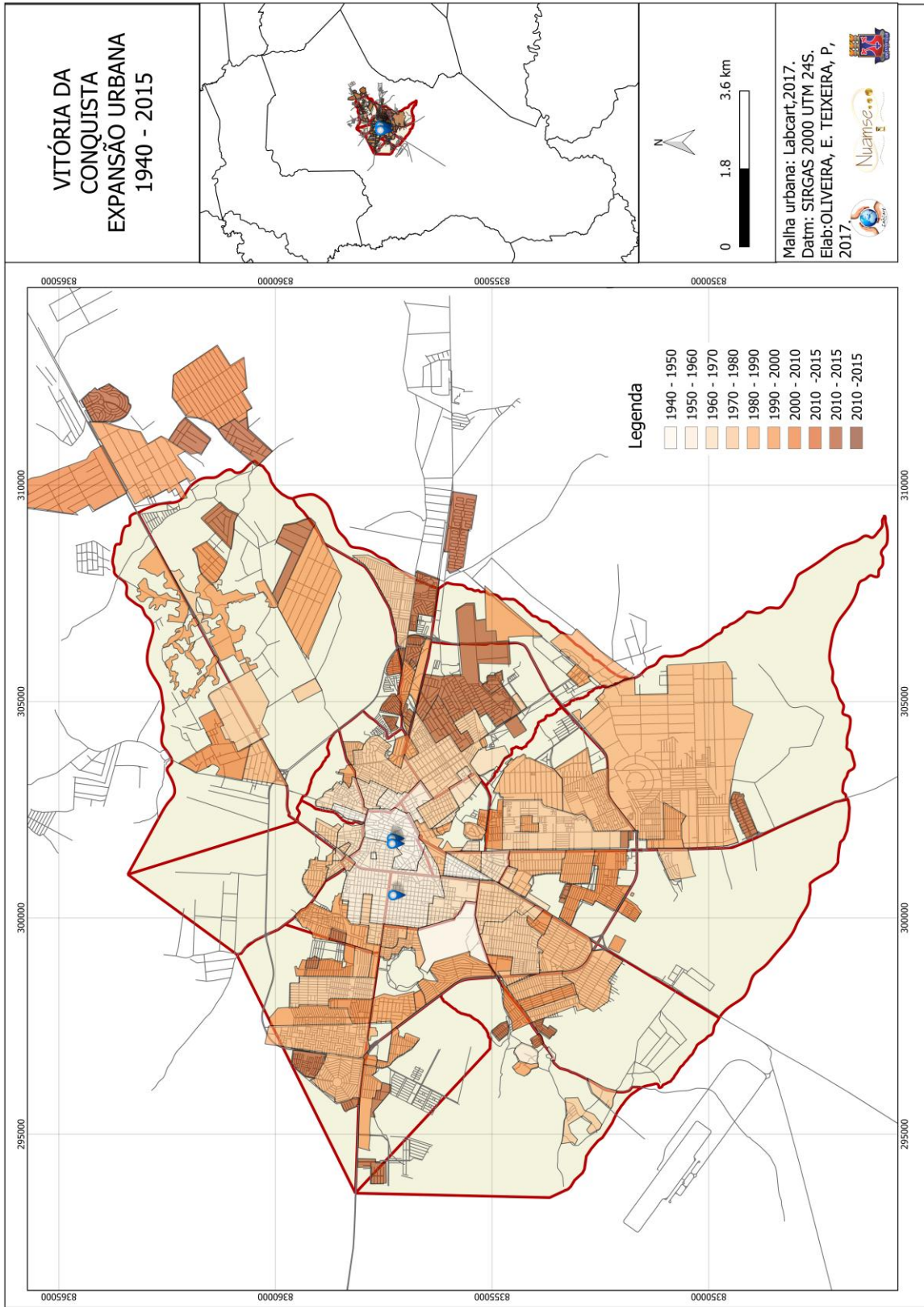
Tabela 1 - População de Vitória da Conquista, 1940 a 2016.

<i>Ano</i>	<i>População Rural</i>	<i>%</i>	<i>População Urbana</i>	<i>%</i>	<i>TOTAL</i>
1940	24 910	74,3	8 644	25,7	33 554
1950	26 993	58,4	19 463	41,6	46 456
1960	31 401	39,3	48 712	60,7	80 113
1970	41 569	32,5	85 959	68,	127 528
1980	43 245	25,3	127 652	74,7	170 897
1991	36 740	16,3	188 351	83,7	225 091
2000	36 949	14,1	225 545	85,9	262 494
2010	32 127	10,4	274 739	89,6	306 866
2016	-	-	-	-	346.069

Fonte: IBGE - Censos Demográficos— 1940, 1950, 1960, 1970, 1980, 1990, 2000, 2010 e 2016 (estimativa populacional).

Por meio da leitura dos dados obtidos do Censo Demográfico, expostos na Tabela 1 é possível verificar a expansão populacional ocorrida em Vitória da Conquista a partir das décadas de 1960 e 1970. Tal fato contribuiu para o aumento da demanda por serviços na cidade, sobretudo, as questões relacionadas ao abastecimento alimentar da população. Esse quadro se relaciona, também, com a construção dos Mercados e da reestruturação das feiras na cidade. A Figura 22 demonstra a expansão da malha urbana da cidade, a partir da década de 1940.

Figura 22 – Expansão da malha urbana de Vitória da Conquista, 1940-2015.



Fonte: Laboratório de Cartografia da UESB, 2017.

Oliveira (2015) considera que no exercício de reflexão sobre a cidade, complexa por excelência, a leitura da paisagem urbana, sob a ótica da Cartografia permite desvendar uma dimensão distinta da qual o olhar nu revela. Trata-se de uma visão da totalidade dos elementos que a compõe, assim é imprescindível analisá-los em suas múltiplas interações, especialmente, por compreender que

[...] se a Cartografia Urbana ajuda a compor a imagem da cidade, em sua plenitude e efervescência, as premissas da Geografia trazem elementos essenciais à compreensão das relações sociais que emergem na cidade. Sob tal perspectiva, a união dessas matrizes corrobora para uma análise enriquecedora do espaço urbano (OLIVEIRA, 2015, p. 13).

A Cartografia compreendida, também, como uma representação social do espaço torna-se um importante instrumento para a sua interpretação, uma vez que as representações cartográficas expressam, além do território propriamente dito, múltiplos sentidos, símbolos e memórias que compõem a produção socioespacial.

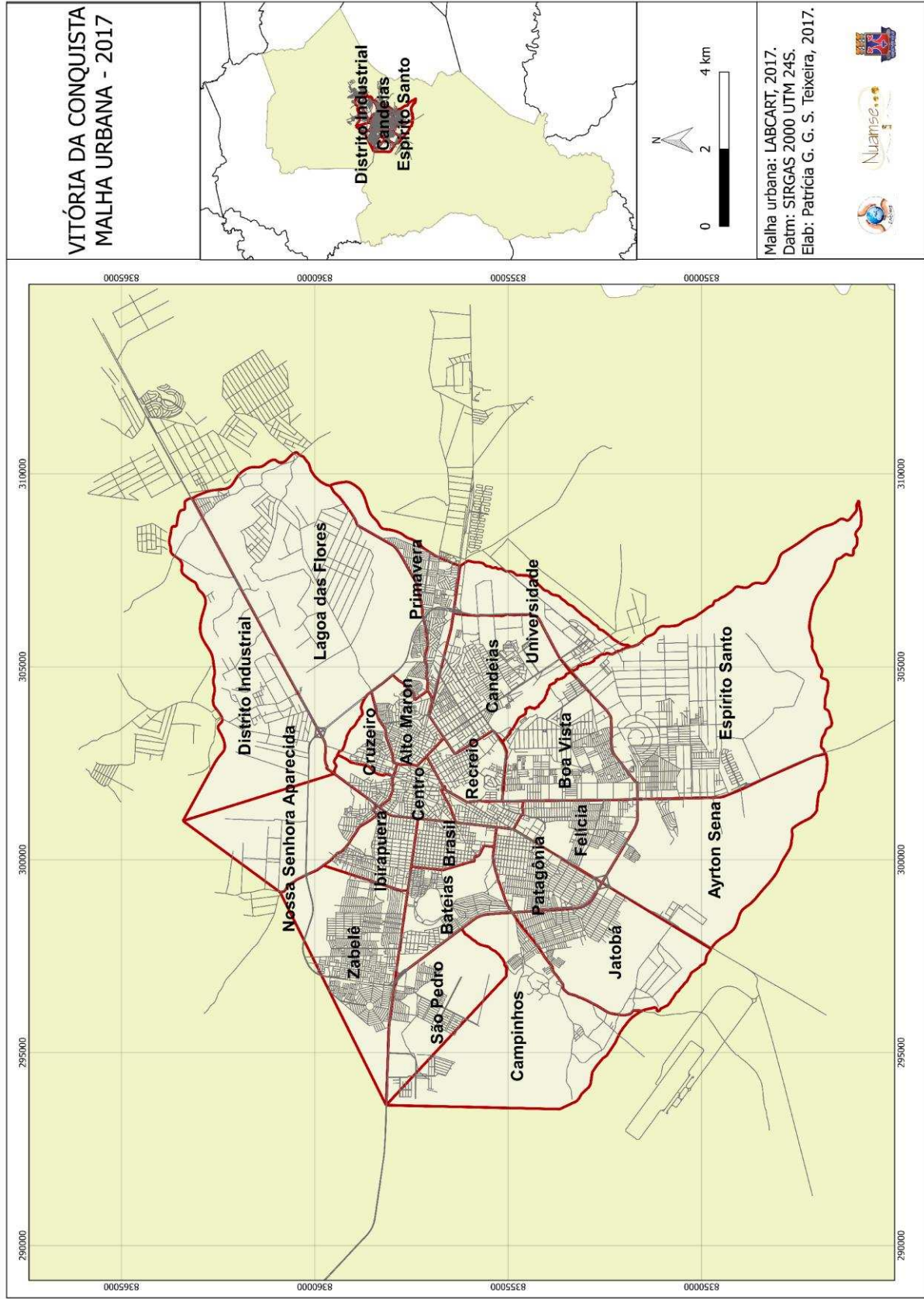
Por meio da leitura das representações cartográficas é possível decifrar a espacialidade das relações sociais no espaço urbano, uma vez que tais representações apresentam as (re)configurações do espaço em sua inteireza e totalidade, considerando também os movimentos simbólicos que constituem a vida na cidade.

Além disso, as reflexões acerca das configurações do espaço urbano segundo a perspectiva das representações, possibilita também uma leitura sobre as sociabilidades urbanas que se materializam nos cotidianos dos bairros da cidade.

Pensar sobre as representações sociais, considerando também o instrumental metodológico da Cartografia, constitui-se como uma possibilidade de interpretação do espaço urbano pelo prisma do espaço vivido e apropriado cotidianamente pelos sujeitos sociais.

É no lugar que as representações sociais são construídas pelos sujeitos sociais num processo em que a vida se realiza cotidianamente em sociedade. E são estas representações que vão moldando as configurações socioespaciais na cidade. Dessa forma, refletir sobre a relação entre as representações sociais e os lugares de memória significa perceber a pluralidade de sentidos, significados e símbolos que compõe o espaço urbano. A Figura 23 apresenta a base cartográfica urbana da cidade de Vitória da Conquista, no ano de 2017.

Figura 23 - Base cartográfica urbana de Vitória da Conquista, 2017.



Fonte: Laboratório de Cartografia da UESB, 2017.

A análise do mapeamento permite inferir sobre o esgarçamento da malha urbana na cidade, tal realidade demonstra a intensificação do crescimento urbano e, conseqüentemente, das demandas sociais que isso implica, fato que corrobora a necessidade de mais alternativas de comércio para suprir as necessidades da população.

Ao considerar esse contexto histórico de transformações do espaço urbano de Vitória da Conquista, convém então, abordar as repercussões dessa realidade para os Mercados, pois se relacionam aos processos e relações que permeiam a produção socioespacial da cidade. Nessa perspectiva, alteraram-se os conteúdos dos Mercados Urbanos, no entanto, as estruturas de alguma forma resistem e persistem como rugosidades diante dos tempos rápidos das paisagens urbanas. Pereira afirma que “[...] vindo de outros modos de produção, o mercado mantém-se como forma comercial sob a qual se desenvolvem diversos aspectos da vida social urbana, ainda que alterados seus conteúdos e transformadas suas relações com o espaço urbano (PEREIRA, 2015, p, 2551).

As transformações na cidade, sobretudo, no entorno dos Mercados, são significativas na memória social dos sujeitos. Tal aspecto é referenciado em diferentes narrativas sobre a vivência/experiência no Mercado Municipal de Artesanato de Vitória da Conquista. A entrevista realizada com uma leitora especial da cidade e consumidora retrata a percepção da monumentalidade do Mercado Municipal de Artesanato, como espaço público de relevância para Vitória da Conquista. Para ela,

[...] o mercado hoje é muito mais um monumento público que remete ao passado da cidade, quando essa atividade ainda era pequena, pontual e conseqüentemente a população da cidade também era pequena e atividade artesanal tinha uma importância maior e desafios menores. Uma transformação grande que eu aponto é o fato de o artesanato da cidade se localizar no centro de Vitória da Conquista e ter que concorrer com o trabalho industrializado cada vez mais maciço e barato²¹.

Para essa entrevistada, além da consideração enfática de que o Mercado se constitui como um monumento na cidade, o artesanato precisa ser mais valorizado em Vitória da Conquista. Ela destaca a competição injusta entre os produtos industrializados importados e os artesanatos produzidos na cidade. A Figura 24 demonstra os produtos artesanais do Mercado Municipal de Artesanato, em evento realizado em 1983.

²¹ Entrevista concedida em outubro 2017, pela leitora especial da cidade, I.S.R.C, 40 anos.

Figura 24 – Exposição de rendas e bordados realizado no Mercado Municipal de Artesanato, em 1983.



Fonte: Arquivo Público Municipal de Vitória da Conquista, consulta feita em 2017.

Os eventos no Mercado Municipal de Artesanato se constituíram como acontecimentos emblemáticos na vida cultural da cidade, principalmente na década de 1980. A população conquistense prestigiava a exposição dos produtos artesanais, valorizando a identidade cultural do lugar, o que pode ser claramente percebido na movimentação de pessoas neste mercado em ocasiões como estas (Figura 25). Interessante notar a presença de homens, mulheres e crianças prestigiando as exposições realizadas. Esse traço tem se evidenciado na memória social dos sujeitos que viveram esse contexto espaço temporal.

Figura 25 – Evento de Exposição de rendas e bordados realizado no Mercado Municipal de Artesanato de Vitória da Conquista, 1983.



Fonte: Acervo do Arquivo Público Municipal de Vitória da Conquista, 2017.

Mendes (2009) argumenta que a memória social não é uma categoria cristalizada, marcada por recordações coesas e harmoniosas, pelo contrário, por se tratar de uma construção social que envolve diferentes sujeitos, sedimenta-se na conflitualidade que é inerente às relações sociais. A narrativa de outro comerciante do Mercadão revela que os Mercados Urbanos se constituem como uma rugosidade no espaço, uma vez que “[...] as transformações ocorreram ao redor, as lojas evoluíram muito e o mercado praticamente continuou a mesma coisa”²².

Nos últimos anos, os Mercados vêm passando por problemas no que se refere principalmente a sua permanência nos locais onde foram construídos, isso se explica, também, pelo progresso das novas formas comerciais modernas que surgiram no entorno dos mercados. É recorrente nas narrativas que os Mercados não mudaram, ou seja, as suas formas estruturais não acompanharam a modernidade das lojas, supermercados, *shoppings* e das multinacionais que chegaram na cidade nas últimas décadas. Tal aspecto tem feito com que a concorrência aos Mercados Urbanos aumente, e como isso ocorra uma perda gradativa de clientes e fechamento de estabelecimentos no interior dos espaços dos Mercados.

No entorno do Mercado Municipal do Bairro Brasil destaca-se como mudança a construção do Centro Cultural Glauber Rocha, a figura 26 mostra a imagem do Centro Cultural Glauber Rocha:

Figura 26 – Centro Cultural Glauber Rocha em Vitória da Conquista, 2018.



Fonte: Blog do Rodrigo Ferraz, 2018.²³

²² Entrevista concedida novembro de 2017, pelo senhor comerciante N.V, 48 anos, 30 anos de comércio.

²³Matéria disponível em: <<http://www.blogdorodrigoferraz.com.br/2015/12/20/complexo-cultural-glauber-rocha-e-o-local-ideal-para-eventos-publicos-em-vitoria-da-conquista/>> Acesso em abril de 2018.

O Centro Cultural Glauber Rocha fica localizado Av. Brumado, s/n, bairro Brasil (próximo da BR-116), de acordo com a PMVC (2018) “[...] é formado pelo Centro Educacional Audiovisual e pelo novo Mercado de Artesanato. Ele possui uma área total de 24.771,56 m², sendo 4.376,58 m² de área construída, e é composto de salas de exposição e cinema, com planetário, área administrativa, 240 boxes”.

A narrativa de uma comerciante que trabalha no espaço desde sua inauguração confirma que “[...] praticamente não mudou. Esse Glauber Rocha que fizeram aí, não influenciou em nada para o mercado”²⁴. Ao iniciar a construção desse espaço, os permissionários do Mercado criaram a expectativa de que o mesmo proporcionasse uma frequência maior da população conquistense no Mercado, contudo, para eles, não houve benefícios nesse sentido. Outro desejo dos comerciantes do Mercado era de que o espaço do Centro Cultural Glauber Rocha cedesse o seu estacionamento para os ônibus e vans que fazem o transporte das pessoas de outras localidades, facilitando o acesso ao Mercado, o que não aconteceu.

Considerar as memórias sociais distintas não implica em caracterizar uma ou outra como certa ou errada, ou ainda considera-las como mais ou menos importantes. Tal rótulo certamente empobreceria a análise proposta, pois, percepções distintas corroboram uma compreensão mais ampla do processo em questão. A realidade é marcada pelas relações sociais permeadas por conflitualidades no espaço. Desse modo, o real, segundo Lefèbvre, “[...] é um conjunto amplo de relações, detalhes, de elementos e particularidades que são captadas numa totalidade, mas que esse conjunto, essa totalidade, por outro lado, jamais podem coincidir com a totalidade do real, com o mundo” (LEFÈBVRE, 2000, p. 112).

Os Mercados não possuem marcas publicitárias de produtos específicos, contudo, são reconhecidos por sua identidade histórica e social. O *marketing* dos Mercados Urbanos não acontece por meio da publicidade tradicional, sua popularidade se reafirma pelo típico *marketing* boca a boca, quando a qualidade, o bom atendimento, a variedade de produtos e serviços são ressaltados pelos frequentadores dos mercados.

Vieira (2014) adverte que diferente dos supermercados, os Mercados na cidade não possuem uma marca, ou pertencem a redes. Dessa forma, são reconhecidos pelo que são, por sua história. O autor considera ainda que “[...] Por trás de cada mercadoria comercializada nos Mercados existe uma história vinculada a quem a comercializa, estabelecendo, dessa maneira, uma espécie de conexão entre o comerciante e a mercadoria” (VIEIRA, 2014, p. 161), a

²⁴ Entrevista concedida em outubro de 2017, pelo senhor comerciante L.F.C, 53 anos, 40 anos de comércio.

exemplo do comércio de carnes, dos artesanatos, das mercearias, dos produtos do campo comercializados nos Mercados, que são marcados pela relação de herança e tradição familiar. A concessão dos terrenos dos Mercados é feita por intermédio de licitações, pois, segundo Vieira,

[...] a permissão de uso do espaço, configurando como uma espécie de aluguel, ou seja, o comerciante paga ao Estado pelo espaço do box e o Estado, por sua vez, concede ao comerciante a permissão de uso daquele espaço, por isso, os comerciantes do Mercado são chamados de permissionários. No entanto, em hipótese alguma, o permissionário se torna proprietário do espaço (VIEIRA, 2014, p. 160- 161).

Em Vitória da Conquista a concessão dos boxes dos Mercados do Bairro Brasil e do Mercado de Artesanato se deu por meio de sorteios realizados pelos órgãos públicos municipais, que cobram uma taxa simbólica dos permissionários, que não são proprietários dos espaços utilizados no interior desses mercados. A narrativa de uma servidora pública entrevistada confirma essa informação.

A permissão é precária. Tem a lei de 1993 que é o Código de política de administração que explica sobre a permissão pública, o município te dá e tem poder de tirar, se o município quiser acabar com isso aqui ele pode fazer isso, pode tomar a permissão que é precária. Não pode vender e nem alugar, agora se o pai falecer o filho pode procurar o município em trinta dias e passar para o filho a permissão²⁵.

A referida Lei Municipal, datada de 1993 vigora até os dias atuais, os permissionários dos mercados públicos estão cientes do que está disposto na legislação em relação ao uso dos boxes e demais espaços desses mercados. No Mercado, que diferente dos demais, é privado e funciona em sistema de condomínio, os usuários detêm a posse do estabelecimento com a escritura dos boxes e pontos comerciais. Essa realidade nem sempre foi assim, pois de acordo com permissionários em um determinado tempo a prefeitura possuía parte dos boxes do Mercado, contudo, há cerca de mais de uma década o município deixou de ser proprietário dos boxes, o que aconteceu por meio da venda destes para os comerciantes.

Os significados que este acontecimento teve para os usuários e os seus desdobramentos, bem como o envolvimento das famílias dos permissionários nesse processo também são abordados nas narrativas dos permissionários. Ao recordar esse acontecimento um comerciante relata: “Me chamou muito atenção. O que vem a minha lembrança foi a

²⁵ Entrevista concedida em 2018, pela senhora servidora pública S.M.F, 41 anos.

venda desses boxes [...] vendeu esses boxes para nós, porque antes a gente não era dono”²⁶. Tal aspecto se configura como um marco na memória dos sujeitos sociais, tendo em vista que por meio da compra, eles se tornaram proprietários do seu local de trabalho. Mais do que a posse do local de trabalho, o valor simbólico e efetivo dessa posse repousa no sentimento de segurança e estabilidade para o sustento da família, pois os sentidos de pertença se evidenciam nas vivências nesse lugar.

A compreensão dos mercados na cidade integra o entendimento da dinâmica que rege a (re)configurações socioespaciais no urbano por meio da análise do cotidiano. A leitura da cidade na dimensão da vivência dos sujeitos sociais é essencial para o seu entendimento, pois é nessa esfera que se realiza a reprodução da vida nas suas diversas escalas.

²⁶ Entrevista concedida em novembro de 2017 pelo senhor comerciante J.D.C, 71 anos, 45 anos de comércio.

**MERCADOS URBANOS DE VITÓRIA DA CONQUISTA: OLHARES, VOZES E
VIVÊNCIAS**



Cartoon digital do Mercado Municipal do Bairro Brasil elaborado por meio de fotografia, 2018.

4 MERCADOS URBANOS DE VITÓRIA DA CONQUISTA: OLHARES, VOZES E VIVÊNCIAS

O passado não reconhece o seu lugar: está sempre presente...

Mario Quintana

Pensar o lugar sob o viés da memória social consiste em vislumbrar as nuances da temporalidade em sopros de recordações e vivências passadas que teimosamente se presentificam no hoje, pois como afirmou o poeta em epígrafe, a matéria prima do presente se faz no reconhecimento do passado. É assim que as representações sociais sobre os Mercados Urbanos de Vitória da Conquista estão presentes nos olhares, nas vozes e nas vivências dos sujeitos sociais que estabelecem vínculos de pertencimento e identidade com esses lugares.

O comerciante, o consumidor, os feirantes, os andarilhos e toda sorte de gente que faz o acontecer cotidiano da vida entre os boxes, bancas, escadarias e caminhos estreitos dos Mercados Urbanos, ajuda a compor a memória social e o significado do lugar. Não por acaso, esses mercados se constituem como lugares da troca, e principalmente do encontro: espaços da sociabilidade urbana, do encontro entre o pobre e o rico, o rural e o cidadão, o velho e o novo que faz a vida acontecer e preenche de conteúdos humanos os espaços da cidade.

Narrar a vida possibilita compreender as representações sociais que constituem os movimentos do cotidiano. Para Jovchelovitch (2000, p. 143) as “[...] narrativas são uma das principais formas discursivas nas quais as representações sociais se desenvolvem (JOVCHELOVITCH, 2000, p. 143). A autora pondera que “[...] não há experiência humana que não possa se expressar na forma de uma narrativa” (JOVCHELOVITCH, 2000, p. 143). O ato de narrar permite descrever cenas e experiências de um tempo vivido nos mercados e que permeia a memória dos sujeitos sociais que conectam as trocas sociais veiculados pelo simbolismo neles presentes.

Ao vivenciar os espaços dos Mercados Urbanos, encontramos diversas manifestações da sociabilidade, desde o momento da troca, do comércio, ao instante do encontro, do tempo vivido. A narrativa de um consumidor e ex-comerciante aposentado no Mercado do Bairro Brasil retrata bem os conteúdos sociais que são presentes nesse lugar. Ele enfatiza:

Nóis é aposentado e vem todo dia tomar um cafezin. As vez eu to em casa, e não tem outro lugar para eu ir, eu venho pra cá, porque eu trabalhei aqui muitos anos. Essa barraca é de minha prima, tem mais ou menos uns 35 anos

que venho aqui. Conheço a história daqui. Começou no chão, naquela época, quem inaugurou foi o finado Pedral, eu lembro²⁷.

A narrativa desse senhor revela a sua vivência no Mercado do Bairro Brasil ao longo dos 35 anos que convive com esse lugar. Esse Mercado faz parte da sua história de vida, para ele é lugar de encontro, faz parte de seu cotidiano o ir e vir ao mercado. Tal hábito de ir ao mercado bater papo, tomar café e encontrar os amigos torna esse lugar repleto de significados. É a vida que pulsa no Mercado do Bairro Brasil, pois para ele, o Mercado é importante, uma vez que beneficia os moradores desse bairro e se constitui como um espaço de fácil acesso e de variedades de produtos para os consumidores.

A Figura 27 evidencia o movimento dos Mercados Urbanos como espaços do convívio social no ir e vir na cidade. São pessoas que fazem suas compras, outras que aproveitam o espaço para descansar ou esperar alguém, e até mesmo aqueles que utilizam os corredores do mercado apenas como lugar de passagem de uma rua para outra.

Figura 27 – O ir e vir dos sujeitos sociais no Mercado.



Fonte: Pesquisa de campo, 2017.

A dinâmica socioeconômica no Mercado e no Mercado de Artesanato apresenta um fluxo maior de pessoas de segunda-feira a sábado. Nesses dias, destaca-se o movimento de pessoas da cidade e da zona rural. Alguns comerciantes do Mercado reclamam das restrições nos horários e dias de funcionamento em períodos festivos na cidade, este funciona de segunda-feira (7h às 18h), aos sábados das (7h às 13h). Os dias e horários de funcionamento são estabelecidos pelos próprios condôminos em reuniões com a administradora.

²⁷ Entrevista concedida em dezembro de 2017, pelo senhor frequentador N.S, 66 anos, aposentado.

O funcionamento e as restrições nos horários de abertura e fechamento podem ser evidenciadas na narrativa de um comerciante, aposentado, que ainda tem comércio no Mercado e lá trabalha há 45 anos.

A gente não tem liberdade aqui dentro de abrir qualquer hora, quando tem um domingo, feriado, época de festa, Natal, São João, que o comércio abre a gente não pode abrir. Não trabalha a hora que quer. Somos condicionados ao sistema do condomínio. Uns querem abrir, outros não. A maioria dos fregueses é de 30 dias, para abrir, tinha que avisar os fregueses antes. O que tá fora abre a hora que quer²⁸.

A narrativa demonstra uma dificuldade na logística do Mercado, fato que atrapalha a organização dos pequenos comerciantes, pois grande parte dos consumidores do Mercado vem da zona rural de Vitória da Conquista. Alguns entrevistados destacaram a resistência em consumir produtos dos supermercados, demonstrando dessa maneira a relação de pertencimento com o Mercado. Outro aspecto marcante foi atribuído a facilidade de acesso como um fator relevante na escolha desse mercado como local para compras. As vans e ônibus que fazem o transporte das pessoas da zona rural para a cidade funcionam de segunda a sábado, e o ponto de parada e encontro é nas proximidades do Mercado e do Mercado de Artesanato, o que favorece o comércio nesses locais. Esse aspecto pode ser vislumbrado na narrativa:

Meus fregueses vêm da zona rural, daqui mesmo, da Barra do Choça. Eu acho que aqui quem frequenta mais é gente da zona rural, aposentados. O movimento aqui é mais pela manhã que a hora que o povo da zona rural vem pra cidade, a tarde o movimento cai. É o povo da zona rural que movimenta o Mercado²⁹.

Na percepção daqueles que trabalham no Mercado há muitos anos, quem movimenta o comércio do mercado são principalmente os fregueses da zona rural, pois são pessoas que possuem esse hábito, de fazerem suas compras e que estabeleceram vínculos com o lugar desde a época em que a cidade quase não tinha supermercados. Esse costume se configura como uma tradição familiar que atravessa gerações. A Figura 28 demonstra que o Mercado Municipal de Artesanato possui estrutura e uma dinâmica diferenciada dos demais Mercados.

²⁸ Entrevista concedida pelo senhor J.C, 71 anos, comerciante, dezembro de 2017. 45 anos de comércio.

²⁹ Entrevista concedida por Z.O, 65 anos, comerciante, dezembro de 2017. 35 anos de comércio.

Figura 28 – O ir e vir dos sujeitos sociais no Mercado Municipal de Artesanato.



Fonte: Pesquisa de campo, 2017.

No Mercado municipal de Artesanato é costume dos proprietários dos boxes aguardarem seus fregueses do lado de fora e, assim aproveitam para conversar com seus vizinhos. Alguns comerciantes desenvolvem ao longo do dia trabalhos manuais como costuras, reparos de roupas, batem botões utilizando máquinas manuais, são diversos serviços oferecidos no interior do Mercado de Artesanato. Os produtos que são vendidos no Mercado de Artesanato atendem a um público que procura por artesanatos, lembranças da terra, embalagens de presentes, bordados entre outros.

No Mercado de Artesanato, os dias de funcionamento são de segunda-feira das 7h às 18h, aos sábados das 7h às 13h. Neste mercado quem determina os horários é a Prefeitura em parceria com a Câmara de Dirigentes Lojistas de Vitória da Conquista.

No Bairro Brasil a dinâmica do mercado é diferente, embora funcione todos os dias, o comércio começa a se intensificar a partir da quinta feira. No domingo o fluxo de pessoas e mercadorias aumenta consideravelmente, no entanto, em decorrência da dificuldade de transportes, os moradores da zona rural não o frequentam nesse dia com tanta intensidade. Os consumidores citadinos, de todas as partes da cidade e, principalmente, do bairro Brasil enchem todos os espaços do interior do Mercado e da feira que acontece em seu entorno no domingo. A Figura 29 demonstra a configuração setorial dos produtos no espaço interior do

mercado, esse pavilhão é o lugar reservado para os cereais e todo tipo de gêneros alimentícios. Os corredores do Mercado do Bairro Brasil possuem dimensões maiores. Neles é possível circular de bicicleta, o que muitos permissionários relataram como um problema.

Figura 29- O ir e vir dos sujeitos sociais no Mercado do Bairro Brasil.



Fonte: Pesquisa de campo, 2018.

O comércio de gêneros alimentícios é um traço marcante no Mercado do Bairro Brasil, lá é possível encontrar variedades de feijões, ervas, derivados de leite e mandioca, que segundo os consumidores, só tem lá. A dinâmica da feirinha do bairro Brasil, também, é mais intensa no domingo e altera a configuração espacial do lugar, pois algumas ruas são fechadas para a exposição dos produtos nas barracas. A Figura 30 ilustra o Mercado do Bairro Brasil, no domingo com a feirinha no seu entorno.

Figura 30- A feira livre em frente ao Mercado Municipal do Bairro Brasil, 2017.



Fonte: Pesquisa de campo, 2017.

A imagem revela os caminhos tanto das compras quanto dos encontros na feirinha do Bairro Brasil. Nela é possível identificar homens, mulheres, jovens, crianças e idosos com suas sombrinhas e bonés, que usam para se protegerem do sol, pois a compra pode se prolongar, uma vez que, para grande parte dos frequentadores a feira e o mercado são lugares de encontro, de troca, de compra e venda, do “bate papo”... Nessa dinâmica o tempo passa sem que as pessoas percebam. Assim, ao percorrerem esses caminhos carregando suas sacolas, carrinhos de feira, as pessoas, por muitas vezes param para tomar um cafezinho, “um dedo de prosa”, comer um pastel, uma buchada, entre outras atividades, demonstrando que tais espaços são de todos sem distinção. As possibilidades são inúmeras e, cada vez mais se adequa ao que mais gosta.

A configuração socioespacial urbana passa pelo entendimento dos elementos peculiares que constituem cotidianamente as dinâmicas e processos das relações sociais que nela se sedimentam, compondo, assim, os lugares de memória na cidade.

Coelho (2013) enfatiza que as relações construídas pelos sujeitos sociais com os lugares de memória envolvem não apenas a afetividade, embora este seja um traço marcante, mas também a própria composição de uma identidade que revela como o sujeito compreende o mundo e também a si próprio, por meio de referenciais oriundos de suas memórias e representações sobre o espaço que vivenciou/vivencia cotidianamente. Essa reflexão encontra respaldo na narrativa partilhada por um comerciante do Mercado do Bairro Brasil, que lá trabalha há 30 anos:

Não consigo me enxergar fora do Mercado. Aqui eu trabalho, daqui que vivo. Ele é muito importante. Tudo que tenho é daqui. Se eu arrumar outra fonte de renda, meu espírito vem aqui. Porque faz parte do meu dia a dia. É a minha fonte de renda e sobrevivência. Eu me sinto enraizado aqui nesse mercado³⁰.

O comerciante não consegue pensar sua existência cotidiana fora do espaço do Mercado do Bairro Brasil. Ele evidencia o significado que o trabalhar nesse lugar ao longo de tantos anos assumiu em sua vida, assim, atribui que as conquistas e o sustento da sua família foram fruto do seu trabalho nesse Mercado. Dessa forma, enraizar-se é sinônimo de ter a vida e a memória atrelada ao lugar que vivencia. Isso demonstra o quanto o Mercado do Bairro Brasil é representativo para esse sujeito social e para tantos outros, com histórias semelhantes ou distintas. Mais do que um espaço de trabalho, é o lugar para onde o espírito quer voltar, que o cotidiano acontece e que a vida se realiza. É, indubitavelmente, o espaço da vida, por excelência dinâmico e complexo.

A leitura dos simbolismos presentes no cotidiano dos mercados na cidade envolve a compreensão das “[...] práticas e gestos que envolvem a compra e venda do alimento como decorrentes de determinados simbolismos que agenciam a vida cotidiana na cidade, tecendo vínculos entre os sujeitos, compondo arranjos sociais particulares e fazendo durar a vida coletiva” (VEDANA, 2008, p. 17). Esse movimento inacabado do acontecer da vida em sociedade qualifica o lugar e o preenche de conteúdos humanos.

Tais premissas corroboram as reflexões de Massey (2008) ao considerar a natureza inacabada do espaço, especialmente quando lido sob o viés do lugar. A autora afirma que o espaço deve ser entendido em toda a sua mobilidade e ser definido pelas relações dinâmicas que se desdobram na tessitura dos processos sociais. Assim, a leitura dos momentos do tempo vivido torna possível garimpar a história do lugar.

4.1 Mercados Urbanos de Vitória da Conquista: garimpendo a história do lugar

*Em todo o tempo, passageiro é a vida...
O tempo tem pressa, e em cada parada uma despedida.
O que temos se vai, o que somos fica.*

Valdecio Gama

³⁰ Entrevista concedida em dezembro de 2017, pelo senhor A.B.S 48 anos, comerciante, 30 anos de comércio.

A amplitude do tempo se evidencia nas relações efêmeras que marcam o ritmo da vida em sociedade. A ferocidade das horas que se vão, deixa os vestígios da historicidade apreendida pelos sujeitos sociais. Os traços de si, as narrativas do eu que permitem desvendar, como num palimpsesto³¹, o que for pleno de sentido e significado, o que fica... como foi exposto em epígrafe.

A permanência dos Mercados Urbanos em Vitória da Conquista é uma rugosidade, é o que fica, mesmo diante das transformações sociais que acontecem alheios a ela. Por meio de suas feiras e de edifícios cobertos, estes espaços ainda se mantêm como lugares da troca e do encontro nas cidades. Para Braudel (1985), são como sinais de desordens, marcados por confusões, gritos, cheiros violentos e o frescor dos seus produtos. É justamente nestes lugares onde ocorre a troca, nas mais diversas acepções da palavra.

Segundo Segre (2005), o lugar público pode ser considerado como um espaço urbano acessível onde se produz o encontro da diversidade. A sociabilidade produzida nos espaços públicos e naqueles que não mais o são, mas que guardam suas características, a exemplo do Mercado, é fundamental na constituição da vitalidade urbana, pois os lugares de vitalidade são aqueles que, de acordo com Filgueiras, promovem “[...] a espontaneidade, a imprevisibilidade e a diversidade do encontro, como também a pluralidade e heterogeneidade de atividades e frequentadores que deles se utilizam” (2006, p. 61).

Dessa forma, garimpar a história dos Mercados Urbanos permite um mergulho na memória social, que nos coloca diante dos diversos pontos de vista dos diferentes sujeitos sociais que estabelecem/estabeleceram alguma relação com esses lugares de memória. Considera-se, assim, que a contextualização histórica é imprescindível à compreensão do cotidiano dos mercados.

O Mercado Municipal de Artesanato foi inaugurado na década de 1950, na gestão do então prefeito Antônio Pedreira. Tal acontecimento marcou época na cidade, como um empreendimento de grande importância para a qualidade de vida da população conquistense. O Mercado, por sua vez foi inaugurado na década de 1970, na gestão do prefeito Fernando Spínola, tal episódio ocorreu

³¹ Segundo Pesavento (2004), o palimpsesto corresponde a “[...]uma imagem arquetípica para a leitura do mundo. Palavra grega surgida no século V a.c., depois da adoção do pergaminho para o uso da escrita, palimpsesto veio a significar um pergaminho do qual se apagou a primeira escritura para reaproveitamento por outro texto. A escassez de pergaminhos os séculos de VII a IX generalizou os palimpsestos, que se apresentavam como os pergaminhos nos quais se apresentava a escrita sucessiva de textos superpostos, mas onde a raspagem de um não conseguia apagar todos os caracteres antigos dos outros precedentes, que se mostravam, por vezes, ainda visíveis [...]” (PESAVENTO, 2004, p. 26).

[...] durante a sua administração (1967 – 1971) construiu um grande Conjunto Comercial, denominado pelo povo como Mercadão, numa área ampla, acima do **mercado primitivo**, após indenizar muitas casas existentes na praça. Ao redor deste conjunto se fixou a feira livre, até que foi construído o Ceasa, no governo de José Pedral Sampaio, (1983 – 1989) num local espaçoso e bem arejado (TANAJURA, 1992, p. 95, grifo nosso).

O mercado primitivo, mencionado por Tanajura (1992), foi o primeiro mercado municipal de Vitória da Conquista, denominado hoje como Mercado Municipal de Artesanato. A inauguração do Mercadão marcou a memória dos comerciantes locais que ao evocarem suas lembranças sobre suas vivências rememoram:

[...] esse Mercado ficou pronto no dia 16 de maio de 1971, [...] Eu só entrei aqui em 1972. Ai acabou com a feira aqui do entorno, e a feira foi para o Guarani, só que não pegou, e não tinha ponto para todo mundo ai a feira voltou novamente. Até alguns anos atrás funcionava ai do lado de fora. Fizeram então o CEASA, levaram muita gente para lá, porque lá não funcionava muito bem eles foram levando comerciantes daqui para lá, foi ai que veio uma queda grande aqui no Mercadão que não funciona mais 100%. Foram construindo Mercados e feiras nos outros bairros e foi enfraquecendo esse Mercado³².

Olha, foi muita gente, os feirantes, [...] tinha muito político [...] Aí colocou meu nome na lista de distribuição dos boxes. Meu número era 35. Eu fui um dos primeiros a receber. [...] Alguns ficaram felizes por receber cá fora um box, e lá dentro também tinha boxes, e alguns questionaram que não iam lá pra dentro, que iam ficar presos. [...] Aí nós entramos e fomos trabalhando, eu por exemplo não tinha condições de casar, não tinha casa para morar, entendeu? E através do trabalho nos anos 70, 71, Deus foi me abençoando, abrindo as portas, eu fui desenvolvendo, fiz economias [...] Esse Mercadão para Vitória da Conquista, na época, foi um sucesso. Uma coisa assim que foi muito útil para o bem da cidade³³.

Ao relatar sobre o dia da inauguração do Mercadão, o comerciante hoje, aposentado, traz em sua narrativa a emoção e o sentimento de quem vivenciou um grande acontecimento para a cidade e, também, que mudou a sua história de vida. Fala de um tempo da sua juventude que trabalhava na feira nas ruas próximas, onde futuramente se construiria o Mercadão.

Com a proposta da construção do Mercadão, as feiras ali existentes seriam extintas, o que deixou muitos feirantes apreensivos. Esses entrevistados faziam parte desse momento em Vitória da Conquista e recorreram aos responsáveis pela obra, inscrevendo seus nomes nas listas de espera para serem contemplados com boxes.

³² Entrevista concedida em dezembro de 2017, pelo senhor J.D.C 71 anos, comerciante, 45 anos de comércio.

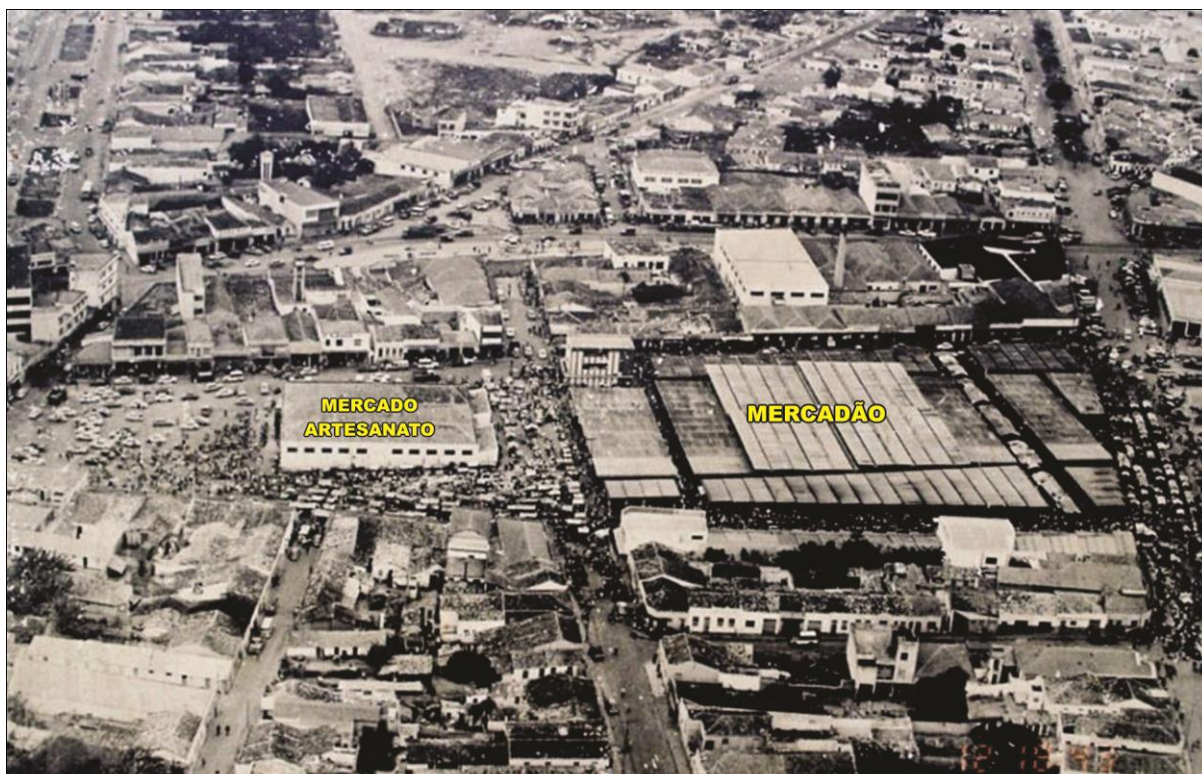
³³ Entrevista concedida em dezembro de 2017 pelo senhor J.S. 69 anos, comerciante, 45 anos de comércio.

O senhor J. S. quando narra esse dia em que a dúvida pairava em seu coração, se de fato seria contemplado com o boxê, deixou transbordar lágrimas ao revisitar a memória e o tempo vivido nesse lugar. O sentimento de felicidade estava evidente em seu semblante. Embora, tenha enfatizado a alegria daqueles que tinham seus nomes escritos na lista de distribuição dos boxes, ele também menciona a decepção daqueles que não conseguiram. Outro aspecto importante em sua narrativa se refere a insatisfação daqueles que receberam boxes dentro do Mercado. A estrutura do Mercado é composta em seu interior por boxes e na parte externa por pontos comerciais, essa distribuição gerou conflitos entre os permissionários e o Poder Público Municipal da época, pois aqueles que foram beneficiados com os pontos exteriores ficaram com os mais valorizados

Na década de 1970 a dinâmica econômica do Mercado ocorria de forma mais intensa, contudo, com a construção da Central de Abastecimento (CEASA), de outros mercados e de feiras livres em outros bairros da cidade a dinâmica econômica do Mercado foi gradativamente se enfraquecendo. No entanto, como afirma um entrevistado, “[...] é um fracasso que muita gente ainda sobrevive daqui”³⁴. Apesar de relatar que o movimento do Mercado já não é o mesmo da época de sua inauguração, o Mercado ainda tem um fluxo significativo e atrai pessoas de várias localidades. Na Figura 31 é possível visualizar a configuração espacial dos mercados, na década de 1970 evidenciando a aproximação entre o Mercado Municipal de Artesanato e o Mercado.

³⁴ Idem.

Figura 31 – Mercado Municipal de Artesanato e Mercado, Vitória da Conquista, década de 1970.



Fonte: <https://fotosdevitoriaadaconquista.files.wordpress.com/19740650-feira-panorc3a2mica.jpg>. Consulta feita em 2018.

Dentre os Mercados Urbanos da cidade, o Mercado Municipal de Artesanato foi o que mais se transformou e, paradoxalmente, permaneceu com outros usos e conteúdos ao longo do tempo. Esse Mercado permanece em vários sentidos, como na sua arquitetura, localização espacial e comércio popular. No entanto, desde a década de 1950, quando foi inaugurado, esse lugar teve conteúdos e funcionalidades diversas.

Durante a década de 1970, funcionou nas instalações do Mercado Municipal de Artesanato de Vitória da Conquista a COBAL, inaugurada no ano de 1972, funcionando até 1977. Tal fato foi marcante na memória dos sujeitos, pois embora a COBAL não tenha sido recordada como um empreendimento que trouxe benefícios significativos para a população, alguns sujeitos lembram dela ter sido implantada no prédio do Mercado Municipal de Artesanato de Vitória da Conquista. Essas transformações são reiteradas na narrativa de um consumidor do Mercado.

Venho sempre no Mercado. Olha o Mercado é novo, antigamente eu vinha na COBAL. O tempo que tem de construído é o tempo que venho aqui. Antes de ter o Mercado eu vinha fazer a feira na COBAL lá dentro do Mercado de Artesanato e que funcionava na Praça da Bandeira. Nessa época, não tinha supermercados aqui, só tinha as barracas. Lá no COBAL vendia de

tudo, arroz, feijão, carne, só vendia lá. Eu saia de Itapirema de cavalo, de carro de boi pra vim aqui comprar³⁵.

As vivências desse entrevistado o qualificam como um leitor especial da cidade pois seu conhecimento sobre a cidade advém da própria experiência de vida. A narrativa evidencia a relação entre o Mercado Municipal de Artesanato e o Mercado, o que acontece desde a sua fundação. Posteriormente, com a desocupação do prédio onde atualmente funciona o Mercado de Artesanato, parte de suas instalações foram locadas para o Banco Brasileiro de Descontos (BRADESCO). O prédio pertence a Prefeitura Municipal de Vitória da Conquista, e na época foi locado por meio de decreto na gestão do prefeito Raul Ferraz, em dois de janeiro de 1978. As transformações e permanências desse lugar ao longo do tempo são expostas no painel fotográfico da Figura 32.

Figura 32 – Transformações e permanências no Mercado Municipal de Artesanato desde a inauguração até 2017.



Fonte: Pesquisa de campo, 2017 e 2018. Taberna da História, consulta feita em 2017.

Até o ano de 2014 existiam barracas e bancas do comércio popular nas proximidades do Mercado Municipal de Artesanato. Em Setembro 2014, com a inauguração do Centro de Comércio Popular de Vitória da Conquista (CCPVC), popularmente conhecido como *Shopping Popular*, ocorreu a transferência desses comerciantes, transformando a configuração da paisagem urbana local.

³⁵ Entrevista concedida em dezembro de 2017, pelo senhor V. G. V, 75 anos, consumidor.

Esse processo de transferência das barracas para o *Shopping* Popular aconteceu de forma conflituosa entre os comerciantes locais e a Prefeitura Municipal, pois o novo empreendimento conta com 302 boxes, quantidade inferior para atender aos barraqueiros e comerciantes da feirinha do Paraguai. Na época da retirada das barracas, não houve um comunicado oficial da Prefeitura em relação ao local para onde iriam os comerciantes remanescentes, fato que levou alguns a resistir no local, mesmo com a retirada das barracas para o *shopping*.

Na narrativa da senhora I. S. F., comerciante nas barracas, é possível perceber que as relações sociais que se estabelecem entre os comerciantes ultrapassam a lógica puramente capitalista pois ao referir-se aos colegas que não foram contemplados com box no *Shopping* a comerciante afirma: “[...] me senti muito triste pelos que ficaram de fora. [...] não voltou todo o pessoal que foi deslocado, pois vieram muitos novatos, gente que não conhecíamos”³⁶. Essas novas relações preenchem o lugar de significados distintos, pois até hoje, os comerciantes demonstram insatisfação quanto a transferência para o *shopping* popular, em decorrência do pouco movimento de clientes.

Mesmo considerando que os comerciantes das barracas que se localizavam na Praça da Bandeira, em frente ao Mercado Municipal de Artesanato não desfrutavam de instalações adequadas, pois na praça estavam à mercê das inundações, da falta de sanitários públicos e da falta de segurança adequada, os comerciantes relataram que sentem saudades do tempo em que trabalhavam nesse lugar. Eles afirmam se sentir prejudicados e muitos devolveram o box para a prefeitura por falta de movimento e, conseqüentemente, baixo rendimento no novo espaço.

O Mercado Municipal do Bairro Brasil foi inaugurado na década de 1980 durante a gestão do prefeito José Pedral Sampaio. As fotografias do período de construção desse mercado ajudam a desvelar os sentidos e significados que permearam/permeiam o seu cotidiano em Vitória da Conquista, contemplando a sua construção até a atualidade. O mosaico fotográfico da Figura 33 torna possível reconstruir as memórias dos sujeitos sociais sobre esse lugar.

³⁶ Entrevista concedida em abril de 2018, pela senhora I. S. F. 60 anos, comerciante, 40 anos de comércio.

Figura 33 – Construção, inauguração e atualidade do Mercado Municipal do Bairro Brasil.



Fonte: Pesquisa de campo, 2018/Arquivo Público Municipal de Vitória da Conquista, consulta feita em 2017.

Além de retratarem o processo de construção do Mercado Municipal do Bairro Brasil, as imagens ilustram a inauguração marcada pela presença de personalidades políticas na história de Vitória da Conquista na década de 1980. A configuração atual desse mercado demonstra que pouca coisa mudou na sua estrutura física. As mudanças ocorrem visivelmente no entorno do lugar, a exemplo da construção do Centro Cultural Glauber Rocha inaugurado no ano de 2015.

A administração dos Mercados Públicos, a saber, o Mercado Municipal de Artesanato e o Mercado do Bairro Brasil são de responsabilidade da secretaria de serviços públicos do município de Vitória da Conquista. O Mercado, por sua vez, é administrado em sistema de condomínio, gerenciado pela síndica Maria Lúcia Santos Rocha, vereadora do município e

proprietária de vários boxes no local. Nos mercados administrados pelo poder público, o valor da taxa de ocupação paga mensalmente é definido pela prefeitura, via decreto municipal, fixado atualmente no valor de R\$10,83. Os permissionários consideram essa taxa um valor simbólico, em sua narrativa a comerciante do Mercado de Artesanato destaca que “a taxa é pequena, estamos satisfeitos graças à Deus, com esse valor³⁷”

A lei nº 246/82 que versa sobre o Mercados Públicos em Vitória da Conquista, “[...] autoriza o executivo a outorgar concessão do uso de áreas (boxes) dos mercados municipais e de outros bens públicos”. O artigo 2º dessa lei estabelece que “[...] o prazo de concessão será de 01 (hum) ano, sempre revogável por igual período, de acordo com o interesse da administração”. Os boxes dos Mercados Públicos, na atualidade, são distribuídos por meio de sorteios realizados pela prefeitura municipal de Vitória da Conquista. A tabela 2 apresenta informações a respeito da organização dos Mercados Urbanos.

Tabela 2 – Aspectos formais dos Mercados Urbanos de Vitória da Conquista.

Nome do Mercado	Quantidade de boxes	Quantidade de boxes ocupados em 2017	Valor da Taxa de Ocupação por mês (R\$)
Mercadão	603	603	42,00 (boxes e bancas) 63,00 (Lojas)
Mercado do Bairro Brasil	301	298	10, 83
Mercado Municipal de Artesanato	44	44	10,83

Fonte: PMVC, 2018.

Os dados apresentados na tabela foram fornecidos pela Prefeitura Municipal de Vitória da Conquista e demonstram a configuração socioespacial de cada Mercado Urbano. Dentre eles, o Mercadão é o que possui maior número de boxes³⁸. Alguns comerciantes para ampliar o seu estabelecimento foram comprando os boxes vizinhos e alguns funcionam atualmente como depósitos de mercadorias. As taxas nos Mercadão variam, os boxes pagam um valor menor, pois possuem dimensões menores que as lojas, e, também as lojas são espaços privilegiados em sua localização na parte exterior. No Mercado do Bairro Brasil dois boxes estão fechados e, de acordo com o administrador em exercício, serão sorteados ainda em

³⁷ Entrevista concedida em abril de 2018, pela senhora L. F. C. 53 anos, comerciante, 35 anos de comércio.

³⁸ Os boxes são espaços menores do que as lojas, e se localizam na parte interior dos mercados Urbanos.

2018. Em termos de tamanho o Mercado Municipal de Artesanato é que possui a menor quantidade de boxes.

As dinâmicas sociais da cidade são férteis para as transformações dos movimentos de reconstrução de lembranças sobre o passado e a elaboração de projetos de futuro, constituem-se como reflexos e condicionantes do processo, compondo elementos centrais de construção da identidade dos sujeitos sociais em relação aos Mercados Urbanos de Vitória da Conquista. Garimpar a história desses lugares constitui o desafio de articular dados e informações advindas das leis, acervos históricos e órgãos públicos com a memória presente nas narrativas dos sujeitos sociais entrevistados.

4.2 Os Mercados Urbanos no fio da memória: entre vozes e silêncios

A narração da própria vida é o testemunho mais eloquente dos modos que a pessoa tem de lembrar. É a sua memória.

Ecléa Bosi

As narrativas permitem conhecer a memória social que alimenta a alma dos lugares. Matéria-prima da memória, as lembranças e esquecimentos, expressos nas vozes e silêncios dos sujeitos sociais tornam possível vislumbrar os significados que permeiam as relações entre os sujeitos sociais e os lugares que vivenciam cotidianamente. A memória, por sua vez, possibilita reconhecer a temporalidade intrínseca na ressignificação desses lugares, pois os sentidos humanos são construídos no acontecer do cotidiano, levam tempo, e tempo é a vida acrescida de memória.

A escritora inglesa Mem Fox, tratou, com profundidade o significado da memória e do esquecimento segundo a perspectiva de uma criança. A narrativa aborda, com singular beleza e poesia, a trajetória de Guilherme Augusto Araújo Fernandes, menino curioso que foi em busca das lembranças perdidas de sua amiga desmemoriada, Dona Antônia. Ao tentar recuperar as recordações de sua amiga, Guilherme nos apresentou o que de mais essencial há na memória: É quente, é cara, é algo que faz rir e chorar: “É algo que vale ouro!” (FOX, 1995, p. 13).

Corroborar-se com as considerações de Guilherme sobre a memória. Compreender a memória do lugar por meio das recordações de quem o vivencia/vivenciou permite adentrar no tempo vivido que o humaniza e preenche de sentidos e significados e realmente, isso vale mais do que ouro. Ao partilhar as memórias do trabalho, da infância, do convívio familiar, das

relações de amizade e dos conflitos experienciados nos Mercados Urbanos, os sujeitos sociais envolvidos na pesquisa nos permitiram conhecer sua realidade, seus modos de vida e suas representações construídas nesses lugares de memória.

Sobre as relações de solidariedade e confiabilidade existente entre os comerciantes e fregueses dos mercados, na voz de uma comerciante ecoa as representações sociais que perfilam as suas memórias vividas no lugar. Ao refletir sobre sua trajetória de vida e trabalho no referido mercado, uma senhora comerciante há mais de 40 anos, aborda como aconteciam as relações sociais nesse espaço, ao relembrar da relação do seu avô com os fregueses. Ela relata:

[...] a morte de meu avô que marcou bastante. [...] Aquelas pessoas mais antigas sempre cheio de histórias para contar com ele. O jeito de tratar os clientes, que hoje é tão difícil... Hoje na correria mal mal se dá um bom dia para os clientes... Aquela amizade que ele tinha com os clientes... Ele parava para conversar, ele ganhava galinha caipira, os clientes chegavam para desabafar com ele, isso marcou demais, a falta que ele fez aqui³⁹!

O reconhecimento e amizade entre esse comerciante e os fregueses, muitas vezes representado pela galinha caipira e pelas prosas sem pressa se constitui num laço social tecido pela confiança, gratidão e solidariedade. O lugar de memória não surge no vazio, ainda que segundo Nora (1993), seja funcional, material e simbólico, sua constituição, no sentido aqui empregado, só ocorre por meio das relações sociais construídas pelos sujeitos que vivenciam cotidianamente o lugar. São laços de pertencimento, familiaridade, tradição e identidade que embora sejam imateriais, se presentificam nas narrativas. Tais ponderações podem ser apreendidas no relato de uma comerciante do Mercado:

Meu pai comprou a loja aqui, meu avô trabalhou aqui muitos anos. Ele morreu já tem mais ou menos sete anos. Meu avô passou pro meu pai e meu pai passou pra gente. Meu avô, inclusive, era pedreiro e trabalhou aqui na construção, assim que inaugurou comprou a loja é por isso que estamos aqui até hoje⁴⁰.

Ao reportar-se a sua trajetória familiar no Mercado, essa entrevistada percebeu o quanto de sua vida está imbricada na memória desse lugar. São relações sociais que marcam as heranças familiares e atravessam gerações. Ainda sobre a sua vivência, a mesma entrevistada afirma:

³⁹ Entrevista concedida em dezembro de 2017, pela senhora J. O. L, 53 anos, comerciante, 35 anos de comércio.

⁴⁰ Idem.

Aqui era loja de meu pai, então, desde que tinha na faixa 12 a 13 anos que eu ajudava meu pai aqui, vendendo cereais e hoje continuo aqui vendendo verduras. Tem em torno de 40 anos mais ou menos. [...] Com certeza o Mercado é importante porque assim como criei meu filho aqui, meus irmãos que também trabalham aqui, também criaram seus filhos, porque aqui não tem fábrica para poder ter mais trabalho, então cada um vai chegando e trabalhando e formando sua família⁴¹.

A vivência intensa, desde a infância e o trabalho para o sustento da família, são traços marcantes na memória dos sujeitos que vivenciam o Mercado. Outra entrevistada confirma a importância desse lugar para sua vida e, sobretudo, para sua família. Sua narrativa, carregada de emoção e reconhecimento traduz tais significados: “Desna o dia que eu nasci... Eu nasci, criei, vivendo aqui dessa feira no Mercado. Eu trabalho aqui, meu pai trabalhou, minha mãe trabalhava aqui, eu criança vinha pra aqui também⁴².”

As lembranças evocadas traduzem o significado do Mercado que atravessa as temporalidades vividas por cada geração da família. Esse traço é comum nos Mercados Urbanos da cidade de Vitória da Conquista. Os pais levam seus filhos ainda crianças para seu local de trabalho, desenvolvendo neles, também, vocações e habilidades com o trabalho no comércio em mercados. Um ex- comerciante do Mercado, hoje aposentado relata que,

[...] eu não tinha condições de casar quando eu ganhei o box no Mercado, mais fui trabalhando, desenvolvendo e daqui conseguir tudo que tenho [...] meus filhos cresceram convivendo nesse mercado, então eu cansei, me aposentei e como eles não quiseram se dedicar aos estudos eu dividi entre eles os boxes que tinha, e hoje eles trabalham no mercado⁴³.

A abordagem do entrevistado demonstra que a vivência no Mercado marcou a trajetória da sua vida. As relações sociais ultrapassam o âmbito das relações de troca os mercados são lugares do encontro, de trocas simbólicas que envolvem identidades, tradições, ritos e afetos que ressignificam continuamente o lugar e sobremodo, os homens e mulheres que o vivenciam.

A narrativa de outra entrevistada, revela a história de vida marcada pela afetividade e pertencimento ao Mercado Municipal de Artesanato. Ela faz a seguinte afirmativa, em relação ao convívio social nesse mercado: “[...] a convivência aqui é ótima a gente aqui se torna uma

⁴¹ Idem.

⁴² Entrevista concedida em dezembro de 2017, pela senhora Z. A. 65 anos, comerciante, 45 anos de comércio.

⁴³ Entrevista concedida em dezembro de 2017, pelo senhor ex-comerciante do Mercado, 71 anos.

família todo ambiente de trabalho tem seus problemas, mas graças a Deus nunca tive problema com ninguém, me relaciono otimamente com todo mundo”⁴⁴.

Além de se constituírem como espaço do trabalho, os corredores, escadarias e vãos dos mercados eram também lugar de brincadeira e aprendizado para as crianças que frequentavam o lugar. A necessidade de trabalhar para sustentar a família faz/fazia com que alguns pais levassem seus filhos ainda cedo para os mercados, o que reforça a concepção de que os mercados são antes de tudo o *locus* de reprodução social da vida.

4.3 O Mercado como lugar de reprodução social da vida: discursos e representações

Quando sujeitos sociais falam sobre sua realidade, seja ela passada ou futura, eles impregnam a narrativa como o seu modo atual de viver, experienciar e sentir.

Sandra Jovchelovitch

Revisitar a memória dos Mercado Urbanos, por meio das narrativas dos sujeitos sociais, constituiu-se num desafio de vencer os lapsos do tempo, que teimam em silenciar as recordações dos sujeitos sociais que se relacionam/relacionaram com os mercados, embora essas permaneçam vivas para os sujeitos, mesmo que o tempo insista em dissipá-la.

A compreensão da memória e das representações sociais acerca dos Mercados Urbanos configura-se numa leitura das dinâmicas do espaço vivido, num complexo ir e vir entre presente, passado e futuro. A teia de relações que se desdobram nesses lugares convida a refletir sobre o seu significado na vida dos sujeitos sociais.

Para além da rememoração dos fatos passados, a memória social permite analisar tais lembranças por meio da percepção e do olhar contemporâneo. É preciso ter claro, que a existência humana prescinde da dimensão espaço temporal, assim, tem-se a cidade como espaço da produção humana e, sobretudo, social. A leitura dos Mercados Urbanos torna esses espaços privilegiados para que no hoje seja possível refletir sobre aquilo que de alguma forma se projeta como memorável para o futuro.

Pensar o futuro desses espaços significa adentrar no horizonte de significados que os integram. Sobre as reformas necessárias à manutenção dos mercados, há diversas narrativas

⁴⁴ Entrevista concedida em novembro de 2017, pela senhora comerciante artesã, Z. S, 60 anos.

reiterando que pouco foi feito nesse sentido. No que se refere aos problemas⁴⁵ enfrentados pelos permissionários no interior do Mercado Municipal do Bairro Brasil e, também, do Mercadão, os entrevistados dizem se sentir desprotegidos, pois falta segurança nos mercados, e neles acontecem furtos de mercadorias. Outra insatisfação é em relação a limpeza dos mercados tanto da estrutura física, quanto da limpeza do interior do espaço. Tais questões foram sintetizadas na Figura 34:

Figura 34 Problemas relatados pelos permissionários sobre os Mercados Urbanos de Vitória da Conquista, 2018.



Fonte: Elaborado pela autora, 2018.

A infraestrutura desses lugares tem sido negligenciada por parte do setor público, e também da administração privada. Esse aspecto preocupa os comerciantes locais, pois apesar do ambiente marcadamente rústico, são necessárias condições mínimas para a higiene e armazenamento, especialmente por se tratar, na maioria das vezes, de gêneros alimentícios. A Figuras 35 retrata a exposição dos produtos, e a composição de um sistema simbólico dos alimentos tradicionais comercializados nos mercados.

⁴⁵ A figura apresenta os problemas relatados pelos permissionários sobre os Mercados Urbanos de Vitória da Conquista em organograma que representa a estrutura formal das narrativas. Vale destacar que as cores não possuem nenhuma relação quantitativa entre os problemas citados.

Figura 35 - Disposição de cereais em sacarias no Mercado do Bairro Brasil em Vitória da Conquista.



Fonte: Pesquisa de campo, 2018.

A pesquisa de campo nos mercados possibilitou a constatação da vivência e de visões estéticas compartilhadas no lugar que aparecem na disposição dos boxes, das bancas, nas prateleiras, na forma como são expostos os alimentos tradicionais, tal como se observa na Figura 36.

Figura 36 - Disposição de biscoitos e queijos em boxes no Mercado do Bairro Brasil em Vitória da Conquista.



Fonte: Pesquisa de campo, 2018.

A exposição desses alimentos para que os clientes possam ver, sentir e degustar é um atrativo a mais nos mercados. É possível afirmar que cada banca, boxe, prateleira ou barraca tem um pouco da identidade de quem a organiza. Trata-se de um saber fazer peculiar

apreendido ao longo da vida, no cotidiano de trabalho diário nesses lugares. A Figura 37 mostra a forma como são organizados alguns produtos no Mercado.

Figura 37- Exposição de produtos comercializados no interior do Mercado



Fonte: pesquisa de campo, 2018.

A divisão dos tipos de produtos comercializados no Mercado e no Mercado do Bairro Brasil foi estabelecida pelas construtoras responsáveis pelas obras. Os comerciantes obedecem a tais critérios de setorialização dos produtos na espacialização dos seus estabelecimentos. As cores, sabores e cheiros dos alimentos tradicionalmente comercializados nos Mercados Urbanos de Vitória da Conquista circulam por entre corredores, revelando as territorialidades, a identidade social e as formas de resistências da cultura dos alimentos tradicionais da cidade. É importante observar que os sentidos como a visão, o olfato, o tato e o paladar são muito utilizados na escolha dos produtos, pois o olhar, o cheirar, os produtos, experimentar é algo característico dos consumidores dos mercados e feiras. Nos mercados é comum a exposição de cereais e de outros alimentos em sacarias, que são comercializados de maneira diferente dos supermercados, uma vez que neles os alimentos são empacotados e seguem um padrão industrial de produção e comercialização.

Essa é uma singularidade que só pode ser encontrada nos mercados, tal prática se constitui em característica marcante de alguns lugares do sertão baiano. O saber fazer configura-se numa manifestação do sabor do tempero dos mercados. As cores e cheiros desses lugares integram memórias e representações sociais, muitas vezes expressas em práticas cotidianas, como a exposição dos condimentos ao alcance fácil do consumidor (Figura 38)

Figura 38 - Organização de temperos no Mercado do Bairro Brasil em Vitória da Conquista.



Fonte: pesquisa de campo, 2018.

Se a memória é o tempero da vida, os alimentos tradicionalmente comercializados nos mercados dão sustentação a memória e a identidade da vida no lugar. Esses alimentos traduzem os sentimentos de afeto, pertencimento e identidade construídos nas relações entre espaço, tempo e memória. Ao questionar um consumidor porque ele gosta de comprar no Mercado do Bairro Brasil, ele disse que “[...] venho do bairro Candeias aos domingos para vir comprar aqui porque existem produtos, tipos de feijões que só se encontra nesse mercado”⁴⁶.

Os alimentos tradicionais se constituem como manifestação inequívoca das práticas socioculturais que compõem a memória e a identidade nas configurações dos Mercados Urbanos. Sobre os alimentos comercializados nos mercados, bem como a exposição dos mesmos, Vedana (2008) enfatiza que,

[...] os gestos dos fregueses que escolhem seus alimentos, apalpando, tocando, cheirando, pedindo para “ver por dentro”, ou seja, abrir frutas e outras hortaliças, provando os sabores diversos destes elementos, às imagens

⁴⁶ Entrevista concedida em dezembro de 2018, pelo senhor D.G. 45 anos professor universitário.

das crianças que neste mesmo gesto analisam cuidadosamente os alimentos que restam caídos ao chão, ou que recebem em troca de algum trabalho, dos feirantes que reconhecem as preferências de seus clientes e os convidam a provar um novo sabor, um novo tempero, compõem-se um mosaico que narra esta dinâmica de aceitação da finitude e da morte num movimento de assimilação do devir (VEDANA, 2008, p. 28).

O saber fazer, manifestação inequívoca das práticas sociais apreendidas ao longo da vida revelam que na simplicidade repousa o zelo, a confiança e a amizade construída entre fregueses e comerciantes. Sobre tal aspecto, a narrativa do comerciante confirma que os laços estabelecidos na relação entre comerciantes e fregueses ultrapassam os limites da relação comercial. Ele declara “[...] Tenho fregueses que me acompanham desde o começo, quando meu pai ainda era vivo, eles são leais [...] quando faço um evento em minha casa, natal, aniversário, réveillon são os primeiros que chamo para participar... Considero pessoas da família”⁴⁷.

A convergência entre a leitura geográfica e a memória social na discussão sobre os Mercados Urbanos permite decifrar as nuances e representações sociais que influenciam e, simultaneamente, são influenciados pelas práticas sociais dos grupos que as constituem.

Os arranjos dos boxes de vendas dos artesanatos no Mercado Municipal de Artesanato possuem uma configuração espacial diferenciada dos demais mercados estudados, posto que os produtos vendidos são artesanatos como: lembranças da Bahia, bonecas de pano, enxovais para bebês, artigos de mesa, cama e banho, bordados, crochês, embalagens para presentes, dentre outros serviços e produtos oferecidos à comunidade conquistense. A imagem dos artesanatos, dos gestos e as narrativas dos sujeitos sociais permeiam a memória social que compõe o lugar. As veiculações das diversas feições simbólicas tecem os laços e as representações sociais do mercado. O painel das figuras 39 retrata a exposição dos artesanatos no mercado.

⁴⁷ Entrevista concedida em novembro de 2018, pelo senhor comerciante V.G, 55 anos, 40 anos de comércio.

Figura 39 – Painel fotográfico com os tipos de artesanato presentes no Mercado Municipal de Artesanato.



Fonte: Pesquisa de campo, 2018.

A leitura das fotografias aliadas às narrativas, torna possível vislumbrar as especificidades do Mercado Municipal de Artesanato. O colorido das fotografias é acrescido pelo tom da saudade e da memória dos sujeitos sociais envolvidos no processo. Memória do lugar ou do tempo, tempos distantes, espaço próximo. Ambos permanecem vivos nas reminiscências das lembranças do passado lido e percebido pela ótica do presente, quando o ontem, o hoje e o amanhã convergem em temporalidades plurais e complexas. Sobre o futuro do Mercado Municipal de Artesanato, uma entrevistada reflete sobre os conflitos que permeiam a sua permanência:

O mercado vai permanecer aqui sim, porque a gente fala não somente de box mais de histórias de enraizamento. Se tirar uma senhorinha dessa aqui ela morre, mesmo prometendo para ela que só são três meses para reformar o telhado e que vai voltar, imaginar perder o espaço e não é falar do financeiro... É mesmo de afeto de valor sentimental com o lugar⁴⁸.

A narrativa da supervisora do Mercado de Artesanato evidencia o sentimento de pertencimento existente entre os permissionários e o lugar. Ao cogitar a necessidade de reformar o espaço, alguns não aceitam deixar o Mercado por um tempo, pois eles têm medo de perdere seu espaço de trabalho e convivência. A pesquisa de campo revelou que alguns permissionários estão no Mercado desde a sua inauguração e, para esses, ta lugar assume um

⁴⁸ Entrevista concedida em novembro de 2017, pela senhora S.M.F, supervisora do Mercado Municipal de Artesanato, 41 anos.

valor sentimental que ultrapassa o aspecto econômico. O enraizamento dos sujeitos sociais é um traço relevante nas representações construídas sobre os mercados urbanos. Com frequência, encontramos narrativas que afirmam: “O mercadão significa tudo pra mim, porque tudo que tenho financeiramente foi daqui...então não posso reclamar não. Ele é tudo na minha vida. Tanto é que to imaginando sair daqui, me aposentar”⁴⁹. O reconhecimento de que o Mercadão foi o meio de trabalho que possibilitou a construção material e imaterial dos sonhos e projetos realizados pelo comerciante se presentifica nas representações sobre a memória do lugar.

Isso acontece porque além de configurar-se como lugar do trabalho, esses espaços contituem-se também como *locus* para o lazer, onde se estabelecem teias de sociabilidade urbana. É, sem dúvida, o espaço do encontro e das trocas simbólicas, lugar da reprodução da vida. É o que garante o sustento da família e, em decorrência disso, significa gratidão e reconhecimento. Isso se evidencia na narrativa de um comerciante sobre o Mercado do Bairro Brasil: “Significa ter criado toda minha família. Tudo que tenho, tudo que sou é pelo Mercado”⁵⁰. Tal característica também é premente no Mercadão, quando um comerciante considera: “O mercado significa o meu sustento e da minha família”⁵¹. As narrativas dos sujeitos sociais tornam os mercados plenos de sentidos e possibilita compreendê-los como lugares de memória na cidade. Esses sentidos e significados mais marcantes na memória dos entrevistados foram sintetizados na figura 40:

Figura 40 - Sentidos e significados relatados pelos comerciantes e pelos consumidores dos Mercados Urbanos de Vitória da Conquista.



Fonte: Elaborado pela autora, 2018.

⁴⁹ Entrevista concedida em novembro em 2018, pelo senhor comerciante V.G, 55 anos, 40 anos de comércio.

⁵⁰ Entrevista concedida em novembro em 2018, pelo comerciante J.D.C, 71 anos, 45 anos de comércio.

⁵¹ Entrevista concedida em novembro em 2018, pela senhora comerciante L.F.C 53 anos, 35 anos de comércio.

Os laços construídos pelos permissionários, comerciantes e consumidores envolvem não apenas afetividade, mas principalmente a própria constituição de uma identidade, em que os sujeitos sociais compartilham de uma memória social, experienciada por intermédio de suas vivências nos Mercados Urbanos.

Interpretar a cidade é percorrer trajetos, histórias de vida e temporalidades diversas. Como discutem Miranda e Siman é “[...] aprender a ler o tempo histórico, não como tempo linear e vazio dos relógios” (2013, p. 51), mas como o tempo da ressignificação das relações sociais, que permeiam a experiência humana na cidade.

Ao reconhecer essa dinamicidade do tempo e do espaço na cidade é possível analisar as transformações e permanências intrínsecas a ela. A narrativa de um professor universitário demonstra os significados que permeiam suas representações em relação ao Mercado Municipal de Artesanato de Vitória da Conquista.

Percebi que antes o Mercado de Artesanato tinha mais destaque na cidade, ele era mais evidenciado, hoje ele está meio oculto, lá dentro tem um teatro que é pouco utilizado você não ver na mídia dando um destaque de algo que se fez lá. Está faltando isso. **Percebo que o mercado foi se apagando**⁵².

O tom de emoção que permeia essa narrativa é revelador da saudade desse sujeito social de um tempo em que o Mercado Municipal de Artesanato de Vitória da Conquista tinha mais representatividade no cenário urbano conquistense.

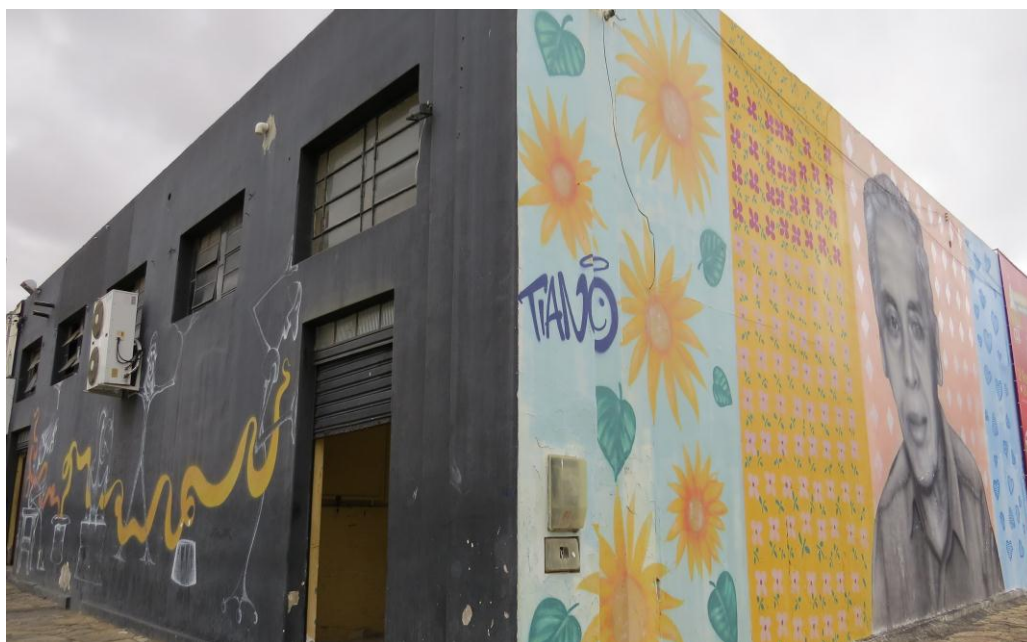
Os mercados são concebidos como lugares da reprodução social da vida. Quando incentivado a evocar as lembranças acerca da cultura no Mercado Municipal de Artesanato de Vitória da Conquista, uma consumidora traz a seguinte narrativa: “O que vem a minha memória é a cultura e as lembranças que são vendidas no Mercado de Artesanato, que representam a nossa terra [...] o mercado é um marco para Conquista, representa uma parte da história de Conquista”⁵³. Dessa maneira, a cultura é um elemento importante que permeia as memórias dos sujeitos sociais, tal aspecto se concretiza, também, pelo fato de no Mercado Municipal de Artesanato encontrar-se o Teatro Municipal Carlos Jeovah⁵⁴ (Figura 41), inaugurado no dia primeiro de maio de 1982.

⁵² Entrevista concedida em 2015, pelo senhor leitor especial da cidade. E.O, 49 anos.

⁵³ Entrevista concedida em 2017, pela senhora consumidora A.E, 42 anos.

⁵⁴ Carlos Jeovah de Brito Leite, fundador e diretor do grupo de teatro Avante Época.

Figura 41 - Teatro Carlos Jeovah, Vitória da Conquista.



Fonte: Pesquisa de campo, 2018.

O teatro Carlos Jeovah é um espaço de sociabilidade e lazer na cidade, nele se expressam as diversas formas de saber, cultura, arte entre outras atividades mencionadas por aqueles que o frequentam. Esse espaço é dotado de vida, alegria, choros, músicas e danças que atraem pessoas de várias idades, o que o torna um lugar pleno de sentidos na memória de quem com ele se relaciona. A figura 42 retrata a pintura de Carlos Jeovah na fachada do Mercado Municipal de Artesanato.

Figura 42 – Pintura retratando Carlos Jeovah em frente ao Mercado Municipal de Artesanato.



Fonte: Pesquisa de campo, 2018.

A pintura com a imagem do teatrólogo Carlos Jeovah na parte externa do Mercado Municipal de Artesanato foi feita no ano de 2017, quando o espaço passou por um processo de revitalização. De acordo com a supervisora pública do referido Mercado, este está passando por algumas transformações que dependem de “[...] gestões, e essa de hoje a gente conseguiu bastante coisa como esse cantinho de leitura, a gente pediu e eles atenderam, conseguiu as mesas, os livros. É pouco, mas está avançando, teve pintura. Está sendo revitalizado aos poucos”.

No final do ano de 2017 a nova gestão do Mercado de Artesanato iniciou um processo de revitalização do espaço, tal acontecimento chamou a atenção dos cidadãos conquistenses e, também dos permissionários, posto que desde sua inauguração pouco se fez em relação a estrutura do edifício. A Figura 43 apresenta o espaço onde foi criado o cantinho da leitura sob a direção dessa entrevistada, em 2017.

Figura 43- Cantinho da leitura, Mercado Municipal de Artesanato.



Fonte: Pesquisa de campo, 2017.

O cantinho da leitura foi criado em 2017, com o intuito de permitir aos permissionários e frequentadores do Mercado Municipal de Artesanato, um espaço de convivência, conhecimento e lazer. Quanto ao uso dos livros fica restrito apenas para consultas no local.

Ter um teatro no seu espaço é uma característica singular a esse mercado, pois não é comum encontrar teatros no interior dos mercados no Brasil. O teatro foi construído no prédio do Mercado Municipal de Artesanato pela Empresa Municipal de Urbanização de Vitória da Conquista (EMURC) para a Secretaria Municipal de Educação e Cultura (SMEC), sob a responsabilidade da professora Maria Célia Ferraz, na administração de Raul Ferraz. De acordo com informações disponíveis no site oficial da Prefeitura Municipal de Vitória da Conquista o teatro,

[...] recebeu este nome em homenagem ao teatrólogo e poeta Carlos Jeovah de Brito Leite, fundador e diretor do grupo de teatro Avante Época. Artistas locais têm se apresentado com espetáculos de música, teatro e dança, além de artistas de outros estados e movimentos culturais diversos. O teatro revela-se como importante apoio para esses segmentos, como espaço para o desenvolvimento de espetáculos, ensaios e oficinas (PMVC, 2018).

Atualmente, o teatro Carlos Jeovah é administrado pela secretaria da Cultura, e diversos movimentos culturais e espetáculos acontecem em seu espaço. No entanto, têm-se claro que o espaço do Mercado Municipal de Artesanato de Vitória da Conquista, que por muito tempo foi considerado pelos sujeitos sociais o *lócus* e referência da cultura na referida cidade tem perdido, na atualidade, esse traço tão marcante na sua identidade e, sobretudo, na memória dos sujeitos sociais participantes da pesquisa, isso aconteceu pois com o crescimento da cidade, outros espaços foram criados, e atividades culturais que antes se concentravam no Teatro, passam a se desenvolver nesses novos ambientes, tais como: Centro de Cultura Camilo de Jesus Lima e Centro Cultural Glauber Rocha. A Figura 44 retrata o interior do teatro nos dias atuais.

Figura 44 - Interior do Teatro Carlos Jeovah, Vitória da Conquista.



Fonte: Pesquisa de campo, 2018.

As manifestações culturais configuram-se num importante pilar da identidade dos grupos sociais. A herança cultural de uma cidade é um *constructo* social repleto de significados e simbolismos, que afloram na memória dos sujeitos sociais que vivenciaram esse processo. As paisagens da cidade, inclusive o Mercado Municipal de Artesanato, revelam não somente a diversidade temporal, mas, também, cultural. Nesse processo, coexistem no mesmo tempo um sem-número de temporalidades, num ir e vir intenso e contínuo entre presente, passado e futuro. Para a supervisora o mercado é importante para a cidade pois, “[...] faz parte do centro antigo, tem mais de trinta anos. Ele praticamente é um patrimônio histórico da cidade [...] ele é importante porque aqui é onde começou [...] É onde vende lembrança da cidade, faz parte da história da cultura”.

Com esse entendimento, os mercados são concebidos como lugares da reprodução social da vida. A narrativa dessa entrevistada aborda a sua percepção em relação às mudanças que ocorreram com o Mercado Municipal de Artesanato de Vitória da Conquista. Seu relato revela que a transferência das atividades culturais desse mercado para outros espaços se constitui num prejuízo para a cidade, que deve ser revertido com investimentos do poder público. Torna-se evidente em sua narrativa, uma carga de sentimentos em relação ao mercado e as relações que nele se estabelecem. É notável o seu desejo de ver esse lugar de memória mais valorizado, pois ela afirma:

Observei que com o crescimento da cidade, foram tirando o núcleo aqui dessa região para lugares de poder aquisitivo maior, como por exemplo, o Centro de Cultura, Mediterrâneo, Mira Flores e Divaldo Franco. Os eventos foram centralizados mais nesses lugares, mas eu creio que faltou mesmo foi investimento da parte do município para revitalizar o Mercado de Artesanato para que pudesse se ter uma visibilidade maior dentro da cidade⁵⁵.

Como destacado na narrativa apresentada, a maior parte das atividades culturais acontecem em espaços de eventos privados em Vitória da Conquista. O teatro comporta até 150 pessoas no seu interior, tal aspecto inviabiliza que nele ocorram eventos culturais de grande e médio porte que atendam à população. A narrativa dessa entrevistada destaca a importância do poder público com investimentos que valorizem e ofereça visibilidade ao Mercado de Artesanato e sobretudo, ao Teatro Carlos Jeovah. Assim, eventos culturais e de festividades que tenham um público maior, são realizados em espaços como o Centro de Convenções Divaldo Franco, espaço do Mira Flores, Loja Maçônica Conquistense, Limão

⁵⁵ Entrevista concedida pela senhora leitora especial da cidade, I.S.R.C, 40 anos, em 2017.

Doce entre outros. A Figura 45, apresenta os principais locais de eventos na cidade nos dias atuais:

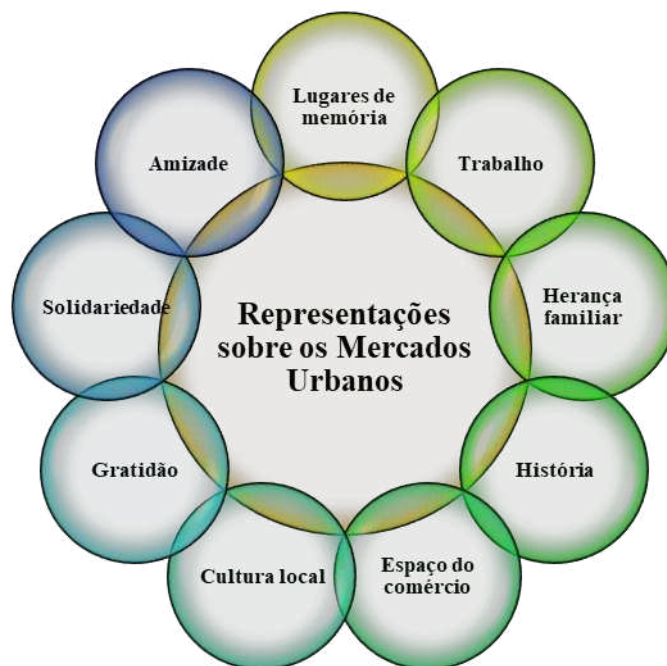
Figura 45 - Principais locais de eventos culturais na cidade, Vitória da Conquista, 2018.



Fonte: Imagens disponíveis na internet (Google imagens), consulta feita em 2018.

É nessa complexa trama de relações que o lugar se constitui em diversas temporalidades, ainda que no presente seus conteúdos tenham assumido outras formas e significações. Com o propósito de sintetizar e dinamizar a interpretação das narrativas dos sujeitos entrevistados, apresenta-se a Figura 46 que consiste num diagrama temático com a exposição dos elementos mais representativos em relação à análise das representações sobre os Mercados Urbanos de Vitória da Conquista. Quando questionados a respeito das representações sociais em relação aos Mercados Urbanos, foram encontrados de maneira mais marcante os seguintes elementos:

Figura 46 - Representações sobre os Mercados Urbanos de Vitória da Conquista.



Fonte: Elaborado pela autora, 2018.

As relações sociais entre os Mercados Urbanos e os sujeitos sociais que o vivenciam/vivenciaram ao longo de suas trajetórias de vida são repletas de significados e representações, que de certa forma, constituem o imaginário popular e a identidade desses sujeitos. A concepção desses espaços, como lugares marcados pela memória, cultura, relações sociais e espaço de manutenção da vida estão presentes de forma intensa nas narrativas.

Solidariedade, gratidão, cultura, memória, conflitos, contradições... os Mercados Urbanos de Vitória da Conquista são lugares de reprodução da vida, onde o acontecer cotidiano das relações sociais, vão, dia a dia, concretizando a vida e construindo, incessantemente a história no lugar. O tempo vivo da memória é lido, interpretado, reescrito com os traços do presente, em releituras do passado na construção de amanhã que estão por vir. Esse é o movimento da memória do lugar, e assim se institui um lugar de memória.

CONSIDERAÇÕES FINAIS



Cartoon digital do Mercado Municipal de Artesanato elaborado por meio de fotografia, 2018.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O tempo é um tecido invisível em que se pode bordar tudo.

Machado de Assis

O desafio de tecer as memórias do tempo no lugar pode ser visto como um trabalho artesanal. Como uma costura fina, a pesquisa em memória social revela, fio a fio, as tessituras e laços sociais que a interpretação dos espaços vividos revela na (i)materialidade que rege o compasso da vida na geograficidade do cotidiano dos sujeitos sociais.

O sentimento que advém frente ao término da pesquisa dissertativa é de não conclusão, e essa sensação, ao contrário do que se possa pensar, assinala a concepção de que a leitura da realidade e das dinâmicas que regem as relações sociais são por demais complexas para apresentarem respostas prontas e acabadas. Essa constatação significa que a pesquisa foi um desafio, uma experiência prazerosa, um garimpar da memória social e, novas possibilidades analíticas surgiram no decorrer dos estudos. O fim desse texto será um prenúncio de novos começos.

O término de uma pesquisa aflora sentimentos inexplicáveis. É o momento que por meio da escrita, das narrativas, das imagens a pesquisa se concretiza, assume seu caráter material. A sensação é de ter percorrido uma trajetória e ao chegar no fim perceber que valeu a pena caminhar, pois, conseguimos expressar em palavras aquilo que estava em nós.

Essa dissertação é fruto de leituras, entrevistas, análises, narrativas, fotografias, documentos e, sobretudo, vivências, que no percurso da pesquisa foram eleitos como significativos e emblemáticos para a análise geográfica empreendida. A pesquisa, também, é marcada por decisões, escolhas, orientações, adesões. Declaro o meu afeto pela vivência cotidiana nos Mercados Urbanos. A simplicidade, sensibilidade, as representações sociais que se evidenciam no acontecer cotidiano da vida nos Mercados Urbanos de Vitória da Conquista preenchendo-o de memória e significados humanos.

A pesquisa desenvolvida teve como propósito analisar os Mercados Urbanos como lugares de memória na cidade de Vitória da Conquista, tendo como fio condutor a articulação teórico metodológica entre os referenciais da memória social e a leitura geográfica da realidade.

As leituras em torno do espaço vivido e dos conteúdos sociais dos lugares estão ancoradas na compreensão das dinâmicas sociais que produzem cotidianamente e a eles dão significado. É nesse movimento de sentidos que as representações sociais construídas pelos

sujeitos sociais em relação aos Mercados Urbanos de Vitória da Conquista são analisadas, o que os qualifica, indubitavelmente, como lugares de memória repletos de significados na história da cidade.

Compreender os Mercados Urbanos, segundo essa perspectiva, implicou em reconhecê-los como lugares da troca, e, sobretudo, do encontro. É a troca nas mais diversas acepções da palavra, permeada pela (i)materialidade das trocas simbólicas, mercadológicas, com nuances diversas e plurais. É também encontro, entre permanências e rupturas, do rural e urbano, do material e o simbólico, do pobre e do rico, do velho com o novo que amanhece para o presente todos os dias no acontecer da vida cotidiana, concebendo os Mercados Urbanos como palimpsestos da memória social na cidade. O encontro também se evidencia na simbiose das feiras com os mercados, não no sentido de substituição, mas sim na complementariedade vital entre esses lugares. Considera-se os Mercados Urbanos como obras na cidade, rugosidades expressas em temporalidades vividas pelos sujeitos sociais que estabelecem vínculos de pertencimento com esses lugares.

Halbwachs (1990) compreende que toda memória social é circunscrita numa dimensão espaço tempo e a pesquisa evidenciou que os contextos espaciais e históricos influenciam, ao passo que são também influenciados pelas dinâmicas sociais que os constituem, e nesse intenso ir e vir de tempo e de gentes no lugar integra a constituição da memória social que lhe atribui sentidos e significados.

Ao interpretar os olhares, vozes e vivências construídos acerca dos Mercados Urbanos de Vitória da Conquista foi possível por meio da análise das narrativas dos sujeitos sociais, garimpar a memória desses lugares permitindo conhecer, mediante várias fontes, a história dos lugares. A convergência entre leis, manchetes jornalísticas, documentos, discursos, olhares e silêncios possibilitou a compreensão das relações sociais e dos processos históricos que regem a vida no lugar e os qualificam como *locus* de reprodução da vida dos sujeitos sociais.

Os Mercados Urbanos se encontram onde estão porque em outro tempo eles foram planejados para atender as demandas daquela sociedade naquela época, num contexto socioespacial específico de Vitória da Conquista. O Mercado Municipal de Artesanato tem mais de 60 anos de história, é o primeiro mercado da cidade e resiste até os dias atuais, com outras configurações socioespaciais. O Mercadão foi construído na década de 1970 para atender a demanda dos feirantes que se localizavam no entorno do Mercado Municipal assim denominado nesse período, logo tornou-se um centro comercial que atendia não somente a

população conquistense, mas toda a região, conforme foi evidenciado nas narrativas dos sujeitos sociais entrevistados.

Por sua vez, o Mercado Municipal do Bairro Brasil tem aproximadamente 40 anos de fundação e tornou-se um empreendimento que beneficiou toda a população da cidade, principalmente o os moradores do Bairro Brasil e proximidades. Tais mercados são compreendidos numa concepção miltoniana como rugosidades na cidade, lugares que, apesar das transformações, que a cidade experimentou permanecem no tempo e no espaço. Para os sujeitos sociais eles devem permanecer, posto que apesar das rupturas vividas esses mercados constituem-se como lugares repletos de significados, o lugar em que a vida se desenrolou/desenrola. São mais do que mercados, são lugares da sobrevivência, de trabalho, da continuidade familiar, do desenvolvimento e dos conflitos econômicos dos sujeitos sociais, e, em razão disso, são lugares de memória.

As lembranças remetem a um tempo marcado por dificuldades, sonhos, projetos e realizações. Recordações da infância, da juventude, dos começos, de um tempo que passou, porém se presentifica posto que está vivo na memória dos sujeitos sociais. A escolha de lembrar e de esquecer na cidade depende de quem olha para tais espaços. Para os sujeitos que vivem o cotidiano dos mercados seria impossível esquecer tudo que se passou neles, contudo, eles sentem-se esquecidos pelo poder público, pois pouco se investiu nesses mercados, especialmente no que tange a infraestrutura desses locais.

Embora os Mercados Urbanos não sejam oficialmente tombados no âmbito institucional, esses lugares se constituem como patrimônios na cidade, especialmente para os sujeitos sociais que estabelecem vínculos de identidade, trabalho, familiaridade e pertencimento. São, indubitavelmente, lugares de memória, eivados de representações e sentidos, consagrados na memória da cidade, prenes da patrimonialidade inscrita pelos tempos e pela pluralidade de significados humanos que os qualificam cotidianamente.

Convém assim reforçar que a hipótese inicial da pesquisa de que os Mercados Urbanos de Vitória da Conquista são considerados lugares de memória, foi confirmada em toda a trajetória desse estudo. Em concordância com Nora (1993) o lugar de memória deve apresentar as dimensões materiais, funcionais e simbólicas, e essas são elementos constituintes dos Mercados Urbanos de Vitória da Conquista o que nos permite afirmar que estes assumem o *status* de lugares de memória para os sujeitos sociais que estabelecem vínculos de afetividade e pertencimento com eles. Em tons de conclusão, espera-se que as reflexões empreendidas nesse estudo possam motivar novos horizontes e possibilidades de análise.

REFERÊNCIAS

- AUGÉ, M. **Não-lugares**. Papirus Editora: Campinas, 1994.
- ABREU, M. A. Sobre a memória das cidades. **Revista Território**, ano 111, n 4, jan./jun, 1998. Disponível em: <http://www.revistaterritorio.com.br/pdf/04_2_abreu.pdf>. Acesso em: 10 de out. de 2016.
- ABREU, R. Memória social: itinerários poéticos-conceituais. **Revista Morpheus**-Estudos Interdisciplinares em Memória Social. Rio de Janeiro, v. 9, n. 15, 2016.
- ALMEIDA, M. G. Em busca do poético do sertão: um estudo de representações. ALMEIDA, M. G. RATTS, A. (Org) **Geografia: leituras culturais**. Goiânia: Alternativa, 2003, p.71-88.
- ALVES, L. A ; RIBEIRO FILHO, V. Os Mercados Públicos e a cidade: as transformações do Mercado Municipal de Uberlândia (MG). **Revista Caminhos de Geografia**. Uberlândia, 2011.
- ANDRADE, C. Lugar de memória... memórias do lugar: patrimônio imaterial de Igatu, Andaraí, Ba. In: **Revistas de Turismo Patrimônio Cultural – Pasos**. Vol.6. Nº3, p. 569-590, 2008.
- BARROS, J. D.'A. História e memória—uma relação na confluência entre tempo e espaço. **Mouseion**, v. 3, n. 5, p. 36, 2009.
- BENEDICTIS, N. M. S. M. **Memória e geografia social de mulheres em rio de contas - Bahia**: a participação feminina no processo de organização de uma sociedade. 2016. 233 f. Tese (Doutorado Memória, Linguagem e sociedade) Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia, Programa de Pós-Graduação em Memória: Linguagem e Sociedade, Vitória da Conquista, BA, 2016.
- BOMFIM, N. R; ROCHA, L. B (Org.). **As representações na Geografia**. 1. ed. Ilhéus - BA: Editus, 2012.
- BOSI, E. Memória da cidade: lembranças paulistanas. **Estudos Avançados**. São Paulo, vol.17, n.47, pp. 198-211, 2003.
- BRAUDEL, F. **Os Jogos das Trocas**: Civilização material, economia e capitalismo, séculos XV-XVIII, tomo 2. Tradução Maria Antonieta Magalhães Godinho. Lisboa: Cosmos, 1985. 628 p. (Coleção Rumos do Mundo).
- CANDAU, J. **Memória e identidade**. São Paulo: Contexto, 2014.
- CARLOS, A. F. A. **O lugar no/do mundo**. São Paulo: Hucitec, 1996.
- CARLOS, A. F. **O Espaço Urbano**: Novos Escritos Sobre a Cidade. São Paulo: Labur, 2007.
- CASTRO, I. E. de. Imaginário político e território: natureza, regionalismo e representação. In: CASTRO, I. E. de; GOMES, P. C. da C.; CORRÊA, R. L. (Org.). **Explorações geográficas: percursos no fim de século**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1997. p. 155-197.

- CAVALCANTI, L. S. **Geografia, escola e construção de conhecimento**. Campinas: Papirus, 1998.
- CERTEAU, M. **A invenção do Cotidiano**. Rio de Janeiro: Vozes, 2002.
- CLAVAL, P. A Geografia Cultural: o estado da arte. In: ROSENDAHL, Z.; CORRÊA, R. L. (Org.). **Manifestações da cultura do espaço**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1999.
- COELHO, M. L. Na roda da Memória, sujeitos de um lugar: memórias de professores de História, na “histórica” São João Del Rei: MIRANDA, S.R.; SIMAN, L.M.C (Org). **Cidade, memória e educação**. Editora UFJF: Juiz de Fora, 2013.
- COSGROVE, D. Em direção a uma geografia cultural radical: problemas da teoria. 2013. Traduzido por Olívia B. Lima da Silva de “Towards a Radical Cultural Geography of Theory” Publicado em **Antípode – a Radical Journal of Geography**, Worcester, 15 (1). 1983.
- COSTA, O. Memória e Paisagem: em busca do simbólico dos lugares. **Espaço e cultura**, p. 149-156, 2008.
- FEIRA LIVRE em benefício das obras da Matriz. **O Combate**, Conquista, anno 8, n. 22. p. 13, 13 set. 1936.
- FEIRAS DE Conquista. **O Conquistense**, Conquista, anno 4, n. 12. p. 16, p. 36, jul. 1956.
- FILGUEIRAS, B. S. C. **Do mercado popular ao espaço de vitalidade**: o Mercado Central de Belo Horizonte. Dissertação de Mestrado em Planejamento Urbano e Regional. Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro 2006. 172 f.
- FOX, M. **Guilherme Augusto Araújo Fernandes**. São Paulo: Brinque –Book, 1995.
- GOMES, P. C. da C. Geografia *fin-de-siècle*: o discurso sobre a ordem espacial do mundo e o percursos no fim de século. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1997. p. 155-197.
- GONDAR, J. Cinco proposições sobre memória social. **Morpheus**: revista de estudos interdisciplinares em memória social. Rio de Janeiro, v. 9, n. 15, 2016.
- _____. Quatro proposições sobre memória social. GONDAR, J.; DODEBEI, V. (Org.). **O que é memória social?** Rio de Janeiro: Contra Capa Livraria/Programa de PósGraduação em Memória Social da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, 2005.
- HALBWACHS, M. **A Memória Coletiva**. São Paulo: Vértice, 1990.
- HOLZER, W. Memórias de viajantes: paisagens e lugares de um novo mundo. **GEOgraphia**. Niterói, ano 2, n. 3, p. 111-122. 2000. Disponível em: <<http://www.uff.br/geographia/ojs/index.php/geographia/article/view/32/30>>. Acesso em: de nov. de 2016.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Produto Interno Bruto dos Municípios - 2010 à 2013**. Consulta em 29 de agosto de 2017.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Sistema IBGE de recuperação de dados automática**. Disponível em: <<http://www2.sidra.ibge.gov.br/bda/tabela/listabl.asp?z=t&c=202>>. Acesso em: 25 de ago. de 2017.

JOVCHELOVITCH, S. **Representações Sociais e a Esfera Pública**: a construção simbólica dos espaços públicos no Brasil. Petrópolis: Editora Vozes, 2000.

LEFÈBVRE, H. **The production of space**. Cambridge, Massachusetts: Blackwell Publishers, 1991. [1974].

LEFÈBVRE, H. **A produção do espaço**. Trad. Doralice Barros Pereira e Sérgio Martins (do original: *La production de l'espace* . 4e éd. Paris: Éditions Anthropos, 2000).

LOURENÇO, P. B; ROCA, P; ALVES, E. **Propostas para a superestrutura da igreja visigótica na praça do rei**. Anais do Encontro Nacional sobre Conservação e Reabilitação de Estruturas, Barcelona, 2010.

LYNCH, K. **A Imagem da Cidade**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

MASSEY, D. **Pelo espaço**: uma nova política da espacialidade. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2008.

MENDES, G. F. **Sertão se traz na alma?** território/lugar, memória e representações sociais. 2009. 250 f. Tese (Doutorado em Geografia) – Núcleo de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão. 2009.

_____. Território e lugar nas representações do Sertão da Ressaca, Bahia, Brasil. In: **Cuadernos de Geografía**, Bogotá, Colômbia. pp. 39-47, 2007.

MENDES, G. F; ALMEIDA, M. G. **Memória, símbolos e representações na configuração socioespacial do Sertão da Ressaca – Bahia**. Mercator - Revista de Geografia da UFC, ano 07, número 13, 2008.

MENEZES, S. S. M. **A força dos laços de proximidade na tradição e inovação no/do território sergipano das fabriquetas de queijo**. 2009.360 f. Tese (Doutorado em Geografia) - Núcleo de Pós Graduação em Geografia, Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, SE, 2009.

MINAYO, M. C. S. **O desenho do conhecimento**: pesquisa qualitativa em saúde. 7ª edição. São Paulo Hucitec. Rio de Janeiro: Abrasco, 2000.

MIRANDA, S. R; SIMAN, L.M.C. A Cidade como espaço limiar: sobre a experiência urbana e sua condição educativa, em caminhos de investigação. In: MIRANDA, S.R.; SIMAN, L.M.C (Org). **Cidade, memória e educação**. Editora UFJF: Juiz de Fora, 2013.

MIRANDA, S. R.; BLANCH, J.P. Cidade, Memória e Educação: conceitos para provocar sentidos no vivido. In: MIRANDA, S.R.; SIMAN, L.M.C (Org). **Cidade, memória e educação**. Editora UFJF: Juiz de Fora, 2013.

MORAES, A. C. R. de. **Ideologias geográficas: espaço, cultura e política no Brasil**. 5. ed. São Paulo: Annablume, 2005

MOREIRA, R. Da região à rede e ao lugar: a nova realidade e o novo olhar geográfico sobre o mundo. **Revista etc**, espaço, tempo e crítica. Revista Eletrônica de Ciências Humanas e Sociais e outras coisas. N° 1(3), vol. 1, 2007. Disponível em: <http://www.uff.br/etc/UPLOADS/etc%202007_1_3.pdf>. Acesso em: set de 2016.

MOSCOVICI, S. **A representação social da psicanálise**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978. [1961].

NORA, P. Entre memória e história: a problemática dos lugares. **Projeto História**. São Paulo: Educ, n. 10, p. 7-28. 1993.

O MERCADO Municipal. **O Combate**, Conquista, anno 7, n. 28. p. 45, 12 jul. 1943

OLIVEIRA, D. P. A. **Cartografia urbana e memória da cidade: representações sociais sobre os bairros de Vitória da Conquista**. (Monografia de Graduação) UESB: Vitória da Conquista, 2015.

PAULA, L. T. MARANDOLA JR, E. Memória e experiência no estudo de vulnerabilidade do lugar. **12º Encuentro de Geógrafos de América Latina: caminando en una América Latina en transformación**. Montevideo, 2009.

PEREIRA, S.S. Produção do espaço urbano e espaços de comércio e consumo na cidade de lleida, Espanha: os Mercados Públicos municipais em transformação. **Anais do XI ENANPEGE**. Presidente Prudente, 2015.

PESAVENTO, S. J. Com os olhos no passado: a cidade como palimpsesto. **Revista Esboços**, v.11, n° 11 – UFSC, 2004. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/esbocos/article/view/334>>. Acesso em: out de 2016.

PINTAUDI, S. M. Os Mercados Públicos: metamorfoses de um espaço na história urbana. **Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales**. Barcelona, 2006.

PMVC. Site da Prefeitura Municipal de Vitória da Conquista. Disponível em: <<http://www.pmvc.ba.gov.br/>> Acesso em mar. de 2018.

RÊGO, N. J. F;BOVO, M. C; TÖWS, R. L. O papel do Mercado Municipal no contexto da urbanização de Campo Mourão (Pr) Brasil. **II simpósio de estudos urbanos**. UFPR, Campo Mourão, 2013.

RIBEIRO, A.C. T. Homens lentos, opacidades e rugosidades. **Revista Redobra**, n. 9, p. 58, 2012.

ROMANO, L. **Edifícios de Mercados Gaúchos: Uma Arquitetura dos Sentidos**. 2004. 138 f. Dissertação (Mestrado), Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2004.

SÁ, C. P. Sobre o campo de estudo da memória social: uma perspectiva psicossocial. **Psicologia: Reflexão & Crítica**. Rio de Janeiro, 2007.

SALES, A. P. REZENDE, L. T. SETTE, R. de S. Negócio feira livre: um estudo em um município de Minas Gerais. **Encontro de gestão de pessoas e relações de trabalho**. João Pessoa, v. 3, 2011.

SANTOS, M. **A natureza do espaço: Técnicas e Tempo, Razão e Emoção**. 4. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008.

_____. **Metamorfoses do espaço habitado**. Hucitec: São Paulo, 1988.

_____. **Por uma geografia nova**. São Paulo: Hucitec, 1978.

SEGRE, R. Espaço público e democracia: experiências recentes nas cidades de América Hispânica. In. **Arquitextos**, Texto Especial 303, mai 2005. Disponível em <www.vitruvius.com.br/arquitextos/arq000/esp303.asp> Acesso em 03 fev. 2018.

SILVA, J. A. S. **Uma análise sócio-espacial do mercado público do bairro da Torre – João Pessoa/PB**. (Monografia de graduação) UFP: João Pessoa, 2014.

SILVA, K. C. R. A memória para pensar o espaço: a perspectiva do lugar. **Geograficidade**. Cidade de Goiás, v. 5, n. 2, p. 26-37, 2015.

SILVA, L. R. B. **O Mercado de Três Lagoas: um estudo de caso das transformações urbanas (1970 a 1979)**. 2008. 110 f. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal da Grande

SILVA, L. R. **Do Senso-Comum à Geografia Científica**. São Paulo: Editora Contexto, 2004.

SOUZA, L. A. S; ANGELO, R. B. Cidades (in)visíveis: imagens, caminhos, fotografias e representações. **Discursos fotográficos**. Londrina, v.4, n.5, p.159-178, jul./dez. 2008.

TANAJURA, M. **História de Conquista: crônica de uma cidade**. Vitória da Conquista: Brasil Artes Gráficas, 1992.

TEIXEIRA, P. G. G. S. **Revisitar a memória, pensar o lugar: um olhar geográfico sobre as representações sociais dos 60 anos do Mercado Municipal de Artesanato em Vitória da Conquista - BA**. (Monografia de Graduação) UESB: Vitória da Conquista, 2015.

TEIXEIRA, P. G.G.; OLIVEIRA, D. P. de A.; MENDES, G.F. Memória do lugar... um lugar de memória: representações sociais sobre o mercado municipal de artesanato de Vitória da Conquista–Bahia. **Revista GeoNordeste**, n. 1, p. 133-148, 2017.

VARGAS, H. C. **Espaço terciário: o lugar, a arquitetura e a imagem do comércio**. São Paulo: SENAC, 2001.

VEDANA, V. **No mercado tem tudo que a boca come. Estudo Antropológico da duração das práticas cotidianas de mercado de rua no mundo urbano contemporâneo**. 258 f. Tese (Doutorado em Antropologia Social) – Programa de Pós - Graduação em Antropologia Social, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre. 2008.

VIANA, A. L. **Revista Histórica de Conquista**. Vitória da Conquista: Brasil Artes Gráficas, 1982.

VIEIRA, A. A. O. **Os Mercados Públicos Municipais de São Paulo-SP:** as transformações nos espaços de comércio e consumo. 2014. 214 f. Dissertação (Mestrado). Universidade Estadual de São Paulo(UNESP). São Paulo, 2014.

ZANINE, M.C.C. SANTOS. M. O. **Feiras, feirinhas e feirões:** a “economia dos centavos” em foco. São Leopoldo: Oikos, 2017.

APÊNDICE

Apêndice A - Roteiro de Entrevista

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO SUDOESTE DA BAHIA DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA-DG

PESQUISA: LUGARES DE MEMÓRIA: OS MERCADOS URBANOS NA CIDADE DE VITÓRIA DA CONQUISTA – BA.

ORIENTADORA: PROF.^a D. SC. GEISA FLORES MENDES

PESQUISADORA: PATRÍCIA GODOIA GARCIA DE SOUZA TEIXEIRA

A pesquisa tem o objetivo analisar os Mercados Urbanos de Vitória da Conquista como lugares de memória da cidade. Assim, a sua participação na pesquisa, respondendo à entrevista será valiosa para o desenvolvimento dos nossos estudos.

Desde já, agradeço a sua colaboração e informo que a sua identificação é opcional.

Entrevista de pesquisa

Entrevista realizada sobre o Mercado _____

1. Identificação

Nome (opcional):

Idade:

Local de moradia:

Escolaridade:

Renda média familiar:

Até 1 salário mínimo () De 1 a 5 salários mínimos () Superior a 5 salários mínimos ()

2. Você se relaciona com os Mercados da cidade como consumidor ou comerciante?

De que maneira se relaciona com este espaço?

3-Na sua opinião, os Mercados são importantes para Vitória da Conquista? Por quê?

4-Há quanto tempo você conhece e/ou frequenta os Mercados de Vitória da Conquista?

5. Quais lembranças lhe vêm à memória quando ouve falar do Mercado?

6.Você conhece a história dos Mercados? Se sim o que sabe sobre eles?

() SIM () NÃO

7.Você percebeu transformações ao longo dos anos de existência dos Mercados dentro da dinâmica da cidade?

8. Sintetize, em uma palavra, o que os Mercados significam para

Você:

Cidade:

9. Você conhece ou vivenciou algum fato marcante nesse espaço?

10. Por que vem ao Mercado?

11. O que mais gosta de fazer no Mercado?

12. Como é a relação entre comerciantes e fregueses?

13. Existe fidelidade para realizar as compras entre fregueses e comerciantes?

14. a) Caso você seja um comerciante qual o motivo do seu estabelecimento comercial está no Mercado? Seus pais eram comerciantes?

b) Se sim, qual a perspectiva de continuidade da empresa pelos herdeiros?

c) Possui clientela de fidelidade a sua empresa? () Sim () Não Se sim, de onde vem?

15. Na sua opinião, existem diferenças entre um estabelecimento no Mercado e fora dele? Em caso afirmativo, fale sobre elas.

16. Quais são os problemas enfrentados no Mercado?