

# Feira do Bosque: espaço para construção da identidade cultural de Palmas – Tocantins

Poliana Macedo de Sousa  
Universidade Federal do Tocantins

## Índice

Introdução	1
1 Palmas: lugar de turismo e feiras	2
2 Feira do Bosque	3
3 Uma Feira que constrói identidade	4
4 Procedimentos Metodológicos	6
Bibliografia	12

## Resumo

O presente artigo analisa a Feira do Bosque em Palmas enquanto espaço público para a construção da identidade cultural da cidade, por meio da contribuição do público e dos feirantes que são oriundos de diversas regiões do país. A pesquisa utiliza entrevistas livres, revisão bibliográfica e aplicação de questionários como forma de coleta de dados, apontando como principal resultado o fato de que a Feira do Bosque é um local que caracteriza e representa a identidade cultural de Palmas.

Palavras-chave: Identidade Cultural; Feira do Bosque; Palmas.

## Introdução

Palmas completou 20 anos de fundação em 2009 e já apresenta algumas características peculiares. Capital do Estado do Tocantins<sup>1</sup>, a cidade se destaca por seus pontos turísticos e formação populacional. Na área cultural, por exemplo, percebe-se a heterogeneidade provocada por diversas culturas, resultantes da migração de pessoas, predominantemente da região norte e nordeste do país, bem como da relação tradicional com as comunidades quilombolas e indígenas presentes na região.

Estudar como se constrói a identidade cultural de determinada localidade é de suma importância para a sociedade em que se vive. A Feira do Bosque foi escolhida por ser uma das principais atrações turísticas da Capital, localiza-se no Paço Municipal e é realizada todos os domingos, a partir das 16h. Participam da feira aproximadamente 200 artesãos que comercializam produtos do artesanato e comidas típicas do Tocantins e de outras

---

<sup>1</sup> Criado em 1988 pela Assembleia Nacional Constituinte, o Tocantins é o mais novo dos estados brasileiros. Instalado em 1º de janeiro de 1989, o Estado localiza-se na região Norte, no centro geográfico do país. Palmas é a última cidade brasileira planejada do século XX.

regiões do país. Além do comércio, atividades culturais são desenvolvidas na referida feira, por intermédio da Fundação Cultural de Palmas, que é mantida pela prefeitura.

A Feira do Bosque retrata a miscelânea de culturas que chegaram (e chegam) a Palmas todos os dias, fazendo com que seja um local de encontro e de pertencimento, em consequência, um espaço onde as culturas se hibridam, fortalecendo a construção da identidade local. Por esse motivo, nosso objetivo é estudar e identificar se a Feira do Bosque é considerada por seus frequentadores e feirantes como um local que representa a identidade cultural de Palmas.

Essa mistura de gente e ‘culturas’ fez com que Palmas criasse uma ‘cara’ própria e diferente das demais, formando assim, uma identidade própria, como explica o autor Stuart Hall (2003: 38) ao afirmar que “a identidade é realmente algo formado, ao longo do tempo, através de processos inconscientes, e não algo inato, existente na consciência no momento do nascimento. Existe sempre algo “imaginário” ou fantasiado sobre sua unidade”.

Ao chegarem a Palmas, as pessoas trouxeram consigo costumes e traços típicos de sua região e por isso foram peças fundamentais para que se criassem hábitos e costumes heterogêneos. Cada novo habitante que chegasse à Capital pode contribuir culturalmente e aprender algo novo, de forma a proporcionar o que Bhabha chamou de “Terceiro Espaço”, que veremos adiante na pesquisa.

## 1 Palmas: lugar de turismo e feiras

Ao conhecer a cultura de um local, podemos afirmar que conhecemos também a identidade do mesmo, pois é através dos seus hábitos que se formam suas características. Stuart Hall (2003: 59) explica que “não importa quão diferentes seus membros possam ser em termos de classe, gênero ou raça, uma cultura nacional busca unificá-los numa identidade cultural, para representá-las todos como pertencendo à mesma e grande família nacional”.

Por ser considerada o portal de entrada para uma das regiões turísticas do Tocantins, Palmas apresenta-se como uma Capital moderna e planejada, possuindo uma ampla estrutura de comércios, serviços, além de espaços adequados para o turismo de negócios e eventos. Suas áreas verdes, avenidas largas e arborizadas, além de praias permanentes são cenários convidativos à prática esportiva ou simplesmente à contemplação visual.

Dentre os pontos turísticos de Palmas estão o Parque Cesamar, o Memorial Luis Carlos Prestes, o Lago da Usina Hidrelétrica Luiz Eduardo Magalhães, a Feira do Bosque, o Espaço Popular Mário Bezerra Cavalcante (Feira 304 Sul), o Espaço Cultural, o Palacinho, a Praia da Graciosa, a Praia do Prata, a Praia do Caju, a Praia das Arnos, a Ilha Canela, além do Pólo Ecoturístico de Taquaruçu e suas cachoeiras.

Desses pontos turísticos mencionados, encontramos as feiras livres. Essas, por sua vez, são uma constante no cotidiano palmeno, funcionando em dias e horários específicos, com a comercialização de produtos diversos como hortifrutigranjeiros, con-

fecções, artesanatos e comidas típicas. Já em relação a Feira do Bosque, pode-se dizer que a mesma tem caráter cultural ainda mais definido, uma vez que além das atividades realizadas nas outras feiras, a mesma conta ainda com a realização de apresentações artísticas.

Sobre as feiras, podemos afirmar que as mesmas não são apenas formas e lugares de anônima aglomeração periódica. “São sim, espaços de sociabilidade específica, gestados no contexto da modernidade, [...] pois ali as tradicionais estruturas da vida cotidiana foram abaladas e novos espaços de sociabilidade são engendrados” (Mascarenhas, 2005).

Em Palmas, ao todo, são realizadas oito feiras durante a semana. Na sua maioria, elas são identificadas pelo nome das quadras residenciais onde funcionam como: 304 Sul, Jardim Aurenny I, Jardim Aurenny III, 1.106 Sul, 307 Norte e 503 Norte. Além, da Feira do Produtor que acontece no Espaço Popular Mário Bezerra Cavalcante, mesmo local onde acontece a feira da quadra 304 Sul. A Feira do Bosque acontece no Bosque dos Pioneiros localizado no Paço Municipal de Palmas.

Historicamente, as feiras iniciaram com os mercadores da Idade Média como uma solicitação natural do ambiente, onde as trocas aconteciam de forma a suprir a necessidade dos produtos que não podiam produzir. Por meio das missões dos mercadores foi estimulada a transação de compra e venda, e por extensão, formando o comércio de drogas, musselines, sedas, especiarias e tapetes que eram expostos em feiras livres (Sousa, 2009).

No Brasil, as feiras iniciaram com as po-

pulares quitandas<sup>2</sup>. De acordo com Mascarenhas (2005) constituíam-se por “aglomerações de negras ao ar livre, acoradas ou dispendo de tabuleiros, situadas em pontos preestabelecidos para a venda de produtos da pequena lavoura, da pesca e da indústria doméstica”.

Partindo para uma abordagem cultural, podemos afirmar que as feiras constituem-se em um grande cenário de expressões artísticas e culturais e são identificados neste espaço aspectos definidores de uma região e/ou localidade que evidenciam valores, costumes e formas de viver, laços de sociabilidade e convivência.

É isso que presenciamos nas feiras de Palmas devido à formação heterogênea da capital, pois são nesses locais que são expostas ‘culturas’ de cada habitante, criando nessas feiras livres novos espaços de convivência e interação dentro das cidades desde os primórdios das civilizações, seja no Brasil, seja no mundo como um todo.

## 2 Feira do Bosque

A Feira do Bosque foi inaugurada no ano de 1996, na gestão do então prefeito Eduardo Siqueira Campos, funcionando no mesmo local até hoje. De acordo com informações de um dos idealizadores desse projeto, Wilson Alves da Silva, a Feira do Bosque surgiu como uma alternativa para reunir os artesãos em um só local, pois estavam espalhados pela Capital, trabalhando em pontos diversos, e com a criação de um espaço para os

<sup>2</sup> Palavra originária do quimbundo: *kitanda*. Era um mercado regularmente encontrado nas cidades brasileiras desde o início do período colonial.

mesmos, facilitaria a comercialização e divulgação dos trabalhos.

No início, a Feira do Bosque era realizada quinzenalmente sempre aos domingos, das 16h às 22h. Devido ao crescimento do fluxo de visitantes passou a ser semanalmente. A feira localiza-se na mesma quadra que a Prefeitura Municipal de Palmas, em espaço amplo e arborizado, possuindo uma estrutura que induz a integração social. A praça que a abriga chama-se Bosque dos Pioneiros, que deu origem a feira homônima. A infra-estrutura é cedida aos artesãos pela Fundação Cultural de Palmas e contem barracões padronizados com cobertura em lona, áreas pavimentadas e um palco localizado na área central da praça.

A feira é caracterizada principalmente por ser um espaço aberto para múltiplas manifestações artísticas como os shows do projeto Arte nas Feiras<sup>3</sup>, além de ser um espaço de sociabilidade que recebe de três a cinco mil pessoas a cada domingo, porém com público (turistas e comunidade) flutuante devido o período da estação do ano, o que garante renda e emprego aos feirantes. Na época de férias escolares e período de verão (julho a outubro) aumenta-se o fluxo de visitantes na feira.

A Feira do Bosque não é apenas local de comercialização de produtos, mas também, espaço privilegiado para trocas culturais e integração social, destacando-se pela diversidade de produtos ofertados, como artesanato e comidas típicas e pelo público que a visita.

---

<sup>3</sup> Projeto da Fundação Cultural de Palmas onde os artistas regionais se cadastram para tocar nas feiras da cidade.

### 3 Uma Feira que constrói identidade

Identificar a cultura de um local é conhecer a identidade do mesmo e das pessoas que ali fixaram moradia e construíram uma vida em sociedade. A cultura está relacionada com as pessoas e o local de onde elas vivem ou de onde vieram, como é o caso de Palmas e seus migrantes.

Para Eagleton (2005: 14-15) “se somos seres culturais, também somos parte da natureza que trabalhamos, [...] os seres humanos não são meros produtos de seus ambientes, mas tampouco são esses ambientes pura argila para a automodelagem arbitrárias daqueles”. Assim, o autor reforça que cada indivíduo faz parte da construção do ambiente em que vive não como o pilar principal, mas como um elemento integrador.

Em Palmas, percebemos que existe a interação de culturas em ambientes coletivos de sociabilidade como é o caso da Feira do Bosque. Essa convivência faz com que esses indivíduos compartilhem suas experiências as quais são carregadas da sua cultura de origem. A partir da diversidade cultural demonstrada nessa convivência retira-se algo em comum, a unidade, pois “pessoas que pertencem ao mesmo lugar, profissão ou geração nem por isso constituem uma cultura, elas o fazem somente quando começam a compartilhar modos de falar, saber comum, modos de proceder, sistemas de valor, uma auto-imagem coletiva” (Eagleton, 2005: 59).

A partir da afirmação de Eagleton é que identificamos uma hibridação de culturas e de experiências herdadas que auxiliarão na construção de uma nova identidade, assim

como acontece na capital do Estado do Tocantins.

Abordando questões de pertencimento e espaço público Sousa (2006) acrescenta ainda que o primeiro amplia-se e diversifica-se em suas significações na mesma proporção como a comunidade que vivência esse espaço público. O autor explica ainda que a “comunidade se coloca como mediação entre o material e o simbólico, o vivido e o imaginado, o local e o global, o público e o particular” (Sousa, 2006: 223).

Já Sato (2007) explica que essa troca de idéias, de pontos de vista, de argumentos e de experiências faz com que a feira livre seja compreendida e sua organização seja baseada em acordos e negociações, em cooperação e competição e na execução de regras tácitas, garantindo a agilidade, a adaptabilidade e a criatividade de formas de se fazer a feira livre e de se trocar experiências.

Canclini (2006) explica que

[...] a sociabilidade híbrida que as cidades contemporâneas induzem nos leva a participar de forma intermitente de grupos cultos e populares, tradicionais e modernos. A afirmação do regional ou do nacional não tem sentido nem eficácia como condenação geral do exógeno: deve ser concebida agora com a capacidade de interagir com as múltiplas ofertas simbólicas internacionais a partir de posições próprias.

A forma como foi construída e habitada a capital do Tocantins contribuiu para que existisse essa interação para a constituição de identidades modernas, pois a sociedade

contemporânea se caracteriza por sua heterogeneidade, mobilidade e desterritorialização. E, a hibridação, implica em melhorar algo que já havia antes, no caso a cultura, sendo “aquilo que é não apenas é correto, mas muito melhor do que aquilo que era” (Eagleton, 2005: 21).

A Feira do Bosque possibilita essa característica de interação entre os visitantes, sejam eles palmenses, turistas, feirantes e todos que compõem esse universo que vai além das divisões entre classes, etnias e grupos, unindo a sociedade em torno de um bem comum: compartilhar suas culturas fazendo com que surja uma nova identidade, ou seja, uma identidade cultural híbrida.

E, enquanto um mosaico complexo de interpretações sobre identidade, a feira mostra-se de acordo com a percepção dos sujeitos sociais que nela transitam que podem fazer uma leitura diferenciada do outro, expressando visões distintas tanto do ponto de vista social e econômico, como no aspecto cultural. Porque cada indivíduo tem em sua identidade a representação de vínculos a lugares, eventos e símbolos e a interação desses elementos com o outro faz com que

quanto mais a vida social se torna mediada pelo mercado global de estilos, lugares e imagens [...]; mais as identidades se tornam desvinculadas – desalojadas – de tempos, lugares, histórias e tradições específicos e parecem ‘flutuar livremente’. Somos confrontados por uma gama de diferentes identidades (cada qual nos fazendo apelos, ou melhor, fazendo apelos a diferentes partes de nós), dentre as quais parece

possível fazer uma escolha (Hall, 2003:75).

Há aquelas formações de identidade que atravessam e intersectam as fronteiras naturais, compostas por pessoas que saíram de sua terra natal, ou seja, migrantes.

Essas pessoas retêm fortes vínculos com seus lugares de origem e suas tradições, mas sem a ilusão de um retorno ao passado. Elas são obrigadas a negociar com as novas culturas em que vivem, sem simplesmente serem assimiladas por elas e sem perder completamente suas identidades. Elas carregam os traços das culturas, das tradições, das linguagens e das histórias particulares pelas quais foram marcadas. [...] culturas interconectadas, pertencem a uma e, ao mesmo tempo, a várias “casas” (e não a uma “casa” particular) (Hall, 2003: 88).

As pessoas pertencentes a essas culturas híbridas participam da construção da identidade cultural da capital ao frequentar esses locais de sociabilidade, ao trocar experiências, consumir produtos locais que são produzidos por migrantes, mas muitas vezes com a utilização de elementos do Tocantins.

Essa busca de pertencimento pelo novo local é que dá sentido às práticas sociais, traço do espaço público plural da contemporaneidade. “É nas práticas sociais que a busca do pertencimento se realiza através das quais os homens se encontram consigo mesmos” (Sousa, 2006: 230).

Baseados nos estudos do autor Homi K. Bhabha em “O Local da Cultura” encontramos definições sobre esses locais de sociabilidade que ele os chama de ‘Terceiro-Espaço’. Para Bhabha nenhuma cultura é unitária em si mesma e a Feira do Bosque por ser um local de visitação, compras e convivência, retrata ser um ambiente de sociabilidade, local em que os indivíduos de diversas culturas descendentes se relacionam e convivem, “convertendo território em tradição, convertendo o povo em um” (Bhabha, 1998: 211).

Portanto, a Feira do Bosque por ser um local de encontro, torna-se esse Terceiro Espaço, pois se há representações de diversas culturas em seu ambiente, a busca pelo pertencimento, que faz com que essas culturas convivam sem conflito configurando assim, um ‘local de encontro’ e ‘local de culturas’ em Palmas.

#### 4 Procedimentos Metodológicos

Baseada na abordagem hipotético-dedutiva, nossa pesquisa fez uma revisão bibliográfica do assunto proposto, utilizando-se da pesquisa descritiva-documental que trabalha com dados colhidos da realidade, além de observação, registro, análise e correlação de documentos, a fim de poder descrever e comparar usos e costumes, tendências e outras características das comunidades.

Tendo como objeto de pesquisa a Feira do Bosque que é realizada todos os domingos no Bosque dos Pioneiros em Palmas, capital do Estado do Tocantins, iniciamos nossa pesquisa com o levantamento das referências bibliográficas apoiadas na teoria dos Estu-

dos Culturais, nesse caso estudos acerca de hibridação e identidade cultural, trabalhados por Nestor Garcia Canclini e Stuart Hall, respectivamente, além das observações do autor Homi K. Bhabha relacionadas ao Terceiro Espaço.

Durante os meses de abril e maio de 2009, visitou-se as instituições municipais responsáveis pelos locais de realização das feiras livres: a Secretaria Municipal da Agricultura e Desenvolvimentos Rural – SEAGRI e a Fundação Cultural de Palmas - FCP. Sendo o primeiro órgão responsável por todas as feiras da capital e o segundo, apenas pela Feira do Bosque em função do seu caráter cultural. E, no mês de junho, visitamos a Associação dos Feirantes da Feira do Bosque – AFFEB que tem sede no próprio ambiente da feira.

Foram realizadas entrevistas com um dos idealizadores da Feira do Bosque, Wilson Alves da Silva, gerente de difusão cultural da Fundação Cultural de Palmas – FCP – para investigar sobre o papel da FCP junto à feira, o histórico da mesma e os impactos desse projeto para Palmas. Sobre o funcionamento da feira obtivemos informações junto ao presidente da Associação dos Feirantes da Feira do Bosque – AFFEB.

Nossa coleta de dados foi realizada em dois universos: o primeiro com os feirantes que trabalham na feira, associados ou não à AFFEB, e o segundo, com o público visitante ambos de forma aleatória.

O conjunto dos feirantes é compreendido por 150 barraquinhas sendo que trabalhamos com a pesquisa de campo por amostragem aleatória simples, entrevistando 15 feirantes conforme a disponibilidade dos mesmos. Já o universo do público visitante é compreendido por aproximadamente 5.000 pessoas

sendo que foram entrevistadas, seguindo o mesmo método de amostragem, 100 pessoas.

A coleta de dados iniciou no mês de agosto de 2009 com entrevista aos feirantes através da aplicação de 15 questionários semi-estruturados para os feirantes que se encontravam no local e com disponibilidade para responder as questões apresentadas. Já a entrevista com o público aconteceu em setembro de 2009 com a aplicação de questionários aos frequentadores da feira. Ao todo foram 100 entrevistados. Os temas abordados nessas entrevistas foram: os motivos da visitava a feira, o que lhes chamava a atenção, sua relação com os produtos comercializados no local e se considerava a Feira do Bosque como local que caracterizava ambiente para a construção da identidade cultural da cidade.

Cada universo (feirantes e visitantes) foi analisado em duas partes distintas. Na primeira, caracterizamos o perfil dos entrevistados e na segunda, fizemos um paralelo entre a situação socioeconômica dos entrevistados e a sua relação com a Feira do Bosque, além de uma análise sobre a compreensão dos mesmos em relação a construção da identidade cultural da cidade no espaço da feira.

Dos feirantes entrevistados, 60% são do sexo masculino e 40% do sexo feminino, demonstrando uma predominância maior de homens trabalhando no ambiente da feira. A faixa etária dos feirantes entrevistados predomina entre 35 aos 59 anos. Quanto à formação escolar desse grupo, a maior parte dos entrevistados 40% possuem o Ensino Médio, 27% Ensino Fundamental, 20% Pós-Graduação e 13% com Ensino Superior. Dos quinze entrevistados 67% são católicos, 27% evangélicos e 6% luterano.

A renda mensal dos entrevistados, nesse caso, incluindo a renda obtida na Feira do Bosque, indicou que 50% deles ganham de 1 a 3 salários mínimos. E, quando perguntados sobre a porcentagem referente só a Feira do Bosque, a maior parte dos feirantes obtém de 25 a 50% da sua renda por meio do trabalho nela.

Como a capital tem 20 anos completos de criação, percebe-se que a grande maioria dos feirantes são pioneiros com mais de 10 anos de moradia na cidade. Alguns, como o R.J.V., que veio do Estado Pará com a família, está na cidade há 19 anos (desde o ano de 1991). Com relação à moradia, os feirantes que trabalham na Feira do Bosque são oriundos de diversas regiões da capital, tendo maior concentração nas quadras residenciais da região Sul e em Taquaralto.

Sobre a procedência dos feirantes: 50% dos entrevistados vieram da Região Norte, mais especificamente, do Estado do Pará e do interior do Estado do Tocantins, seguidos pelas Regiões Centro-Oeste e Nordeste. E, ao serem perguntados sobre o tempo de trabalho na Feira no Bosque, a maior parte dos entrevistados têm de 7 a 10 anos no local.

Identificamos no perfil geral dos entrevistados que mais homens do que mulheres são proprietários das barracas na Feira do Bosque e percebemos também que toda a família auxilia nas vendas e preparação dos produtos. Dos entrevistados, 40% vendiam produtos na área da alimentação, 33% de artesanato e 27% de calçados e roupas.

Questionados se os produtos que vendem são originários da região da qual emigraram, 54% feirantes afirmaram positivamente e o restante apenas revendia, como é o caso do artesanato de capim dourado, o qual é reven-

dido por pessoas que não o confeccionam peças com esse material.

Na alimentação, analisando o que tange a questão da adaptação dos produtos vendidos na feira com os ingredientes locais, a entrevistada E.J.O., que veio da Bahia e mora em Palmas há 16 anos, fabrica e vende na Feira do Bosque o acarajé. Ela afirmou que compra o dendê, o camarão e o feijão fradinho para produzir o acarajé em Barreiras, cidade da região oeste da Bahia. “Não encontro o produto em Palmas, além do mais, se eu comprar lá, para mim o preço do produto e o transporte ficam mais em conta” – explica a feirante.

O entrevistado M.A.R. que veio do Estado do Pará e mora há 10 anos na Capital, informou que já tentou utilizar os produtos da região como o tucupi. “Tenho que trazer tudo de Belém (PA), pois já tentei trabalhar com o tucupi daqui da região, mas o gosto não é o mesmo. Quem é paraense reconhece na hora” – afirmou. O feirante relatou ainda que, devido o transporte e o armazenamento, por ter que comprar grandes quantidades para estocagem, há alterações no sabor do produto.

Um dos produtos que foram adaptados na feira é o bolo de pamonha frita. Na barraca de D.C.S. encontramos o produto com o jiló, guariroba e, em determinadas épocas do ano, com o pequi. Essas frutas são encontradas no cerrado tocantinense e já fazem parte da culinária local. Com essa adição de produtos locais o bolo de pamonha frita ganha uma peculiaridade, onde o visitante da Feira do Bosque só o encontrará nesse espaço, tornando-o assim, um novo produto, assim como Hall (2003) explica que os diversos tipos de identidades, nesse caso

de ingredientes, constituem distintivamente novos produtos.

Como a grande maioria dos entrevistados trabalha em outras feiras da Capital, questionamos sobre a vantagem que encontram em comercializar na Feira do Bosque e eles apontaram que há uma maior facilidade de vender seus produtos no local. Para eles, o que atrai o público para esse espaço é a possibilidade de encontrar as comidas típicas de determinadas regiões do país e o artesanato local, como o capim dourado.

Para que a feira estabeleça esse espaço de construção da identidade cultural local faz-se necessário que sejam criados e mantidos os meios estruturais e culturais para que os feirantes continuem a exercer sua atividade. Por receber um grande número de pessoas, essas deficiências acabam por desvalorizar esse “Terceiro Espaço”, nesse caso, a Feira do Bosque.

Quando questionados se consideravam que em Palmas existe uma mistura de culturas, onde uma coexiste com a outra, todos afirmaram que sim, pelo fato de conviverem pessoas de diversos estados brasileiros e também, pela própria formação populacional do Estado do Tocantins que pôde proporcionar essa característica para Palmas.

Podemos considerar a Feira do Bosque como um local de encontro de culturas. E ao perguntarmos se os feirantes consideravam a feira como um ambiente que caracteriza a identidade cultural de Palmas, 80% entrevistados responderam positivamente alegando que o local já faz parte da cultura da cidade.

Para o feirante D.M.S., tocantinense da cidade de Porto Nacional e morador de Palmas há 19 anos, “as pessoas já vem para a Feira do Bosque sabendo o que vão encontrar, seja um pouco da sua cultura de origem

ou de outras. Elas já se misturaram tudo”. Já para o feirante F.G.A, brasiliense e morador de Palmas há dois anos, “a cidade ainda não tem uma cultura, pois você não encontra algo que é daqui, porque se você for no Nordeste você sabe o que vai encontrar, aqui tem de tudo um pouco”.

Analisando agora o segundo universo de pesquisa, no caso, o público que visitava a Feira do Bosque, queremos demonstrar que ela é local que caracteriza a identidade cultural de Palmas por meio da heterogeneidade das culturas transmitidas pelas pessoas e pelos produtos que são vendidos no espaço.

Caracterizando o perfil do público que foi entrevistado na Feira do Bosque constatamos que das 100 pessoas, 41% são do sexo masculino e 59% do sexo feminino. A maior parte do público que visita o local está compreendida na faixa etária de 16 a 24 anos, ou seja, jovens. Quanto à formação escolar desse público, 46% pessoas têm o Ensino Superior completo, seguido por 42% pessoas com o Ensino Médio completo.

Questionamos os pesquisados sobre a sua renda mensal, 41% informaram que recebem de 01 a 03 salários mínimos por mês. Outra pergunta para que traçássemos o perfil do público que visita a Feira do Bosque foi sobre religião. Dos entrevistados, 62% se consideram da religião católica, seguida por 21% evangélicos, 4% espíritas, 3% ateus e 10% de outras religiões.

Seguindo a construção do perfil desse universo de entrevistados, questionamos se os mesmos moravam na capital ou eram turistas que passeavam pela feira, caso a resposta fosse positiva para o primeiro questionamento, perguntamos também, com quem residia na cidade. A maioria absoluta dos entrevistados que frequentaram a Feira do

Bosque eram moradores de Palmas, constatando assim oito pessoas como turistas que pernoitavam na cidade e foram conhecer o local por indicação dos hotéis.

Das 92 pessoas que moram em Palmas, 67% dessas residem com sua família, seguidas de 19% sozinhas e 14% com os amigos. Outro fato relevante é que a maioria das pessoas que vão a Feira do Bosque residem nas proximidades do local, ou seja, na região sul da cidade.

Assim como questionamos com o universo dos feirantes apresentado anteriormente, perguntamos ao público qual a região oriunda do mesmo, para que pudéssemos identificar e relacionar se a região da qual vieram influencia no que os feirantes vendem e principalmente, para quem vai comprar esses produtos. Dos entrevistados, 48% são oriundos da região Norte, 15% do Nordeste, 25% do Centro-oeste, 7% no Sudeste e 5% do Sul. Assim, como é no perfil dos feirantes, alternando, porém as duas últimas colocações.

Aos entrevistados, perguntamos também sobre a frequência com que visitam a Feira do Bosque e o motivo que os fazem ir até o local. No primeiro questionamento, 48% responderam que “Raramente” vão à feira, 43% “Às vezes”, 7% visitam “Todo domingo” e apenas 2% pessoas quando querem “Comprar algo para presentear”.

No segundo questionamento, com relação ao motivo, os entrevistados poderiam escolher mais de uma opção. Sendo assim, dentre todas as apresentadas, o principal motivo que faz com que 73% pessoas entrevistadas visitem a Feira do Bosque são as comidas típicas.

Como o principal atrativo da Feira do Bosque são as comidas típicas, perguntamos

aos entrevistados se consideravam que na feira existia algum produto do seu Estado ou região de origem e qual seria. Dos entrevistados, 61% responderam que ‘sim’, 31% que ‘não’ e 8% não souberam responder.

Questionamos também, quanto a diferença entre o produto feito em Palmas em relação com o que é produzido no seu Estado/Região de origem. A maior parte desses entrevistados, 48% pessoas, disseram que não sentiam diferença nos produtos e 13% pessoas disseram que os produtos tinham sim algum diferencial como, por exemplo, o tempero, o preço, o sabor e alguns citaram até a qualidade inferior se comparados com o de sua região de origem.

Para K.C.R., paraense e moradora de Palmas, o tacacá revendido na Feira do Bosque tem outro sabor. “O gosto é um pouco diferente devido os ingredientes não serem locais, creio que seja por causa do transporte e armazenamento que acabam por interferir no sabor do produto”. Já para F.Q., maranhense e também moradora de Palmas, o beiju, também conhecido como tapioca, tem muito recheio. “Lá no Maranhão não consumimos o beiju com recheio e também nunca vi ninguém vendendo por lá desse jeito, no máximo é passado manteiga e feito em casa mesmo”.

Nas questões finais, perguntamos ao público sobre o nosso objetivo com essa pesquisa: se em Palmas existe uma mistura de culturas e se a Feira do Bosque pode ser considerada como um espaço para a construção da identidade cultural da capital. A maioria absoluta acredita que em Palmas exista sim uma mistura de culturas por causa da própria formação do Estado, onde pessoas de diversas regiões do país vieram principalmente para a capital, e dessa mistura, pro-

porcionada pela convivência, há uma miscelânea de costumes regionais convivendo e se adaptando, de forma a contribuir com a construção da identidade cultural do Tocantins. Para I.L., tocantinense do interior do Estado do Tocantins, “por ser uma cidade nova, várias pessoas de diversas regiões do país fizeram com que sua cultura fosse incorporada ao dia-a-dia do palmense”. Algumas pessoas, como E.L., tocantinense, divergem à maioria ao afirmar que “as culturas não se misturam só pelo fato de ter gente de diversas regiões do país”.

No último questionamento perguntamos se o entrevistado considerava a Feira do Bosque como ambiente que caracteriza a identidade cultural de Palmas. Dos entrevistados, 84% acreditaram que a feira representa a identidade cultural da capital e apenas 16% não consideravam o local como esse espaço. Para J.R., goiana e moradora de Palmas, “a feira apresenta a maioria dos produtos típicos de outras regiões, não oferecendo produtos típicos do Tocantins”, porém essa é a característica peculiar da capital, que ao ter representações de culturas de diversas regiões acaba por assimilá-las e adaptá-las ao cotidiano do palmense, e são em espaços como a Feira do Bosque, que se proporciona o Terceiro Espaço explicado por Bhabha, que de ‘neutro’ passa a ser ‘singular’.

Para I.S.S., maranhense e moradora da capital, “assim como em outras feiras da cidade, a do Bosque possui uma mistura de costumes, acredito que a característica da identidade de Palmas seja justamente a miscelânea cultural”. Outra entrevistada favorável a ideia de que a Feira do Bosque é local que caracteriza a identidade cultural da cidade é G.G.C., tocantinense do interior

do Estado, “a feira é um dos grandes pontos de encontro da cidade e é justamente aqui que podemos encontrar toda a diversidade de culturas que formam a nossa capital. Acho que caracteriza a identidade cultural porque é uma grande referência, seja pelas comidas típicas ou pelo artesanato, para todas as pessoas que moram em Palmas”.

A partir disso, podemos concluir que esse espaço público, respaldado nas reflexões de Canclini (2006, 150) “a rigor, é uma soma de setores que pertencem a estratos econômicos e educativos diversos, com hábitos de consumo cultural e disponibilidade diferentes para se relacionar com os bens oferecidos no mercado”.

Sendo assim, podemos afirmar que essas relações acontecem no ambiente da Feira do Bosque, pois as feiras sejam elas quais forem, além de modificar a rotina, abrigar muitos feirantes e conseqüentemente, ocupar um grande espaço, proporcionam uma troca de experiências em um mesmo ambiente, nesse caso, de culturas. Pessoas de diversos estados do país que vivem em Palmas contribuem, por meio desse Terceiro Espaço, com a interação e intersecção de identidades culturais. A identidade cultural de Palmas é proveniente dessa mistura, tornando-se algo singular, onde não há a dissolução de determinada cultura, mas sim, a multiplicação.

Considerando os dados apresentados e as teorias abordadas, percebemos que a identidade cultural de Palmas é construída a cada dia pelas pessoas que aqui moram, as quais trazem consigo uma ‘bagagem cultural’ e com isso, disseminam seus costumes e hábitos entre todos. Já as feiras são espaços de sociabilidade e conseqüentemente de identidade, apresentando-se como um mosaico de interpretações de acordo com

a percepção de cada indivíduo que nela transita, consome ou vende seus produtos.

A partir disso, podemos entender esse espaço, de acordo com o que aborda Canclini (2006: 150) ao afirmar que “o que se denomina público, a rigor, é uma soma de setores que pertencem a estratos econômicos e educativos diversos, com hábitos de consumo cultural e disponibilidade diferentes para se relacionar com os bens oferecidos no mercado”.

Palmas, por possuir uma cultura em formação, está nesse processo de construção, procurando afirmar sua identidade cultural por meio de seus locais de sociabilidade como é o caso da Feira do Bosque. Um nicho de diversidade cultural que fomenta a construção da identidade cultural palmense, a Feira do Bosque proporciona, para quem a frequenta, um ‘Terceiro Espaço’ como sugere Bhabha, onde algo novo está em formação e que, para isso, agrega valores e costumes de diversas partes do país, pois a partir do momento em que indivíduos passam a ‘compartilhar’, isso é caracterizado como ter cultura e ter identidade, pois não existe nada e nem ninguém, sem identidade.

Os entrevistados manifestaram gostar do ambiente e o aprovam como local de construção da identidade cultural da cidade, pois a formação da Capital é mista, e a Feira do Bosque retrata bem isso, quando encontramos o capim dourado, as sementes de açaí, o bordado, a pamonha, o tacacá, o acarajé, a cuca, a paçoca, o empadão goiano, a lasanha com piqui, o bolo pamonha com jiló, entre outros.

Eagleton (2005) explica que o complexo de valores, costumes, crenças e práticas constituem o modo de vida de um grupo. E pertencer a um grupo, uma comunidade ou

qualquer grupamento humano étnico, racial e/ou de gênero é da natureza do homem. E, identificar-se com tal grupo é possuir sim, uma identidade, ou seja, um sentimento de ‘pertencimento’ a algo.

E, ao penetrar no ambiente da feira, o homem adquire conhecimento acerca de outras culturas, fazendo com que sua identidade hibride-se com outras e a feira passa a ser um território único.

## Bibliografia

- BHABHA, Homi K. O local da cultura. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1998.
- CANCLINI, Nestor García. Culturas Híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2006.
- EAGLETON, Terry. A ideia de cultura. São Paulo: Editora Unesp, 2005.
- HALL, Stuart. A identidade cultural na pós-modernidade. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.
- MASCARENHAS, G. Feiras livres: informalidade e espaços de sociabilidade. [www.ess.ufrj.br/site\\_coloquio/mesa2\\_05.pdf](http://www.ess.ufrj.br/site_coloquio/mesa2_05.pdf). Acesso em 22 de janeiro de 2009.
- . “Ordenando o espaço público: a criação das feiras livres na cidade do Rio de Janeiro”. Scripta Nova. Revista eletrônica de geografia y ciências sociales. Barcelona: Universidade de Barcelona, 1 de agosto de 2005, vol – IX, núme.

194 (62). [www.ub.es/geoerit/sn/sn-194-62.htm](http://www.ub.es/geoerit/sn/sn-194-62.htm). Acessado em 22 de janeiro de 2009.

SATO, Leny. “Processos cotidianos de organização do trabalho na feira livre.” *Psicologia Social, Porto Alegre*, v. 19, n. spe, 2007. [www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0102-71822007000400013&lng=en&nrm=isso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-71822007000400013&lng=en&nrm=isso). Acessado em 19 de Maio de 2009.

SOUSA, Luiz Gonzaga de. “A origem das feiras”. In: *Memórias de Economia*. [www.eumed.net/cursecon/libreria/2004/lgs-mem/32.htm](http://www.eumed.net/cursecon/libreria/2004/lgs-mem/32.htm). Acessado em 25 de janeiro de 2009.

SOUSA, Mauro Wilton de (org). “Práticas de recepção mediática como práticas de pertencimento público.” In: *Recepção mediática e espaço público: novos olhares*. São Paulo: Paulinas, 2006.