



O Cariri Cearense: Interações Cotidianas e Produção de sentidos¹

Josuel Mariano da Silva Hebenbrock²

Universitat Pompeu Fabra – Barcelona/Espanha

Resumo:

O trabalho ora exposto é resultado de minhas experiências como frequentador das feiras livres de Juazeiro do Norte-CE, onde pude presenciar tanto as interações cotidianas entre vendedores e compradores, quanto observar a forma de os sentidos serem (re)definidos e os objetos assumirem valores simbólicos de uso, de signos ou de câmbio. Metodologicamente, apoiou-se nas ‘Derivas’, pelo fato de as feiras constituírem espaços geográficos. Já o aporte teórico esteve em estudiosos como: Jesus Martin-Barberro (1997), por afirmar que a comunicação se tornou uma questão de mediações mais que de meios; e Maffesoli (1978), por mostrar que a comunicação é mais que um conjunto de mensagens disseminadas por meios diversos. Concluindo, acredita-se que as feiras livres de Juazeiro do Norte-CE, além de um símbolo de resistência contra a força do Estado, representam, também, uma experiência de sociabilidade.

Palavras-Chave: Feira Livre; Espaço Público; Interações Cotidianas e Produção de Sentidos.

1. Introdução

A cidade de todos os dias é aquela onde nossos afetos se enraízam, onde se vive na imperfeição, mesmo e, sobretudo quando evoca, imaginariamente, uma figura mítica onde se realiza a harmonia plural. A especialidade onde ‘tudo junto adquire corpo’ é um lugar dinâmico, feito de ódios e amores de conflitos e distensões, é uma ‘casa’ objetiva e subjetiva onde uma sociabilidade é vivida diariamente, na palidez e no brilho, fundada, como toda situação mundana no limite. (MAFFSOLI, 1984: 58).

O presente artigo é resultado de minhas experiências como, o que se considera atualmente, um ‘ser culturalmente híbrido ou pertencente a uma sociedade líquida’³: nascido em Recife, cidade de aproximadamente 1.500,000,00 milhões de habitantes, e criado em cidades grandes.

Nos últimos tempos, antes de ter passado dois anos em Juazeiro do Norte, cidade localizada no sul do Estado do Ceará, de aproximadamente 250 mil habitantes, vivia em

¹Trabalho apresentado no GP Comunicação, Espaço e Cidadania, XI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutorando em Comunicação Política e Pesquisador do Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa (ICS-UL), email: mariano.hebenbrock@gmail.com.

³ Sobre o conceito de ‘cultura híbrida’ ver: Néstor Garcia Canclini. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. 3. Ed. Edusp, São Paulo, 2000; Renato Ortiz. **Mundialização e Cultura**. Brasiliense, São Paulo, 1994. Há ainda o sociólogo Zygmunt Bauman, o qual, em seu livro *Modernidade Líquida* (2001), trata do conceito de cultura híbrida, caracterizando o estado da sociedade de nosso tempo como líquido, ou seja, é incapaz de manter a forma fixa, estática.



centros urbanos europeus considerados mega-metrópoles.⁴ A região do Cariri cearense, onde se encontram as cidades Crato, Barbalha e Juazeiro do Norte⁵, conhecidas por estudiosos e pesquisadores como ‘celeiro da cultura cearense’, a meu ver, também mereceu a atenção à pesquisa. Apesar disso, travaram-se vários embates antes mesmo de iniciar esse texto. Primeiro, pelo fato de nunca ter estado no Sertão. Segundo, que a representação de Sertão, para quem vive na Europa Central ou na Zona Sul de uma cidade litorânea, é de seca, fome, miséria e desnutrição. Sertão que é representado na literatura regionalista de 30 do século passado, e continua enchendo os olhos dos telespectadores da televisão brasileira e cinéfilos europeus. Terceiro, pelo desafio de tentar desmistificar esse Sertão, mostrando suas riquezas e belezas naturais, culturas híbridas e relações sociais (comportamento).

Além disso, todo o que chega pela primeira vez ao Cariri cearense se espanta não só com a beleza natural, como também com: o modo de vida; a influência do sudeste; uma forte cultura árabe, africana, indígena e europeia; a midiatização e a característica própria do nordestino. O receio maior era não entender como as relações se firmavam e, com isso, não conseguir tecer considerações a respeito. Nesse sentido, percorro o caminho de Jesus Martin Barbero, pois este reconhece que os estudos de comunicação não devem, necessariamente, recair sobre as suas especificidades técnicas, mas sobre o lugar onde a comunicação reside no campo da cultura. Diante disso, entende-se haver a comunicação se tornado uma questão de mediações mais que de meios, questão de cultura e, portanto, não só de reconhecimento. (MARTIN-BARBERO, 1997).

Este estudo está dividido em três pontos principais, sendo que cada um representa uma cidade com sua característica peculiar observada durante o período de estadia na região. Mesmo com a divisão, o texto não é tratado de forma isolada: há um sincronismo entre as partes pesquisadas, onde teoria e pesquisa empírica são trabalhadas ao longo deste texto, sem a necessidade de se ter um capítulo único para o *corpus* teórico.

Na primeira parte, após a introdução, mostraremos o dia-a-dia da ‘Feira do São Miguel’ e da ‘Feira do Coentro’ (Pirajá), ambas na cidade de Juazeiro do Norte, onde ocorrem as seguintes interações cotidianas: comprador-vendedor, vendedor-vendedor,

⁴ Considero mega-metrópoles cidades como: Londres, Berlim, Nova York, São Paulo e Tóquio.

⁵ Crajubar refere-se às cidades formadoras da região metropolitana do Cariri cearense, ou seja, Juazeiro do Norte, Crato e Barbalha.



abastecedor-comprador e comprador-comprador. São nessas feiras que se firmam vínculos sociais e aplicam-se valores simbólicos em objetos os quais circulam no cotidiano. As feiras, por se constituírem espaços geográficos, serão trabalhadas conforme a metodologia – Derivas: usada pelos situacionistas na psicogeografia (JACQUE, 2003: 22), e, também, entrevistas feitas com pessoas que compõem essas feiras.

Na Segunda parte, cujo título é “A Periferia da Periferia da Periferia: a reprodução de símbolos globais em uma cultura local”, trataremos de Crato, onde não há nenhum tipo de recepção de sinais de transmissão de canais de TV abertos; quaisquer tipos de rádio, seja AM ou FM; tão pouco emissora de comunicação comunitária. O que se vê é o crescimento do número de academias de musculação; festas de grandes portes tipo ‘Hawes’; ‘Festa da Diversidade’; e a proliferação de ‘Lan Houses’. Na observação, nos pautaremos na linha de investigação de Jean Baudrillard (1995): a sociedade de Consumo.

Na terceira e penúltima parte, intitulada “‘Calcinha Preta’ ‘Garota Safada’ e ‘Aviões do Forró’: a cultura do paredão eletrônico”, observaremos a cidade de Barbalha. Mostraremos como a cultura do forró eletrônico conquistou seu espaço nas grandes festas populares (Festa de Santo Antônio), pelo menos entre os jovens barbalhenses, festas estas as quais, para muitos participantes assíduos, deveriam ser preservadas em suas mais íntimas raízes. Para uma maior sustentabilidade científica, daremos relevância aos teóricos Guy Debord (1987), por tratar da espetacularização da vida; e Henri Lefèbre (1991), com a ‘planificação’ do cotidiano. A “planificação” do cotidiano é o conceito que articula a reflexão de Henri Lefèbre sobre a mídia e a espetacularização. Ele descreve estes processos como uma consequência direta de uma nova etapa do capitalismo.

2. Feiras Livres em Juazeiro do Norte

No início do século XX, as grandes cidades brasileiras e as relações sociais nelas instituídas sofrem diversos processos de mudanças, tanto no nível tecnológico e informacionais quanto no da produção. O termo ‘trabalho informal’, por exemplo, pode ser aplicado a muitas atividades exercidas fora da legislação trabalhista. Aqui trataremos o trabalho informal realizado nas feiras: consequência do desemprego e da exclusão social atual.



À medida que a população empobrece, diminui os postos de trabalho na indústria, e as empresas exigem mão-de-obra cada vez mais qualificada, aumenta o número de pessoas excluídas do mercado formal e a quantidade de feiras nos bairros, de ambulantes e camelôs nas grandes cidades. Este é um problema o qual, dificilmente, as prefeituras conseguirão resolver, caso não se crie uma política efetiva, a médio e longo prazo, de geração de empregos e renda.

Tais transformações também podem ser observadas e sentidas no cotidiano e no estilo de vida das pequenas e médias cidades do interior brasileiro. Evidenciamos, neste estudo, os espaços das feiras móveis de Juazeiro do Norte como lugares de significação, alterados pelas novas padronizações urbanas e relações sociais, levando em conta que estas guardam também em suas formas o uso, os hábitos, os costumes e o processo de socialização através de seus transeuntes, compradores, vendedores e abastecedores destas feiras.

A relação de Juazeiro do Norte com o comércio dito informal se deu ainda no final do século XIX, com a vinda do padre Cícero Romão Batista a esta cidade, na época, conhecida como Vila de Tabuleiro Grande e pertencente ao distrito do Crato (situado a 11 quilômetros). Ao chegar e ver poucas casas dependentes economicamente do Crato, Padre Cícero desenvolveu nos moradores não só o hábito de rezar, como também o de negociar, incentivando-os à produção. Daí o provérbio popular proclamado pelo padre ainda continuar em voga: “cada casa uma oficina, cada oficina um oratório.” Com este lema, os costumes profanos do local se moldam, tornando-se frequentes: a prática dos sacramentos, da produção e da negociação. Inúmeras oficinas foram criadas, destacando-se as de velas, imagens sacras e chapéus. Maffesoli afirma:

A comunicação é mais do que um conjunto de mensagens disseminadas por meios diversos, massivos, a comunicação é o modo de vida partilhado socialmente que dá o tom e a atmosfera de nossa época. Comunicar implica ir ao encontro, sair de si, buscar a interface, atuar na zona de interação. (MAFFESOLI, 1978).

E é justamente esta comunicação, acima descrita, vista até hoje nas ‘Feiras Móveis’, de Juazeiro do Norte, deixadas pelo Padre Cícero. O poder de negociação (comunicação) desta cidade é tão intenso que consegue abastecer, com o seu comércio formal e informal, cidades dos Estados de Pernambuco, Rio Grande do Norte, Piauí e



Paraíba. Segundo o IBGE ⁶, no ano de 2006, Juazeiro do Norte apresentou a sexta maior evolução de PIB no Nordeste, com um setor terciário correspondente a 69% do municipal.

As ‘Feiras Móveis’ de Juazeiro do Norte são tão antigas quanto a própria cidade. A primeira delas data do final do século XIX⁷, período em que o padre Cícero exortava os moradores do vilarejo Tabuleiro Grande à produção velas para as missas a serem celebradas e chapéus para a proteção do sol. Chapéus e velas os quais se tornaram símbolos marcantes na Romaria de Nossa Senhora das Candeias, celebrada no início do mês de fevereiro. Com a grande quantidade de romeiros, advindos de várias partes do Nordeste, o Padre Cícero incentivou à construção de candeeiros. Estes objetos, segundo o historiador Josier Ferreira (2010), eram trocados por outras mercadorias, caso o ‘comprador’ não tivesse como pagar.

2.1 Feira do São Miguel

As feiras, nas sociedades pré-modernas, sempre foram lugares de interação, vendas e compras de objetos, sejam estes de valores de uso ou de câmbio. Consoante Jean Baudrillard (1974), em sua crítica à economia política dos signos, o desenvolvimento do consumo nas sociedades contemporâneas tornou evidente tais resíduos desta primeira sociedade na vida social atual. Para isso, ele percebeu a existência de mais dois tipos de valor: o de signo e o de símbolo. Para Canclini (2004: 33-34), esta classificação permite diferenciar o valor socioeconômico do cultural:

Las dos primeras clases de valor tienen que ver principalmente, no únicamente, con la materialidad del objeto, con la base material de la vida social. Los dos últimos tipos de valor se refieren a la cultura, a los procesos de significación.

Vemos, na citação, dois tipos de conceitos já discutidos por Bourdieu: Cultura e Sociedade. Na visão deste autor, a sociedade está estruturada com dois tipos de relação: a de ‘força’, correspondente ao valor de uso e de câmbio; e a de ‘sentido’, que organiza a vida social e as relações de significação. As significações de sentidos, por sua vez, constituem a cultura.

⁶ Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2006) [Mossoró](#) (RN) 24,83%; [Campina Grande](#) (PB) 22,46%; [Arapiraca](#) (AL) 18,27%; [Caruaru](#) (PE) 16,34%; [Juazeiro](#) (BA) 15,63%; Juazeiro do Norte (CE) 11,72%.

⁷ TAVARES NEVES, Napoleão. Cariri: ninho da história regional, berço de heróis, de mártires e de santos. Crato: Edições IPESC-URCA, 1997.

Ao reconhecer as dificuldades e as contradições que permeiam o mundo social, é possível percebermos o espaço não só como instrumento de dominação:

Não há espaço vazio, nem de matéria nem de significado; nem há espaço imutável. Nada é mais dinâmico do que o espaço por que ele vai sendo construído e destruído, permanentemente, seja pelo homem, seja pelas forças da natureza. (LIMA, 1989:13).

Se o espaço das feiras é organizado mediante uma interpretação de poder, também é, dialeticamente, nesse espaço onde os desejos, as expectativas e necessidades dos sujeitos que o compartilham estão postos. A mutação do espaço das feiras móveis de Juazeiro do Norte são exemplos claros desta (des)construção permanente pela ação do homem.



Feira livre do São Miguel

Foto: Mariano Hebenbrock

Se observarmos a rua São Miguel e a rua Santa Luzia, nos dias de quarta-feira, nos veremos que a paisagem urbana é outra e o sentido de via pública, onde durante outros dias da semana circulam carros, motos e carroças, agora dá lugar a barracas, ambulantes e compradores.

Os objetos dessas ruas, com funções e sentidos definidos, nos dias das feiras têm seus sentidos redefinidos pelos usuários das feiras. Como exemplo disso, citamos os postes de eletricidade, os quais, além de iluminar as ruas, também servem como estacas para amarrar as barracas e lonas, para os ambulantes se protegerem do sol, como



também para colar cartazes a serem removidos ou não após o término da feira. Já os bancos, postos nas calçadas pelos moradores das ruas, agora são usados pelos ambulantes como apoio às barracas. As calçadas, normalmente para tráfego de transeuntes, enchem-se de sacolas e resíduos de lixo deixado pelos barraqueiros.

Nessa perspectiva, a metodologia derivada é fundamental à compreensão do que é a cidade hoje. A cidade contemporânea é definida como espaço perpassado pelos fluxos de comunicação e informação. Este seria um aspecto definidor da cidade atual, assim como a cidade de antes: industrial ou mercantil (JACQUE, 2003). O urbano contemporâneo é abordado frequentemente como suporte que concentra equipamentos, objetos e pessoas a fim de a comunicação entre os centros de decisão, de produção e entretenimento acontecer. Fala-se de um mundo cada vez mais dependente das interligações proporcionadas pelos fluxos de comunicação, onde as cidades, hoje, têm como uma das funções importantes a de concentrar um mercado consumidor e um público ou diversos públicos interligados.

Quanto às interações cotidianas, decorrentes das informações e comunicação observadas na Feira do São Miguel, estas podem ser acompanhadas a partir das quatro horas da manhã, da quarta-feira, até às seis: horário de chegada dos primeiros vendedores e abastecedores. Notamos ser a relação entre estas duas classes de extrema confiança: muitos abastecedores trazem seus produtos de outra cidade, ou de outro distrito da região e, quando possível, acabam negociando o pagamento/quitação para a semana vindoura. Sobre o abastecimento, este é feito até as seis da manhã, hora em que chegam os primeiros compradores.

Segundo Antônio Azevedo, senhor de 68 anos, vendedor de queijos há mais de 40 anos, a relação entre ele e o abastecedor é de irmandade. Já com os compradores a comunicação muda para cada cliente:

Há clientes, com os quais, o tratamento sempre foi de amigos, porém com outros não. Todos sabem que o queijo que eu vendo é de boa qualidade e sempre procuro vender o melhor. Com o tempo eu vou conhecendo os clientes que gostam mais de queijo coalho que de manteiga, ou, mas salgado que com pouco sal. Há clientes que durante anos só falamos de futebol, há outros que até de política já discutimos. Como também há outros que chegam com um ar de superioridade que um bom dia já é o suficiente. (AZEVEDO, entrevistado em 02-06-2010).



Na fala do senhor Antônio, observamos ser a sua barraca não apenas um lugar de venda de queijo, mas também um espaço passível de se transformar em um fórum político e futebolístico: são discutidos temas além da compra e venda do queijo. As relações sociais entre vendedor e comprador se estreitam tornando-as quase familiares: interações cotidianas que vão fazendo parte da cultura cariense.

Canclini (2004), ao discutir o conceito de Cultura e Sociedade, fala justamente desta interação, ou seja, deste sincronismo entre um conceito e outro:

Cualquier práctica social, en el trabajo y en el consumo, contiene una dimensión significativa que le da su sentido, que la constituye, y constituye nuestra interacción en la sociedad. [...] cuando decimos que la cultura es parte de todas las prácticas sociales, pero no es equivalente a la totalidad de la sociedad, estamos distinguiendo cultura y sociedad sin colocar una barra que las separe, que las oponga enteramente. (CANCLINI, 37: 2004).

Para dona Maria das Neves, senhora de 64 anos e vendedora de produtos artesanais há mais de 30 anos, a feira já não é a mesma. Seus produtos deixaram de ter um valor de uso para ter um valor simbólico: a panela rústica de barro, utilizada para o cozimento de comidas típicas da região (buchada de bode, feijoada, quiabada), por exemplo, passa a ocupar o lugar de um vaso ou uma peça de arte em lugares privilegiados de uma casa.

Eu era antes vista como produtora de panelas de barro. Depois passei a ser chamada de artesã, hoje sou vista como artista. Com todas essas mudanças, também tive que mudar a forma de produção, antes era tudo muito artesanal, hoje é tudo mais comercial, cada peça tem um desing próprio, uma marca, ou seja, um registro. (DAS NEVES, entrevistada em 09-06-2010).

Observando o texto de Das Neves, notaremos que a panela de barro, o objeto, continua o mesmo, apenas a forma de produção mudou, como também o seu sentido: a panela que servia para cozinhar, hoje seve como um ornamento para enfeitar um lar. E a artesã se transforma em uma artista. Nesta perspectiva, Canclini (2004) afirma que isso faz parte da cultura, por não ser apenas um conjunto de obras de artes, nem tão pouco um objeto material carregado de símbolos e signos, mas sim apresentada como um processo social.



O Sr. José do Peixe, de 55 anos, informa estar a feira do São Miguel em funcionamento há mais de 40 anos. Assim, analisar esta feira e entendê-la em sua totalidade requer um conhecimento da cultura cearense, porque, para ele, “a feira do ‘passado’ participa da existência da feira do ‘presente’, e esta atual guarda em si aspectos que compõem a do passado”. Diante disso, deduzimos que cada uma delas se relaciona a uma existência específica e com lógicas específicas.

2.2 Feira do Coentro – Pirajá

As feiras livres e os mercados constituem um espaço privilegiado de expressão da cultura de um povo no tocante ao seu patrimônio gastronômico, ao seu modo de vestir e viver. Tal espaço se torna privilegiado quando um grande número de informações e comunicações encontra-se lá disponível, de forma centralizada, subjacente a um ambiente de trocas culturais intensas (ARJONA ET AL., 2007). No Brasil, as feiras livres e os mercados surgiram em 1841, como uma solução para o abastecimento regional de produtos, substituindo as bancas de pescado (GORBERG & FRIDMAN, 2003).

A Feira livre do Coentro, localizada no Município de Juazeiro do Norte-CE, é uma das principais feiras da região do Cariri e, também, um dos principais centros comerciais do Nordeste. Esta feira, com mais de 40 anos de existência, situada entre duas avenidas, Castelo Branco e Ailton Gomes, e outras ruas no sentido horizontal e vertical, destaca-se tanto no varejo como no atacado, atraindo, assim, compradores de municípios e estados vizinhos, devido à sua condição de centro regional. Ademais, tal feira, sendo parte do dia a dia dos moradores, além oferecer sustento de várias famílias, já elegeu diversos vereadores e prefeitos desta cidade. É ela, ainda, parte da agenda política de reurbanização da cidade. Muitos compradores e vendedores a têm como símbolo de resistência.



Feira livre do Coentro

Foto: Mariano Hebenbrock

O que dá importância a esta feira, além da grande quantidade de mão de obra a qual absorve a sua grandiosidade em matéria de objetos possíveis de serem encontrados, é a sua posição geográfica, ou seja, o seu espaço. A Feira do Coentro localiza-se entre os bairros: Pirajá, Romeirão, Lagoa Seca, Franciscanos. Isto causa a insatisfação de muitos transeuntes e, principalmente, e do poder público, pela preocupação com a estética, a limpeza e a higiene: elementos considerados necessários a uma cidade que almeja ser uma das mais modernas do Estado cearense.

O ponto a chamar a atenção, nesta feira, foi o sentido midiático *versus* o vivido. Diante disso, levantamos a questão: de que forma esta feira é representada na mídia e de que forma é vivida? Para tanto, buscamos fazer relações simbólicas existentes entre a feira representada na mídia e a feira vivenciada por indivíduos circundantes desse meio. Na mídia impressa televisiva e radiofônica⁸, representadas por grupos de interesses políticos e econômicos, a feira não passa de um conglomerado de barracas mal cheirosas, grupos de excluídos socialmente e desempregados em busca de pão para comer. Para o atual prefeito da cidade de Juazeiro do Norte, Manoel Santana, a feira, além de dar prejuízo financeiro, pelo fato de muitos barraqueiros não pagarem nem a própria energia elétrica consumida, travando, pois, alguns projetos de urbanização da cidade (O Povo, 25-11-2010).

⁸Grupo Verdes Mares (televisão verdes mares e jornal o povo do grupo Edson Queiroz, também proprietário da Unifor – Universidade de Fortaleza), Grupo Verde Vale (televisão e Rádio Verde Vale, pertencente ao deputado federal e ex-prefeito Manuel Salviano PSDB-CE.



Já para os frequentadores, abastecedores e vendedores dessa feira, o sentido vai muito mais além do político-econômico representado nos meios de comunicação: a feira é um local onde mães de família se encontram; transeuntes podem tomar o seu caldo de frango com cuscuz, para curar da ressaca do forró da noite anterior; roupas mais baratas e óculos de sol vistos apenas nas telenovelas globais podem ser comprados; CD's piratas custam apenas um real; torcedores do Icasa se encontram, no sábado, para discutir o futuro de seu time. Esta feira, carregada de símbolos sociais, não é vista na mídia. Reiterando, essa relação de 'força e sentido' já foi tratada por Pierre Bourdieu (1973), quando desenvolveu a diferença entre 'cultura e sociedade'. A relação de poder entre o político-econômico, e a relação de sentido social, é muito clara na Feira do Coentro no Pirajá.

Eu não venho à feira apenas comprar, o dia de sábado na feira para mim, deve ser com uma sexta-feira para minha mulher. Se ele não for à missa adoce. Todo o sábado antes de eu começar a comprar alguma coisa pra casa, eu passo na barraca de Zé Gago tomá uma lapadinha de cana, chego na bodega de cumade Zefinha e cumpade Ciço tomá uma ceuveja pa lavá e tá tudo certo. Às veze eu falo, às veze não, mas ela já sabe o que eu quero. (CIÇÃO, entrevista em 05-06-2010).

Na fala do senhor Cição, é possível observarmos essa interação social vendedor-comprador, bem como uma diferença clara entre a feira midiaticizada e a vivida. Porém, não podemos considerá-las dois objetos distintos. E podemos, partindo do pressuposto de que essa duas configurações possuem pontos de convergência e divergência. Nenhum dos dois aspectos apresenta uma forma 'pura', cada um deles exerce influência e tem aspectos da constituição do outro. É como se a feira vivida participasse da existência da midiaticizada e a midiaticizada guardando si aspectos que compõem o vivido. Contudo, cada um deles se relaciona a uma existência específica, com lógicas específicas. Na citação abaixo, pode-se constatar esse caráter dicotômico da feira:

Eu já trabalho nesta feira há mais de 25 anos. Comecei ainda muito pequena com minha mãe. Ainda lembro quando eu ficava enchendo, com as especiarias, os saquinhos de plásticos. Havia colorau, cuminho, pimenta do reino e, também, ervas medicinal, como: chá preto, boldo e tantas outras. Quando a pessoa tá aqui dentro não dá conta como isso aqui é feio. Uma vez eu vi na televisão que o prefeito estava querendo derrubar tudo, daí eu vi que realmente o local é muito feio e sujo. Mas para onde vamos? Vamos viver de quê? (MARIA JOSÉ, entrevista em 12-06-2010).



Concluindo essa fase dicotômica da Feira do Coentro, analisaremos o estilo de música tocada na Feira e a na Rádio Vale no momento em que se fala da feira. As músicas são as mesmas, porém com cantores diversos. Outra diferença era que, na rádio, a música estava sempre atribuída a um texto com sentido negativo ou pejorativo. No caso da feira, a música preenchia vários sentidos: desde um complemento para uma cerveja, uma venda de um CD pirata, à roupa exposta na vitrine, animando, inclusive, algumas pessoas corajosas em mostrar suas tendências à dança.

Partindo de uma visão Baudrillardiana, podemos afirmar que a Feira do Coentro, além de possuir seu valor de uso e de câmbio, possui também seu valor de signo, ou seja, o conjunto de conotações, de implicações simbólicas, as quais vão se associando a este objeto (Feira do Coentro). Conforme notamos em algumas passagens, a feira não é simplesmente um espaço (objeto de troca), passível de ser removido ou transformado sem que haja uma mudança social, sem que a população que ali reside ou trabalha esteja consciente dessas mudanças.

3. Considerações finais

Diferente da Europa, urbanizada a partir do século XIX devido aos impulsos da Revolução Industrial, o Brasil, de forma rápida, começou seu processo já no século XX, tendo como propulsora as migrações tanto internas quanto externas que contribuíram para a integração do mercado de trabalho. Com isso, o espaço passa a ter cada vez mais valor de uso e de câmbio nestas sociedades modernas. O espaço geográfico nunca foi tão disputado nestas sociedades atuais, seja ele em grandes, médias ou pequenas cidades. Em vindo o movimento de urbanização, multiplicam-se também as formas de produção e de apropriação desses espaços. Batalhas são travadas entre o setor público e o privado, jogo de poder político-econômico, buscando-se sobrepor às relações sociais já firmadas. Como exemplo, tomamos as feiras livres de Juazeiro do Norte: lugares estes onde vidas são realizadas; diferentes grupos sociais trabalham; consomem; realizam formas culturais diversas; e tentam vivenciar os limites do exercício da tão fraca cidadania.

As feiras livres de Juazeiro do Norte não têm o objetivo de se diferenciar das grandes feiras das metrópoles. Antes, buscam negociar ocupando espaços e objetos públicos, construindo sentidos e interagindo com seus participantes no cotidiano. Com

isso, relações sociais são firmadas e os valores simbólicos adquirem um formato dinâmico. Também é nessas feiras onde os discursos são significados e ressignificados.

Na feira do São Miguel, um dos pontos importantes de interação, é a barraca ambulante do senhor José Fraga, 56 anos. Ambulante porque, fora dos dias de feiras, a sua barraca torna-se um transporte público: transporta gente de uma cidade a outra. Nas quartas-feiras, além de ponto de encontro de todos os barraqueiros que o procuram para comprar a refeição do meio-dia, também é ponto de discussão sobre o comportamento da feira; da notícia tocada no rádio ou a que saiu no jornal do dia; da cliente que ficou devendo desde a semana passada e não apareceu para pagar; etc. Para seu José Fraga, a sua barraca não é apenas um restaurante ambulante como chamam os barraqueiros:

[...] é aqui que nós nos encontramos; é aqui que discutimos sobre tudo: não só da feira, mas também sobre nossos problemas familiares. Aqui, eu já escutei de tudo. Até sobre mulher que colocou ‘chifre’ no marido eu já escutei. Mas o mais comum mesmo é falarmos do movimento da feira. (JOSÉ FRAGA, entrevista em 16-06-2010).

Na citação a cima, notamos claramente a interação cotidiana da feira do São Miguel com suas mais íntimas relações, como também um espaço de produção de sentido, onde um meio de transporte público deixa de exercer sua função primária, transportar passageiros, para se transformar em uma bodega ambulante.

Já na Feira do Coentro, no bairro Pirajá, além da interação cotidiana e a produção de sentido, também foi nítida a relação de força e poder que o Estado exerce sobre os ambulantes no que tange à reapropriação de um espaço público. Para Weber (1982: 268), o poder na burocracia é abordado a partir da consideração de que, tecnicamente, ‘a burocracia é o meio de poder mais altamente desenvolvido nas mãos do homem que o controla’: neste caso, a Prefeitura de Juazeiro do Norte. Já Bourdieu (1989: p.375), aborda a questão do poder a partir da noção de campo⁹, considerando o campo do poder como um "campo de forças" definido em sua estrutura pelo estado de relação de forças entre formas de poder ou espécies de capital diferentes.

O poder da burocracia de que fala Weber, no parágrafo acima, e o campo de forças definidos por Bourdieu, pode ser notado nas duas últimas frases da entrevistada Maria José: “Mas para onde vamos? Vamos viver de quê?” As feiras livres, não só na

⁹ Para Bourdieu, o campo é um universo complexo de relações objetivas de interdependência entre subcampos ao mesmo tempo autônomos e unidos pela solidariedade orgânica de uma verdadeira divisão do trabalho de dominação. Diz respeito a uma população, ou seja, um conjunto de agentes suscetíveis de serem submetidos a partições reais e unidos por interações ou ligações reais e diretamente observáveis. (1989, p.373-374).



cidade de Juazeiro do Norte, mas em todas as cidades, sejam elas de grande, médio ou pequeno porte, sempre serão símbolos de resistência e de disputa de poder. Pois, como ressalta Maffesoli (1984:61) “a cidade é um espaço indutor da sociabilidade.” Para ele, é na vida mais concreta que existe mais sociabilidade. Longe das estruturas econômicas ou políticas, a comunicação, enquanto função essencial, perfeita, inscreve-se nos lugares mais humildes, nas situações mais banais.

4. Bibliografia

ARJONA, F.B.S.; MONTEZUMA, R.C.M.; SILVA, I.M. **Aspectos etnobotânicos e biogeografia de espécies medicinais e/ou rituais comercializadas no mercado de Madureira**. RJ. 2007. Caminhos da Geografia (UFU. On linche), v. 8, p. 41/23-50.

BAUDRILLARD, Jean. **Crítica de la economía política del signo**. México, Siglo XXI. 1974.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. 1ª ed. Rio de Janeiro: J. Zahar Ed., 2001.

BOURDIEU, Pierre. *La noblesse d'État: grandes écoles et esprit de corps*. Paris: Minuit, 1989.

_____. **Le marche des biens symboliques**, L'Année Sociologique, vol.22, p.21-83. 1973.

CANCLINI, Néstor García. **Diferentes, Desiguales y Desconectados: mapas de la interculturalidad**. Espana/ Barcelona, 2004.

GORBERG, S. e FRIDMAN, S.A. **Mercados no Rio de Janeiro**. 2003. 1834-1962. Rio de Janeiro.

JACQUES, Paola Berenstein. **Apologia da Deriva: escritos situacionistas sobre a cidade**. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2003.

MAFFESOLI, Michel. **A comunicação sem fim**. In: Menezes-Martins, F. e da Silva, J. M. **Genealogia do virtual**. Porto Alegre: Sulina, 2004.

_____. **A conquista do presente**. Rio de Janeiro, ROCCO. 1984.

LIMA, Mayumi Souza: **A Cidade e a Criança**; S. Paulo. Ed. Nobel, 1989.

MARTIN-BARBERO, Jesus. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora Loyola, 2004.

TAVARES NEVES, Napoleão. **Cariri: ninho da história regional, berço de heróis, de mártires e de santos**. Crato: Edições IPESC-URCA, 1997.

WEBER, Max. **Ensaio de sociologia**. Org. Int. H.H. Gerth e Wright Mills. Trad. Waltensir Dutra. 5.ed. Rio de Janeiro: Guanabara, 1982.



Entrevistas:

Antônio Azevedo (02-06-2010)

Ciçã (05-06-2010)

Maria das Neves (09-06-2010)

Maria José (12-06-2010)

José Fraga (16-06-2010)

Jornal O Povo

Prefeito de Juazeiro do Norte assina pacote de obras pelo centenário da eleição de Padre Cícero (25-11-2010).