



**ESPAÇO, MEMÓRIA SOCIAL E CIDADE: PENSAR OS MERCADOS PÚBLICOS
COMO LUGARES DE MEMÓRIA**

Patrícia Godoia Garcia de Souza Teixeira¹
Geisa Flores Mendes²

INTRODUÇÃO

A dimensão social da memória apresenta um novo horizonte para a análise do processo de (re)produção do espaço geográfico. A partir dessa premissa, as reflexões suscitadas nesse estudo têm o propósito de compreender os significados que permeiam os múltiplos olhares sobre os Mercados Públicos de Vitória da Conquista –BA, como lugares de memória para os sujeitos sociais que se relacionam com esses espaços na cidade.

O diálogo entre a dimensão social da memória e das representações e a produção socioespacial tem sido empreendido por alguns pesquisadores, a exemplo de Mendes, (2009). Tal abordagem suscita algumas balizas teóricas que nortearam a pesquisa, pois, esse viés permite pensar o lugar e a cidade na leitura dos significados, sentidos e representações sociais que envolvem os Mercados Públicos na realidade de Vitória da Conquista. A articulação entre as categorias memória e representações sociais e a Geograficidade do cotidiano dos sujeitos sociais, torna possível compreender 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).

Pensar o processo de produção social do espaço, questão cerne na Geografia, implica em abordar o espaço como produto, meio e condição das relações sociais que estão intrínsecas a esse processo. Para Lefebvre (1991), o espaço é concebido como condição e produto das relações sociais de (re) produção social, considerando também sua indissociabilidade em relação ao tempo, e aos processos históricos que o contextualizam.

Santos (2008) discute o processo de produção socioespacial entendendo-o como um *constructo* social e histórico, permeado de contradições e sentidos que se desdobram

1 Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (PPGeo/UESB). Licenciada em Geografia pela UESB. Membro do grupo de pesquisa Espaço Memória e Representações Sociais (CNPq). Endereço eletrônico: patriciagodoia@hotmail.com

2 Doutora em Geografia pela Universidade Federal de Sergipe. Atualmente é professora Titular da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia., UESB/BRASIL. Endereço eletrônico: geisauessb@yahoo.com.br



ao longo do processo histórico. A categoria lugar é essencial à análise do espaço geográfico, sobretudo, quando essa análise tem o objetivo de refletir sobre a materialidade das relações sociais no processo constante e ininterrupto da produção e organização do espaço geográfico. Com essa compreensão, Carlos (1996, p.14) afirma que “[...] é a partir daí que se descerra a perspectiva da análise do lugar na medida em que o processo de produção do espaço é também um processo de reprodução da vida humana”.

Os estudos desenvolvidos por meio da articulação dessas categorias revelam inquietações e suscitam reflexões por ser ainda uma vertente analítica relativamente pouco explorada no âmbito da Geografia.

METODOLOGIA

A leitura do processo de produção socioespacial requer a análise das categorias relevantes ao pensamento geográfico. No que tange aos aspectos teóricos buscou-se suporte em autores que estabelecem um diálogo entre espaço, lugar, representações sociais e memória social para a compreensão dos significados dos Mercados Públicos com base nas reflexões de Lefebvre ([1974]1991), Santos (1996), Carlos (1996), Moreira (2007), Harvey (2013), Halbwachs (1990), Nora (1993), Vargas (2001) Romano (2004), dentre outros. No plano metodológico, foram realizadas entrevistas, pesquisas de campo, consulta ao acervo histórico local, com pesquisas em jornais e também em leis e decretos municipais.

O cruzamento dessas fontes distintas converge para a compreensão da dimensão social da memória e das representações que envolvem o Mercado Municipal de Artesanato de Vitória da Conquista.

OS MERCADOS PÚBLICOS COMO LUGARES DE MEMÓRIA NA CIDADE

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, considerada condição *sine qua nom* para



a compreensão do presente, das novas dinâmicas das transformações do espaço, em que a sociedade, em suas múltiplas dimensões molda as nuances do lugar. Ao abordar suas representações sobre a vivência no Mercado Municipal de Artesanato, durante a infância, há mais de 20 anos, uma das entrevistadas relembra um tempo que embora marcado por muitas dificuldades, traz memórias prazerosas, uma vez que reforça o elo identitário que existe/existiu na sua relação com o Mercado ela recorda elementos simples, do cotidiano que a vinculava àquele lugar:

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 mais. (Entrevista realizada em 2015)

O intercâmbio entre ideias, sentidos e vivências torna possível a compreensão do Mercado como lugar repleto de significado e memória na/da cidade, uma vez que para além das relações comerciais que acontecem nesse espaço é imperativo reconhecê-lo como *lócus* de realização da vida, lugares de memória³ para os sujeitos sociais. Nesse sentido, o relato a seguir, demonstra os significados que permeiam a representação de um sujeito 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 vê na mídia dando um destaque de algo que se fez lá. Está faltando isso. **Percebo que o mercado foi se apagando.** (Entrevista realizada em 2014, grifo nosso)

Pensar os Mercados Públicos 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 se relacionam com eles. Assim, quando incentivado a evocar as lembranças acerca da cultura no Mercado Municipal de Artesanato de Vitória da Conquista, um sujeito social 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

3 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. Estes seriam tanto lugares materiais como os museus, os arquivos quanto lugares pouco palpáveis ou imateriais como rituais e comemorações.



nossa terra” (Entrevista realizada em 2014). Em outra entrevista, um sujeito afirma com muita ênfase “[...] o mercado é um marco para Conquista, representa uma parte da história de Conquista” (Entrevista realizada em 2014).

Segundo a definição de Mercado elaborada por Vargas (2001), a realização do comércio prescinde do encontro de fluxos, de bens materiais, mercadorias e homens e de ideias em determinado espaço físico, o qual segundo Vargas (2001) recebe a denominação de mercado.

Os Mercados Públicos são impregnados de significações humanas, “[...] 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). Assim, os Mercados Públicos de Vitória da Conquista, são 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 que podem ser apreendidos por uma leitura plural da cidade.

No contexto urbano atual é possível perceber que os Mercados Públicos são rugosidades nos espaços da cidade, especialmente na realidade socioespacial experienciada em Vitória da Conquista.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desafio de vislumbrar o passado da cidade com o olhar de hoje consiste num exercício de reflexão profícuo, pois, a presentificação da ausência permite compreender a alma dos lugares em outras temporalidades que se manifestam na geogracidade que atravessa o cotidiano dos sujeitos sociais na vida urbana da cidade.

Nesse contexto, convém pensar os Mercados Públicos a partir de uma dimensão social mais ampla, que demonstra manifestações de resistência, utilidade e perenidade. Romano sublinha que “[...] muitos Mercados se encontram avariados, poucos corajosamente restaurados, mas todos tombados, senão legalmente pelas autoridades, mas afetivamente pela população” (2004, p.1). Assim, embora não sejam tombados na esfera institucional, o Mercado Municipal de Artesanato de Vitória da Conquista se constitui como um importante patrimônio para os sujeitos sociais, pois é, indubitavelmente, um lugar de memória, eivado de representações e significados para os sujeitos que se relacionam com



ele cotidianamente.

A leitura dos significados atribuídos aos Mercados Públicos permite refletir acerca da produção espacial na cidade a partir de uma análise do cotidiano das relações sociais. Apesar das incessantes transformações experimentadas pela cidade, os Mercados Públicos permanecem como rugosidades, sopros da resistência do velho que se chocam com o novo todos os dias. Dessa forma, garimpar a história do lugar por meio da memória e das representações sociais tornou possível conhecer a história da própria cidade de Vitória da Conquista.

Palavras-chave: Lugar de memória. Memória Social. Mercados Públicos. Representações Sociais.

REFERÊNCIAS

CARLOS, Ana Fani Alessandri. **O lugar no/do mundo**. São Paulo: Hucitec, 1996.

HALBWACHS, Maurice. **A Memória Coletiva**. São Paulo: Vértice, 1990.

MENDES, Geisa Flores. **Sertão se traz na alma?** Território/lugar, memória e representações sociais. Tese de doutorado. UFS: São Cristóvão, 2009.

MOREIRA, Ruy. Da região à rede e ao lugar: a nova realidade e o novo olhar geográfico sobre o mundo. In: **Revista etc**, espaço, tempo e crítica Revista Eletrônica de Ciências Humanas e Sociais e outras coisas. Nº 1(3), vol. 1, 2007. Disponível em < http://www.uff.br/etc/UPLOADS/etc%202007_1_3.pdf > Acesso em: Setembro de 2016.

NORA, Pierre. **Entre Memória e História**: a problemática dos lugares. Projeto História, São Paulo, v. 10, 1993.

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

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

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