



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS APLICADAS E EDUCAÇÃO - CAMPUS IV
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
ANTROPOLOGIA

WALKIRIA DO NASCIMENTO

**DIA DE FEIRA: um estudo sobre sociabilidade e modos de fazer entre feirantes na
Feira Livre de Itapororoca-PB**

RIO TINTO - PB
2015

WALKIRIA DO NASCIMENTO

**DIA DE FEIRA: um estudo sobre sociabilidade e modos de fazer entre feirantes na
Feira Livre de Itapororoca-PB**

Monografia apresentada ao curso de Antropologia da Universidade Federal da Paraíba – Campus IV, em cumprimento à exigência para obtenção de grau de bacharel em Antropologia.

Orientadora: Prof^ª. Dra. Lara Santos de Amorim.

**RIO TINTO - PB
2015**

N244d Nascimento, Walkiria do.

Dia de feira: um estudo sobre sociabilidade e modos de fazer entre feirantes na Feira Livre de Itapororoca - PB. / Walkiria do Nascimento.

– Rio Tinto: [s.n.], 2016.

76 f. : il.

Orientador(a): Prof. Dr. Lara Santos de Amorim.

Monografia (Graduação) – UFPB/CCA.E.

À minha mãe, Maria Avani.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço a Deus por ter me concedido a oportunidade de concluir um curso superior e pelo entusiasmo para continuar na vida acadêmica.

À minha família, em especial minha mãe, Maria Avani, que está sempre ao meu lado. Além do incentivo constante, me ajudou a superar as dificuldades que apareceram durante a jornada.

À minha tia Jandira e família por me acolher em sua casa todas as vezes que precisei.

Ao meu companheiro de todas as horas, Ivanildo Costa. Com suas críticas construtivas, que às vezes até me chateava, me fez perceber que pesquisa é coisa séria. Durante esses cinco anos, não houve um artigo sem sua leitura, nenhuma apresentação sem seu acompanhamento, mesmo que de longe. Sou eternamente grata pelos “puxões de orelha” e pelo companheirismo sem limites!

À minha orientadora Lara Amorim, pela paciência, dedicação e confiança. De certa forma, me permitiu caminhar com as próprias pernas e correr o risco de crescer com minhas falhas. Agradeço por confiar no meu trabalho e compartilhar comigo seu conhecimento.

Mesmo distante, agradeço a professora Silvana Nascimento por “abrir as portas” e me proporcionar momentos maravilhosos dentro e fora da universidade. Agradeço por todo incentivo e dedicação.

A todos os colegas que fazem parte do curso de graduação em Antropologia, principalmente a minha turma 2010.1 pelo conhecimento compartilhado dentro e fora da sala de aula. Em especial, Nalva Santos que compartilhou comigo os sorrisos e as lágrimas durante esse período.

Aos frequentadores da Feira Livre, especialmente os feirantes pela atenção e contribuição com as informações para minha pesquisa. Não tenho dúvidas que as relações de amizade criadas durante a pesquisa de campo irão permanecer.

Aos meus professores de Antropologia, em especial Marco Aurélio, Alessa Souza e Estevão Palitot pelas valiosas contribuições acerca dos estudos antropológicos. De modo

geral, agradeço a todos os professores que contribuíram para meu conhecimento e para a conclusão deste curso.

Aos funcionários da Universidade Federal da Paraíba - Campus IV, em especial o secretário da coordenação de Antropologia Thiago Aécio, pela prontidão em ajudar sempre que necessário.

RESUMO

As Feiras Livres são dotadas de características peculiares e se apresentam como fator fundamental na economia de algumas cidades, principalmente, nas nordestinas. Além de fomentar a cultura popular, a feira também oferece produtos variados a preços acessíveis para a população. Na cidade de Itapororoca-PB, a feira acarreta, além do principal objetivo de compra e venda de mercadorias, inúmeras possibilidades de encontros e conversas entre as pessoas que a frequentam. Trata-se de um espaço onde se constroem múltiplas sociabilidades. Esta monografia analisa as formas de sociabilidade estabelecidas, bem como, os modos de fazer entre os feirantes na Feira Livre da cidade de Itapororoca, interior da Paraíba. A pesquisa baseou-se no referencial teórico da antropologia urbana que discute sociabilidade e o espaço das feiras nas cidades. Adotou como metodologia a etnografia e a observação participante associada à realização de entrevistas semiestruturadas com feirantes, fregueses e moradores da cidade e anotações do diário de campo.

Palavras chave: Antropologia Urbana; Feira Livre; Espaço Público; Sociabilidade.

ABSTRACT

The street markets are endowed with peculiar characteristics and present themselves as a fundamental factor in the economy of some cities, mainly in the Northeast. In addition to promoting the popular culture, the street market also offers various products at affordable prices for the population. In the Itapororoca-PB city the street market brings, besides the main goal which is the buying and selling of merchandises, many possibilities for meetings and conversations between people who go there. It is a space where you can build multiples sociabilities. This paper analyzes the sociability forms established, as well as the ways to make between the market traders on street market of Itapororoca city, Paraíba interior. The research was based on the theoretical reference of urban anthropology that discuss about the sociability and the space of the street market in the cities. Was adopted as a methodology the ethnography and the participant observation associated with realization of semi-structured interviews with the market traders, customers and locals alike of the city and the diary field notes.

Keywords: Urban Anthropology; Street market; Public place; Sociability.

SUMÁRIO

| | |
|--|-----------|
| INTRODUÇÃO..... | 8 |
| 1. ITAPOROCA: A HISTÓRIA, A CIDADE, A FEIRA..... | 11 |
| 1.1 A FEIRA E O ESPAÇO DAS CIDADES..... | 14 |
| 1.2 URBANO E RURAL: “ <i>PLANTAR, COLHER E VENDER</i> ”..... | 19 |
| 2. ASPECTOS GERAIS SOBRE AS FEIRAS LIVRES NO NORDESTE..... | 23 |
| 2.1 A FEIRA COMO UM ASPECTO DA CULTURA POPULAR..... | 23 |
| 2.2 A DIVERSIDADE ENTRE AS FEIRAS NO BRASIL..... | 27 |
| 3. ETNOGRAFANDO A FEIRA: O CENÁRIO, O DIA DE FEIRA, OS PERSONAGENS E A SOCIABILIDADE..... | 31 |
| 3.1 O CENÁRIO..... | 31 |
| 3.1.1 O DIA DE FEIRA..... | 37 |
| 3.2 OS PERSONAGENS..... | 38 |
| 3.2.1 PERFIL SOCIOECONÔMICO DOS ENTREVISTADOS..... | 39 |
| 3.3 SOCIABILIDADE..... | 42 |
| 4. ANALISANDO OS MODOS DE FAZER ENTRE OS FEIRANTES..... | 49 |
| 4.1 A AQUISIÇÃO DAS MERCADORIAS..... | 50 |
| 4.2 AS ESTRATÉGIAS DE VENDAS DE MERCADORIAS..... | 50 |
| 4.3 ORGANIZAÇÃO E TRABALHO: “O TRABALHO É CANSATIVO, MAS É GOSTOSO!”..... | 57 |
| CONSIDERAÇÕES FINAIS..... | 68 |
| REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS..... | 70 |
| APÊNDICE..... | 73 |

INTRODUÇÃO

As Feiras Livres se apresentam como um fenômeno urbano que altera a dinâmica das cidades no dia de sua realização, trata-se de um espaço público onde se desenvolvem atividades econômicas, culturais e sociais. Sendo um espaço social de múltiplos usos e onde se constroem sociabilidades, a feira parece agregar um significado peculiar que está inserido nos diversos fatores que a compõem. Ela acarreta, além do principal objetivo de compra e venda de mercadorias, inúmeras possibilidades de encontros entre aquelas pessoas que a frequentam. O dia de feira parece ser o mais movimentado das cidades, principalmente as nordestinas de pequeno porte, isso porque a estrutura e a dinâmica da cidade vivencia certa mudança nesse dia, onde acontecem diversas manifestações. O calor, a alegria, a agitação, os sons, as cores, os cheiros e os gostos são características peculiares de uma Feira Livre e afetam todos aqueles que estão presentes neste ambiente.

Partindo de uma perspectiva da antropologia urbana, essa pesquisa buscou desenvolver um estudo etnográfico sobre sociabilidade e os modos de fazer entre os feirantes na Feira Livre de Itapororoca-PB. Esses modos consistem na aquisição de mercadorias e nas estratégias de venda para conquistar os fregueses. É interessante ressaltar que na medida em que o pesquisador vai adentrando no campo surgem inúmeras indagações. Algumas questões apresentadas são: será que a alteração da dinâmica no dia de feira é um problema para alguns moradores da cidade? Seria necessária uma organização na feira que facilitasse a busca por produtos específicos, ou melhor, uma separação de produtos por rua? Será que existe uma relação de (inter) dependência entre a feira e o município?.

A descoberta de querer estudar a Feira Livre da cidade de Itapororoca-PB se deu devido ao fato de, além de ser frequentadora assídua, ter o interesse de pesquisar algo na cidade em que eu morava. Isso porque poderia estar sempre presente no campo e poder contribuir para pesquisas sobre o município. No entanto, não imaginava que um espaço que frequento semanalmente e, que é bastante familiar para mim, se tornasse algo de difícil compreensão, na medida em que, foi preciso “estranhar” esse ambiente para conseguir desenvolver a pesquisa.

Neste sentido, o exercício de distanciar-se resultou na construção de um outro olhar capaz de estranhar o cotidiano e as relações que a Feira Livre de Itapororoca proporciona, nas palavras de Da’Matta (1974), “transformar o familiar em exótico”. A solução seria tirar a capa de membro de uma determinada sociedade e estranhar algo que está arraigado dentro de nós, é

preciso um desligamento emocional que possibilita ao pesquisador um encontro com o outro/estranho em sua própria sociedade (DA'MATTA, 1974). Trata-se de uma forma de reconhecermos em nossa própria sociedade as explicações que fomos buscar em outras sociedades (AMORIM, 1998). Para tanto, torna-se necessário buscar um preparo teórico capaz de promover o estranhamento daquilo que se passa a sua volta. Assim sendo, concordo com Velho (2013) quando argumenta que o processo de estranhar o familiar somente é possível quando o pesquisador é capaz de confrontar intelectualmente diferentes versões e interpretações sobre os fatos e as situações (VELHO, 2013). A partir do momento em que fui capaz de “transformar o familiar em exótico” pude perceber que a feira é um espaço onde se desenvolvem várias atividades. Nesse sentido, é um local onde se desenvolve uma rica sociabilidade, um espaço de encontros e reencontros, de conversas, de performances. Enfim, é um espaço diversificado e, dificilmente encontramos alguém que não goste de ir a uma Feira Livre, seja para trabalhar, fazer as compras, passear ou encontrar um amigo/parente. Além do mais, a feira atrai:

Uma gama enorme de consumidores, portadores de diversas expressões culturais, e reflete as necessidades da vida corriqueira deste povo batalhador, que procura realizar nas feiras tanto a venda de seus produtos, uma saída para as dificuldades que enfrentam no dia a dia, como o consumo de outros (MIRANDA, 2009, p. 51).

Entende-se por feirantes aquelas pessoas que oferecem suas mercadorias na Feira Livre; os fregueses/clientes/consumidores são aqueles que compram as mercadorias dos feirantes. Usamos a categoria frequentador para designar todas as pessoas que frequentam a feira, seja feirante, freguês ou aqueles que estejam apenas passeando pela feira para realizar qualquer outra atividade.

Apresento, a seguir, o que será discutido nos capítulos que seguem. No primeiro capítulo será apresentado o contexto histórico da cidade de Itapororoca e da Feira Livre, bem como a relação entre ambas, destacando a relação entre a zona rural e a urbana (campo e cidade) que foi e ainda é um elemento fundamental para o aspecto econômico, cultural e social do município. No segundo capítulo será feita uma discussão sobre o papel e importância das feiras nas cidades nordestinas, apresentando uma comparação com as feiras de outras regiões brasileiras e a diversidade que existe nesse comércio de rua, assim como, os aspectos que tornam a feira um elemento da cultura popular. No terceiro capítulo adentra-se no campo da pesquisa etnográfica, quando será apresentado o cenário, o dia de feira, os personagens e as interações sociais entre eles. Por fim, no quarto e último capítulo serão analisados os modos de fazer dos feirantes e a descrição da organização e do trabalho na feira.

METODOLOGIA

Para compreender a dimensão da Feira Livre de Itapororoca-PB foi necessário fazer um mapeamento – uma espécie de croqui - em que pudesse identificar as ruas nas quais a feira acontece e também separar e organizar estas ruas de acordo com os produtos que são oferecidos. A pesquisa baseou-se no referencial teórico da antropologia urbana que discute sociabilidade, etnografia e o espaço das feiras nas cidades. Autores que discutem antropologia no contexto urbano como Frúgoli Júnior (2007), Magnani (2002), Velho (2013), Weber (1979), além de autores que se debruçam sobre etnografias em Feiras Livres, como Pazera Jr. (2003), Gonçalves e Abdala (2013), Barbosa (2013), Sá (2011), Santos (2011), Sato (2012), Tavares (2005), Vedana (2004) e (2013), Vieira (2004) e Miranda (2009). Nesse sentido, buscou-se fazer um exercício etnográfico e para tanto utilizou-se as técnicas de observação participante que se mostram como base para o desenvolvimento de qualquer pesquisa antropológica. De acordo com Oliveira (2006) o período de observação se mostra bastante relevante, pois possibilita ao pesquisador perceber em cada sujeito estudado a diversidade de formas de agir, gesticular e se comportar. Entrevistas semiestruturadas aplicadas aos feirantes e conversas informais com os frequentadores abriram o leque de informações sobre a feira. Foram utilizadas também as anotações no diário de campo, que se apresentam como fator fundamental no momento da descrição desse texto. Foram usadas ainda, fotografias para melhor ilustrar a descrição etnográfica.

No total, tive contato com quatorze pessoas: quatro mulheres (três feirantes e uma freguesa) e dez homens (seis feirantes, um ajudante de feirante, dois vendedores ambulantes e um morador da cidade, entendedor dos aspectos históricos do Município). No início da pesquisa estabeleci um diálogo com um morador de Itapororoca para obter informações sobre o surgimento da cidade e da feira. Em seguida, adotando um questionário com 28 perguntas semiestruturadas, caderno de anotações, caneta e gravador do celular em mãos foram realizadas cinco entrevistas, quatro na casa dos entrevistados, o que me deu a oportunidade de estabelecer um contato aprofundado e conversar demoradamente, e uma em minha casa por preferência do entrevistado. Os demais contatos foram realizadas no ambiente da feira durante as idas a campo. A conversa no ambiente da feira dificulta um pouco a comunicação devido à chegada de fregueses a todo o momento para comprar, pois o feirante precisa dar atenção ao freguês, não sendo possível estabelecer uma conversa duradoura.

1. ITAPOROROCA: A HISTÓRIA, A CIDADE, A FEIRA

A história que a maioria dos moradores da cidade de Itapororoca-PB conhece se refere a uma lenda de que em meados do século XVIII um homem chamado João Batista fez uma viagem para o estado do Amazonas, região norte do Brasil, em busca de riqueza, chegando a tal destino foi aprisionado pelos nativos da região. Vendo-se à beira de sua morte, esse homem resolveu fazer uma promessa para seu santo de devoção – São João Batista. Essa promessa consistia em, se solto fosse e conseguisse voltar a sua cidade natal, construiria uma capela e colocaria o nome de São João Batista em homenagem a seu santo e em honra a seu nome. Assim aconteceu. Ao retornar à cidade, João Batista conseguiu uma quantidade suficiente de bens e construiu a capela. A partir daí a cidade passou a ser chamada Vila de São João de Mamanguape e, em seguida, Itapororoca. Embora exista esta lenda, não havia até o ano de 2014 um documento oficial que registrasse o surgimento da cidade.

Alguns pesquisadores residentes no município não acreditam que a lenda por si só revele a verdadeira história do surgimento da cidade, então desenvolveram, juntamente com a Câmara Municipal, um estudo sobre o município que acarretou na publicação de uma Revista intitulada “Itapororoca: ontem e hoje”, que traz uma coletânea de textos sobre os aspectos históricos, geográficos e culturais da cidade. Sendo assim, a história de Itapororoca-PB foi ressignificada a partir da memória coletiva e da narrativa dos moradores mais antigos da cidade. Menezes (2003) assegura que é através da oralidade que se constrói a história, a identidade. Assim, percebe-se que a oralidade se constitui como um fator fundamental para a construção da história ou memória individual e também coletiva.

A história descrita na referida Revista é a seguinte: a Vila São João, atualmente cidade de Itapororoca, surgiu durante o século XIX, quando tropeiros - um conjunto de homens que transportavam gado e mercadorias no Brasil – passavam pela região, descobrindo novos caminhos e integrando o litoral às regiões mais distantes do estado da Paraíba. Esta trilha foi bastante utilizada pelos comerciantes e viajantes daquela época. Os tropeiros eram procedentes do brejo paraibano e iam montados em seus animais percorrendo léguas de distância pelas cidades desse Estado. Devido à necessidade de descansar, os tropeiros e seus animais faziam paradas em estabelecimentos de ranchos, esses eram construídos pelos fazendeiros, para que os tropeiros que transportavam suas mercadorias pudessem descansar e seguir viagem na madrugada seguinte. Em torno do rancho foi construída uma capela em louvor a São João Batista. Em seus arredores desenvolveu-se o povoado e um pequeno

comércio, no qual os moradores iam fazer suas compras e trocas, pois o comércio organizado mais próximo ficava nas cidades vizinhas cujo acesso era difícil. Foi uma época em que o deslocamento da população, a qual residia em maioria na zona rural, era feito em mulas, a pé, em carroças e raramente em automóveis. Deste modo, os mercadores ambulantes por meio do trabalho de cargueiros, levavam inúmeras mercadorias como cestas básicas e utensílios domésticos, para oferecerem a população que residia no campo. Atualmente ainda existem traços dessa atividade dos mercadores, principalmente na zona rural, hoje em dia conhecidos como prestacionistas. Eles passam comercializando suas mercadorias em carros ou motocicletas e retornam no mês seguinte para receber o pagamento.

O município de Itapororoca teve sua emancipação através da Lei Estadual nº 2.701 de 28 de dezembro de 1961, sendo publicada no Diário Oficial da Paraíba no dia 29 de dezembro do mesmo ano. Quando a Vila foi transformada em cidade, a capela e outras construções foram demolidas pelo poder público municipal e construídas novamente em outros locais para permitir o desenvolvimento da urbe (RIBEIRO, 2014).

O município de Itapororoca está localizado no Litoral Norte do estado da Paraíba (Figura 1), a aproximadamente 69 km de distância da capital João Pessoa. Itapororoca possui 18.129 habitantes com uma área territorial de 146, 067 km²(IBGE, 2014). O nome Itapororoca é originário do Tupy-guarany, onde Ita seria igual à Pedra e Pororoca à Encontro das águas. Quem nasce ou reside nessa cidade é Itapororoquense. A água que abastece a população da cidade é proveniente do Parque da Nascença, localizado há 2 km de distância. Este Parque é coberto pela Mata Atlântica e é composto por duas piscinas e vários bares, é, na verdade, um dos principais pontos turísticos da cidade e reúne várias pessoas da localidade e de outras cidades e estados.

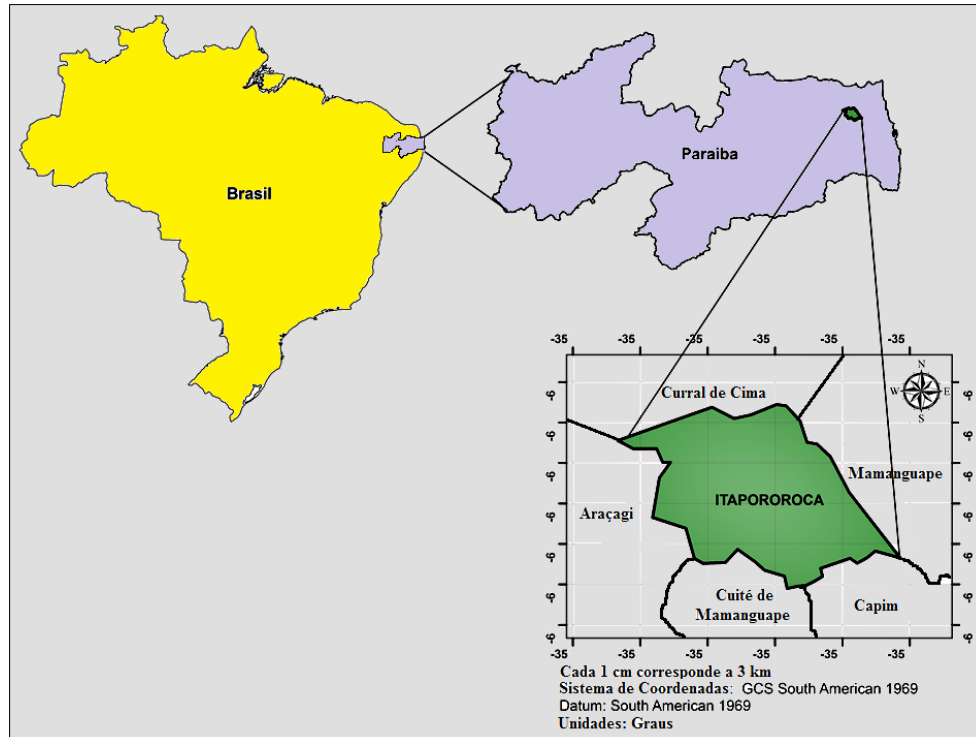


Figura 1 - Mapa de localização do município de Itapororoca-PB. Fonte: Revista da Câmara Municipal de Itapororoca, 2014.

A área urbana está, atualmente, em grande expansão, devido à implantação de loteamentos que cercam a cidade. No presente contam-se cinco empreendimentos desse tipo. A procura por esses novos espaços de habitação cresce no mesmo ritmo que a cidade e isso faz com que o valor dos lotes também aumente.

Nos dias atuais, os produtos agrícolas, principalmente através da cana-de-açúcar e o abacaxi, são aqueles que mais contribuem para economia do município. Estes são destinados, preferencialmente, à indústria. Embora o cultivo da cana-de-açúcar e do abacaxi predomine no município, partes dessas terras são destinadas à plantação de outros produtos como mandioca, macaxeira/aipim, feijão, milho, batata-doce, inhame, hortaliças e frutas que são comercializados na Feira Livre da cidade e contribuem para a subsistência da população local.

Devido a grande quantidade de produção de abacaxi no município, surgiu a tradicional Festa do Abacaxi, embora atualmente não aconteça mais, esta já foi considerada uma das mais badaladas da cidade. Itapororoca é palco de outras festas tradicionais como a Festa de Santos Reis que acontece no mês de janeiro, a Festa Junina de São João que é realizada no mês de junho, a Festa de Santana no mês de julho e a Festa de Emancipação política que acontece no mês de dezembro. Percebe-se que não apenas a feira, mas as festas também possibilitam a

sociabilidade coletiva na cidade. São manifestações que contribuem para avivar a cultura popular e a identidade local.

Na Feira Livre, assim como nas festas populares, existe forte comercialização de produtos, a diferença é que na primeira, o principal objetivo é a compra e venda, e assim esse aspecto não pode ser camuflado como acontece nas festas populares. Se observarmos, nas festas existem diversos elementos que indicam essa forte comercialização e que, muitas vezes, se torna oculta para a maioria das pessoas que usufruem destes serviços. Entre esses elementos destacam-se os parques, as barracas de brinquedos, as barracas de lanches, em alguns casos o ingresso para entrar na festa, o transporte para chegar até o local de realização da mesma, o pagamento das bandas musicais que, geralmente, costuma ter um valor muito alto, entre outros. Outro fator que conecta a feira, a cultura popular e as festas é o seu próprio fim. Assim como no final de uma festa, nos momentos de fim de feira se misturam o cansaço e a agonia, porém, parece haver um sentimento de alegria vivenciada e compartilhada por aquelas pessoas que frequentam tais espaços (GUIMARÃES, 2010).

1.1 A FEIRA E O ESPAÇO DAS CIDADES

Conforme descreve Weber (1979), os mercados e as feiras contribuíram para o desenvolvimento das cidades através da atividade comercial. Ele supõe que toda cidade é um local que possui mercado e, dessa forma, o mercado funciona como uma espécie de centro econômico que abastece a população urbana e não-urbana, por meio da produção industrial ou artigos de comércio, esses produtos são trocados pelos habitantes da cidade para satisfazer suas necessidades (WEBER, 1979). A cidade também poderia surgir mediante o encontro de comerciantes dedicados ao comércio intermediário, fato semelhante aconteceu na cidade de Itapororoca-PB que teve seu surgimento a partir do comércio de gado.

Todavia, as feiras parecem cultivar grandes influências em relação à cidade onde acontecem, elas preenchem o espaço urbano, geralmente central, com suas características peculiares e diversas que encantam parte das pessoas que passam pelo local. Essas pessoas demonstram um sentimento de pertencimento a uma identidade coletiva, se reconhecendo como membros da mesma sociedade e compartilhando códigos capazes de separar quem faz parte daquele lugar.

Nesse estudo, arrisco utilizar e adaptar as categorias de *mancha* e *pedaço*¹ descritas por Magnani (2002) em uma cidade de pequeno porte como Itapororoca-PB. A *mancha* em Itapororoca seria o centro da cidade – palco da feira -, pois além de ter uma base física ampla, permite encontros inesperados e uma maior circulação de pessoas, sem necessariamente possuírem laços estreitos entre elas. A partir das interações humanas que são estabelecidas nesta *mancha* chega-se aos *pedaços*, onde o simples ato de se relacionar instaura códigos que são capazes de classificar quem faz parte daquele *pedaço*, ou melhor, quem são os frequentadores daquele espaço, seja o indivíduo assíduo ou não.

No entanto, não basta apenas frequentar a feira para ser reconhecido como tal, é preciso interagir com os diversos atores que estão situados numa rede de relações que são estabelecidas nesse espaço. Seja essa interação feita através da compra, venda ou mesmo da conversa fiada nos corredores da feira e nas Praças. Em Itapororoca, as duas praças localizadas no centro da cidade, a Praça da Matriz e a Praça Frei Damião, se transformam em locais onde as pessoas, na maioria da zona rural, permanecem durante e após a feira a espera de outras para seguirem para casa e, também, para degustarem de bebidas e petiscos que os quiosques e barracas oferecem (Figura 2). Em algumas ocasiões, em ambas as praças observa-se que existem vendedores ambulantes expondo suas mercadorias sobre uma lona no chão ou acima dos assentos, contudo essa não é uma atividade que ocorre com frequência.

¹ De acordo com Magnani (2002), *mancha* é uma área contígua do espaço urbano que permite uma maior circulação de frequentadores sem necessariamente possuírem laços mais estreitos entre eles. *Pedaço* é aquele espaço que serve como ponto de referência para determinado grupo de frequentadores que compartilham os mesmos códigos e pertencem a uma rede de relações.



Figura 2 - Praça da Matriz no final da feira, aproximadamente, 12h00min. 09/03/2015.

De modo geral, as Praças fazem parte da vida da cidade e, geralmente, estão localizadas no centro destas. Suportam os principais acontecimentos, seja uma festa, uma feira, manifestações religiosas ou cívicas, enfim, todas estas contribuem para a presença de um público dinâmico e diversificado que atribuem sentido e significado as atividades desenvolvidas naquele espaço urbano.

A feira desempenha um papel importante na formação socioeconômica das cidades, principalmente nas cidades de pequeno porte, isso porque é uma das principais formas de comercialização e de abastecimento para uma parcela da população. Além do mais, a feira altera a dinâmica espacial das cidades nos dias em que acontecem. Dantas (2008) acredita que,

Ela [feira] muda, mesmo que seja por algumas horas, toda a dinâmica da cidade em face da movimentação de pessoas que se deslocam, seja de suas residências na cidade, de uma comunidade rural próxima à cidade, de outro município e, também, de outros estados dependendo dos raios de abrangência da feira (DANTAS, 2008, p. 92).

Pazera Jr. (2003) apresenta um contexto das feiras no Brasil desde a época da colonização. Os índios possuíam uma vida simples baseada apenas numa economia de subsistência tendo como finalidade a satisfação de suas necessidades. Era um comércio intertribal peculiar onde os grupos determinavam o lugar específico para as trocas de produtos. Com a chegada dos portugueses esse processo de trocas se intensificou e constituiu

uma inovação, no entanto, para o invasor português esse comércio era insuficiente e assim iniciou-se a captura dos índios para o trabalho escravo.

De modo geral, as primeiras feiras remetem ao ano 1548 quando o Rei D. João III ordenou um dia da semana dedicado à Feira Livre. Esse comércio encontrou dificuldades para se instalar devido à auto suficiência dos engenhos que produziam apenas o necessário para a casa senhorial e os que não produziam vinham da metrópole, deste modo, além dos produtos vindos da metrópole, o comércio foi aos poucos se estabelecendo em pequenos locais comercializando também produtos excedentes vindos dos roçados de agricultores mais próximos (PAZERA JR., 2003). Diante disso, a feira foi um marco primordial para o desenvolvimento das cidades ocasionando o avanço da economia dentro e fora desses espaços. Os comerciantes vinham de várias regiões para fazer as negociações.

Pode-se considerar que o desenvolvimento da cidade de Itapororoca está atrelado à Feira Livre. Ambas surgiram em decorrência uma da outra, pois na medida em que a cidade foi crescendo, a feira foi ganhando maior proporção. Em uma conversa com Natan, um dos meus interlocutores, 67 anos, morador e atual vereador da cidade que ouviu e vivenciou parte da história da mesma, afirmou que em meados dos anos 1940, Itapororoca surge como uma única rua e o comércio era apenas um mercado local. Este consistia num prédio de *taipa*². Na década de 1950, o prefeito da época transferiu o mercado para outro local devido ao aumento de comerciantes e mercadorias. Essa pequena feira acontecia aos domingos e o comércio era baseado na farinha de mandioca e feijão. Nos anos 1960 e 1970, o mercado muda novamente de lugar para um espaço maior localizado no centro da cidade e permanecendo até os dias atuais, agora com uma estrutura de tijolo e cimento. A partir daí a feira começou a ser realizada nos dias de segunda-feira dentro e nos arredores no Mercado Público Municipal oferecendo maior variedade de produtos³.

Santos (2011) assegura que a Feira Livre de Itapororoca ganhou maior proporção a partir da feira do gado - ou Curral (Figura 3). O local consiste em um ambiente mais reservado da Feira Livre, pois além de inúmeras cabeças de gado, têm o odor das fezes que incomoda a população. De acordo com Natan, na década de 1970, existia a feira do gado e a

² Estrutura feita de barro e vara.

³ Inclusive, a atual gestão está discutindo a possibilidade de mudança no dia da feira, da segunda para o sábado, já que neste último dia existe uma pequena feira. Conforme o interlocutor, a segunda-feira é um dia de trabalho que o município perde, pois se a feira fosse no sábado o trabalhador poderia trabalhar durante os cinco dias da semana e ir à feira aos sábados, com um poder aquisitivo maior para fazer suas compras. No entanto, essa é uma questão que ainda está sendo discutida junto aqueles que podem realizar esta mudança.

de cavalos, sendo que esses animais eram vendidos separadamente, anos depois, foram todos retirados e colocados em outro lugar onde permanecem até os dias atuais⁴.

Seguindo a perspectiva de Dantas (2008) no caso do Nordeste brasileiro, a criação de animais foi “que deu início a ocupação, fazendo surgir muitas das cidades existentes atualmente e criou uma das formas de comércio mais tradicionais e ainda hoje presentes na região, a feira” (DANTAS, 2008, p. 92). Nessas feiras de gado acontecem negociações que envolvem a compra e venda desses animais.

Em Itapororoca, o local conta, além da exposição de animais, com um estabelecimento denominado “Bar do Curral” que oferece bebidas e petiscos para quem deseja comprar. O acesso ao Curral se dá por duas entradas, uma consiste num beco, espécie de rua bastante estreita; outra, por uma rua a qual serve de estacionamento para os caminhões que transportam os animais nos dias de feira (Figura 4), onde durante os demais dias da semana as bancas utilizadas pelos feirantes ficam guardadas (figura 5).



Figura 3 – Feira do gado em Itapororoca-PB. 2014.

⁴ Atualmente, existem rumores de que essa feira do gado poderá ser afastada para um espaço maior e fora da cidade.



Figura 4 - Caminhão que transporta os animais. 2015.



Figura 5 - Rua onde os bancos de feira ficam guardados durante os demais dias da semana. 2015.

1.2 URBANO E RURAL: “*PLANTAR, COLHER E VENDER*”

De acordo com Silva (2014), a população urbana de Itapororoca, na década de 1970, consistia em 2.193 habitantes, enquanto a rural era de 9.585. A partir do ano de 2000 esse número contava com 8.880 pessoas vivendo na cidade e 6.819 habitando no campo. Isso

devido à migração das pessoas do campo para a cidade. Diante do exposto, percebe-se e afirma-se o processo de urbanização dessa urbe. (SILVA, 2014).

A feira exerce uma forte influência econômica entre os habitantes do município de Itapororoca-PB, isto porque parte da população, tanto da zona urbana como da rural, tem como renda financeira principal, em alguns casos a única, o dinheiro arrecadado na venda de suas mercadorias na feira. Diante da interdependência entre a cidade e o campo, é importante fazer uma discussão baseada na relação entre o urbano e o rural.

Uma parcela dos alimentos que são plantados no campo serve para a subsistência familiar, a outra é destinada para a venda. O processo consiste em plantar e colher no roçado, geralmente do próprio agricultor ou feirante, para depois vender na feira. Embora haja exceções, essas atividades, em sua maioria, são realizadas pelo próprio feirante e o dinheiro arrecadado servirá para toda a família, pois também contribuem para obtenção desse lucro, seja realizando os afazeres domésticos ou ajudando no momento da venda. De acordo com José, 49 anos, agricultor e feirante, o que se adquire do processo de plantar, colher e vender “*é uma renda boa*”, mais de um salário mínimo por mês, que supre as necessidades de todos os membros de sua família.

Conforme nos mostra Heredia (1979) o roçado é o local de produção, uma área onde são exercidas ações masculinas, enquanto a casa é o local de consumo, área de atividades femininas. Em contrapartida, a feira também se caracteriza como um espaço em que se desenvolvem, além das ações masculinas, atividades femininas. Muitas mulheres ajudam o marido a vender a mercadoria ou trabalham em bancas de outros feirantes, existem ainda, aquelas que trabalham em seu próprio roçado e possuem sua própria banca de feira.

Os produtos agrícolas também podem ser levados para serem comercializados em outras cidades e estados. O campo, além de manter a subsistência de sua população rural, é uma fonte rica de abastecimento para os habitantes da cidade (Figura 6). Muitos produtos, quando não são vendidos, são dados como presentes aos parentes ou doados pelos seus produtores a outrem em troca de algum favor.



Figura 6 - Produtos agrícolas sendo comercializados na Feira Livre. 2015.

A feira pode ser entendida como um ponto de encontro entre o urbano e o rural, pois além de ser o lugar onde se encontra o produto bruto que sai da terra e vai para a mesa das pessoas, é também o local onde os costumes, valores e experiências são compartilhados pela população. Sabemos que o urbano está inteiramente associado à cidade, assim como rural está relacionado ao sítio. De acordo com Williams (1989) a ligação entre a terra, da qual se extrai a subsistência, e a cidade, considerada centro de realizações, sempre esteve evidente na história das sociedades humanas. A cidade seria considerada como uma forma distinta de civilização e associada ao centro de realizações de saberes e comunicações, enquanto o campo associava-se a uma forma natural de vida, local de paz e simplicidade. Com isso surgiram pontos negativos e positivos que caracterizaram a cidade como local de barulho e ambição e o campo como lugar de atraso, ignorância e limitação. Diante disso, a cidade parece ser símbolo de modernidade e o campo não e essa diferença acaba resultando em diferenças entre o modo de vida urbano e rural.

Atualmente, mesmo permanecendo esta distinção entre a cidade e o campo, podemos considerar a zona rural como um local que possui algumas características urbanas, pois dispõe, em certas regiões, de serviços básicos instalados como a energia elétrica, água encanada nas casas e, em certos casos, até acesso à internet, que outrora era um serviço destinado apenas para a área urbana. Como registra Wirth (1979) a vida rural leva a marca do

urbanismo na medida em que sofre a influência das cidades através do contato com indivíduos que vivem na cidade.

Giddens (1991) registra que é a globalização que promove transformações locais por meios de conexões sociais através do tempo e do espaço. Dessa forma, as mudanças ocorridas na zona rural através do contato entre indivíduos que vivem na zona urbana e indivíduos que vivem na zona rural acarretam naquilo que Hall (2000) chama de descentramento do sujeito. Ou seja, é o processo de deslocamento de uma identidade que vinha sendo construída como estável, em outras palavras, é quando as ideias que o indivíduo tem de seu mundo social e cultural são abaladas e fragmentadas devido ao impacto que a globalização causa na sua - ou na de uma sociedade - identidade cultural. Esse impacto promove uma crise de identidade que faz emergir um sujeito pós-moderno que acaba por se adaptar ao novo estilo de vida proporcionado pela globalização. Surgindo, assim, novos saberes e fazeres, ou melhor, novas formas culturais produzidas pelos indivíduos dentro da sociedade em que está inserido.

2. ASPECTOS GERAIS SOBRE AS FEIRAS LIVRES NO NORDESTE

Como bem dizia a música gravada pelo Rei do Baião Luiz Gonzaga “*na feira [...] tem coisa pra gente ver, de tudo que há no mundo nela tem pra vender*”⁵, nas Feiras Livres, além de se apresentarem como fundamentais na economia das cidades dessa região, se encontra uma diversidade de produtos e de personagens que transformam esse espaço num ambiente dotado de características peculiares. Basta procurar que irá encontrar, “existe ‘doutor’ em poesia, fazendo política; tem gente vendendo qualquer camisa de futebol, sempre ‘genérica’; mulher acha todo tipo de adereços pra qualquer parte do corpo. E tudo isto sem falar nas comidas...” (MIRANDA, 2009, p. 21-22). Além de fomentar a cultura popular, a feira também oferece produtos variados a preços acessíveis para a população. A diversidade de produtos típicos como a tapioca, farinha de mandioca, os artesanatos de barro, tecidos e couro, dentre outras variedades, são especialidades que encontramos nas bancas dessas feiras, seja nos grandes centros ou em cidades de pequeno porte.

2.1 A FEIRA COMO UM ASPECTO DA CULTURA POPULAR

A feira promove troca de conhecimentos, destaca a cultura popular e possibilita a sociabilidade entre seus frequentadores. Embora exista uma gama de supermercados com preços e mercadorias acessíveis, boa parte das pessoas não se limita em fazer as compras apenas nesses lugares, mas mantem o costume de comprar na feira e isso termina no desenvolvimento de um forte processo de comercialização que está todo o tempo se aperfeiçoando devido às trocas, compra e venda de mercadorias que acontecem semanalmente. Diante disso, percebe-se que além de ser um fator bastante importante na vida econômica e social dessa região é também relevante nos aspectos culturais. Fazer a feira semanalmente é uma escolha dos fregueses, e isso é um aspecto relevante que contribui para a permanência da feira, como também, para intensificar a cultura de cada cidade. Pazera Jr. (2003) em seu trabalho sobre a feira de Itabaiana, na Paraíba, nos mostra a importância das feiras para as cidades nordestinas.

No Nordeste, [...] ela (feira) deixa de ser um fato rotineiro para assumir um papel de destaque sendo, às vezes, difícil distinguir até que ponto a feira depende da cidade ou a cidade depende da feira. Dessa forma, a feira além de sua importância urbana e regional, desenvolve o processo de comercialização e trocas inter-regionais (PAZERA JR., 2003, p. 27).

⁵Trecho da música “A Feira de Caruaru”. Compositor: Onildo Almeida. 1957.

Ao se discutir sobre Feira Livre no Nordeste é impossível não mencionar a tão famosa e considerada matriz cultural Feira de Caruaru. Localizada na cidade de Caruaru, no estado de Pernambuco, esta feira surgiu em meados do século XIX quando um padre ia à Fazenda Caruaru celebrar a missa na Capela de Nossa Senhora da Conceição nos dias de domingo. Assim, o domingo se transformava num dia especial, no qual se realizava missas, batizados, casamentos, encontros de conhecidos e parentes. E muitas dessas pessoas aproveitavam a oportunidade para levar seus produtos agrícolas para vender ou trocar por alguma coisa da qual estava necessitado. As mercadorias, geralmente, eram os produtos agrícolas, além de tecidos, linhas, chapéus que seriam apresentados como novidades do momento. Essas transações comerciais aconteciam antes das atividades religiosas. Com o passar do tempo, essa comercialização aumentou e esses produtos foram se diversificando, além disso, passou a existir uma casa comercial a qual possibilitou uma mudança nas relações sociais acarretando uma confiança mútua pelos prazos de entrega dos produtos e dos pagamentos (SÁ, 2011). A Feira de Caruaru foi inscrita no Livro de Registro dos Lugares no ano de 2006 pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional-IPHAN como sendo um Patrimônio Cultural Imaterial Brasileiro.

Na Paraíba, podemos considerar que a Feira Livre de Itapororoca-PB, assim como outras feiras, é uma característica da herança cultural, pois é preservada pela sociedade e isso faz com que permaneça até os dias atuais. Como já mencionado, a feira ainda concentra semanalmente uma grande parcela da população local e de cidades circunvizinhas que preferem fazer suas compras nesse ambiente. São pessoas que escolhem comprar em locais abertos, sob o sol ou a chuva, onde tem que disputar o espaço com outros passantes, dividir não só o espaço da compra, mas também as atenções dos vendedores, isso tudo evidencia uma outra maneira de viver a cidade a partir destas práticas de comércio de rua (VEDANA, 2004). Diante do exposto, percebe-se que as feiras se transformam em um espaço onde são compartilhadas e se “reproduzem práticas culturais coletivas” (FUNARI; PELEGRINI, 2006). São práticas e experiências vivenciadas e partilhadas por todos aqueles que frequentam a feira, além do mais, isso transforma a segunda-feira em um dia festivo no qual a maioria das pessoas não trabalha pelo simples fato de ser o dia de feira, é uma sensação de festa e animação coletiva. Sendo a feira, de modo geral, um lugar onde se realizam várias atividades, é um lugar de encontros e reencontros, de conversas, enfim, lugar onde se constroem múltiplas sociabilidades.

Dentre as várias definições de Feira Livre dá-se preferência aquela onde ela aparece como “um lugar público de comércio. Consiste na reunião de vendedores e compradores em determinado local e hora, em um local quase sempre descoberto, onde se desenvolvem trocas, venda e comércio de mercadorias” (MIRANDA, 2009, p. 30). A partir dessa comercialização as pessoas convivem e compartilham da mesma dinâmica do espaço urbano, ou seja, “uma vez por semana o cenário destas interações é montado, abrindo uma brecha no cotidiano dos frequentadores dos espaços urbanos de Feira Livre para viverem as situações sociais próprias deste ambiente” (VEDANA, 2004, p.47-48). Por outro lado encontram-se os Shopping Centers, lugar confortável e descontraído que atrai muitas pessoas para suas lojas, praças de alimentação, cinema, livrarias e outras atividades que esse espaço proporciona. Geralmente, os shoppings estão concentrados em ruas agradáveis, em bairros nobres da cidade onde reside a classe média, longe do desconforto, da insegurança e do barulho das ruas dos centros comerciais das cidades. No entanto, também se encontra alguns shoppings localizados nos centros das cidades, mas esses são destinados, de certa forma, às classes populares.

Ivaldo, um dos meus interlocutores, é feirante na feira de Itapororoca e também trabalha como taxista nos demais dias da semana em um Shopping na cidade de Guarabira-PB, local onde reside. Esse feirante comercializa na feira produtos de couro e reclama que “*no shopping se paga por tudo, até pelo conforto. Enquanto na feira uma bota de couro custa R\$ 60,00 lá no shopping é R\$ 200,00, sendo a mesma coisa [...] lá (shopping) só aceitam carros novos para trabalharem como táxi*”. De acordo com Nascimento (2003), o *shopping* surge para atender os segmentos mais bem remunerados da sociedade, que representam a minoria da população. Isso explica a diferença de valores da bota citada no fragmento acima, ou seja, as feiras parecem atender as classes populares, com baixo valor aquisitivo, enquanto os shoppings atendem à classe média que dispõe de um maior poder aquisitivo. Tudo isso acarreta uma segregação socioeconômica, espacial e cultural. Além do mais, diferentemente do *shopping*, que estão em lugares fechados longe da luz solar, a feira acontece a céu aberto e é um lugar cheio de cores, sons e movimentos. É talvez esse colorido das frutas e legumes nas barracas iluminadas pela luz do sol, o que proporciona um visual muito bonito, seja, numa primeira análise, o que chama a atenção das pessoas para irem à feira (AGAPPIO, 2015). Contudo, existem pessoas que transitam em ambos os espaços e, é justamente por essa participação nos “dois mundos” que é possível fazer a comparação entre esses lugares.

Falar sobre Feira Livre nos remete ao conceito de Cultura, pois ambos estão relacionados na medida em que na feira existe uma cultura singular pela qual as pessoas compartilham os mesmos hábitos.

No seu livro *A Interpretação das Culturas*, Geertz (1989) defende a ideia de limitar e especificar o conceito de cultura em prol de um conceito semiótico. Considerando que os homens vivem amarrados a teias de significados, a cultura representaria justamente estas teias de significados. Ou seja, a cultura é uma rede de significados que está inserida num contexto social que somente faz sentido para quem participa dessa rede. Geertz (1989), assim como Sahlins (1997), acredita que a cultura é compreendida através da ação humana por meios simbólicos. Nesse sentido, esta ação simbólica se manifesta em valores e significados compartilhados entre os membros de uma sociedade e de um mesmo sistema cultural.

Dentro de um contexto no qual a cultura é percebida como um sistema de símbolos interpretáveis, Geertz (1989) e Sahlins (1997) defendem que a cultura está em constante transformação e assim ela é dinâmica. Laraia (1986) em seu conhecidíssimo livro *Cultura: um conceito antropológico* concorda com a ideia de que o sistema cultural está sempre mudando. O entendimento desta transformação e da dinâmica é importante para a humanidade porque possibilita a percepção da alteridade, a compreensão das diferenças entre povos de culturas diferentes.

De modo geral, podemos dizer que, embora existam múltiplas concepções sobre o conceito de cultura, elas parecem chegar sempre a um aspecto semelhante, de que cultura consiste em um conjunto de costumes, símbolos, significados, leis, saberes e crenças que são compartilhados pelos atores sociais e que variam de uma sociedade para outra.

Nesse sentido, define-se como sendo uma cultura popular as manifestações sociais compartilhadas coletivamente em uma sociedade. São as ações e atividades realizadas normalmente pelos membros de um determinado grupo. De acordo com Arantes (1985) a cultura está em todas as partes da vida social e, desta forma, todas as ações humanas, sejam na esfera do trabalho, da religião ou das relações conjugais são baseadas em códigos e em convenções simbólicas a que chamamos de cultura. Segundo Canclini (1987 *apud* Guimarães, 2010), o termo cultura popular na Antropologia representa os costumes, folclore, tradição oral e artesanato, de modo geral, a cultura popular, neste caso, está relacionada a grupos em situação de subalternidade, evidenciando uma ideia de identidade compartilhada entre todos

os membros do grupo. Essa noção de que a cultura popular está associada às classes socialmente excluídas é fruto da segregação social, econômica e cultural que aponta a subordinação entre um espaço e outro, entre um grupo e outro na sociedade.

Ainda seguindo a perspectiva de Guimarães (2010), se percebe que em uma Feira Livre estão presentes os aspectos da cultura popular: oralidade, espacialidade, artesanato e festa. Realmente, basta caminhar pelos corredores de uma feira que não será difícil identificar tais elementos. O artesanato, por exemplo, é um elemento que está presente em qualquer feira, seja de barro, tecidos, couro, madeira, enfim, é uma característica marcante de uma feira. As famosas frases gritadas pelos feirantes também são típicas de qualquer feira, o hábito de fazer as compras semanais é algo ainda bastante significativo e mantido pela população nordestina e isso tudo contribui para que a cultura popular permaneça ou de certa forma, resista. E mesmo ocorrendo algumas transformações ao longo do tempo é possível preservar os costumes e os valores, ainda que, sejam agregados a estes novos significados.

Na feira existem vários elementos identificadores de cultura popular. Na feira de Itapororoca, as músicas cantadas pelos grupos de forró Pé de Serra e os cantadores de viola, os vendedores de cordel, as performances dos feirantes e artistas, as frases gritadas pelos feirantes, a pechincha/barganha, a competitividade, os artesanatos, algumas mercadorias, enfim, vários elementos expressam as raízes da população itapororoquense e transformam a feira numa representação da cultura popular. Diante disso, percebe-se que a sociabilidade estabelecida nesse espaço se desenvolve no contexto da cultura popular que é definida a partir de uma comunicação marcada pela oralidade e pela performance corporal dos feirantes. Esta performance consiste naquilo que Mauss (1974) chama de técnicas do corpo, ou seja, as maneiras pelas quais o indivíduo se serve de seu corpo. No caso dos feirantes, a performance é justamente a maneira que eles usam o corpo por meio dos gestos para oferecer suas mercadorias, mais exatamente, os modos de vender as mercadorias. Muitos gestos e movimentos, principalmente com os braços, fazem parte desta performance corporal dos feirantes.

2.2 A DIVERSIDADE ENTRE AS FEIRAS NO BRASIL

No Brasil, é comum a prática das feiras nas cidades, seja semanalmente ou diariamente. Embora esse comércio tenha se estabelecido de maneira mais intensa no Nordeste, as feiras acontecem em todas as regiões brasileiras e ainda que se diferenciem em

relação ao espaço físico e algumas mercadorias, elas possuem várias semelhanças e um caráter próprio de comércio informal. As feiras passam por algumas caracterizações como a periodicidade, itinerância dos comerciantes, variedades dos produtos e serviços, preços abertos e acordos, bem como, a forma criativa de exposição dos produtos e a maneira de chamar a atenção para cada um deles (VIEIRA, 2004). Cada feira possui suas características singulares, e mesmo acontecendo em regiões diferentes, encontramos semelhanças entre as feiras brasileiras.

Algumas destas características semelhantes são mais visíveis e merecem ser destacadas: a barganha ou pechincha por parte do freguês ou até mesmo do feirante, as quais são muitas vezes cedidas pelos feirantes com o intuito de agradar o cliente, o bom atendimento e atenção aos fregueses, às estratégias de conquista dos feirantes, os sons e barulhos, a movimentação intensa de carros e pessoas são traços comuns em qualquer feira. Todo esse movimento proporciona uma interação entre os frequentadores e, principalmente, entre feirantes e fregueses. Além de satisfazer o feirante, a relação entre esses sujeitos é um elemento fundamental que contribui para a realização do trabalho acarretando numa boa venda, mas não apenas isso, a boa relação entre eles é importante para que se possa estabelecer um vínculo de amizade. Assim, a sociabilidade pode ser considerada como um instrumento de trabalho (Vedana, 2013) na medida em que possibilita a interação entre feirantes e fregueses construindo laços de amizade e reciprocidade.

Na Feira Livre da cidade de Uberlândia-MG podemos perceber que através desses laços de sociabilidade é tecida uma rede de fidelidade que distingue o amigo do desconhecido, “um desconhecido irá comprar um mesmo produto que alguém ‘amigo’ compraria; ele poderá ser tratado com bastante cortesia, com a cordialidade que todos nós conhecemos, mas dificilmente poderá pechinchar ou reclamar dos preços sem criar uma atmosfera de tensão” (GONÇALVES; ABDALA, 2013). Na feira não basta apenas comprar e vender, é preciso estabelecer um sistema de confiança que permite um atendimento especializado, a pechinha e, até mesmo o fiado, do qual um desconhecido jamais irá usufruir. Isso demonstra o quanto a boa relação entre feirante e freguês é relevante para a realização das vendas. Em sua etnografia sobre um camelódromo na cidade de Porto Alegre-RS, Machado (2013) apresenta alguns elementos que contribuem para a realização de uma boa venda.

Uma banca bonita é o primeiro passo para realizar uma venda. Depois, é necessário ser sempre gentil com os clientes. Conversar, sorrir e ser receptivos às pechinchas são técnicas indispensáveis para a realização das vendas. Dentro de

um ambiente comercial e também competitivo, cada vendedor possui suas próprias habilidades para conseguir ser bem-sucedido (MACHADO, 2013, p. 114).

A atenção exclusiva ao freguês é também um dos traços comuns nas feiras brasileiras. Os feirantes procuram agradar os fregueses porque sabem que esse elemento é um fator fundamental para que volte a comprar em sua banca. De acordo com Tavares (2005), na Feira do Rolo em Brasília, o barraqueiro costuma se apresentar chamando a atenção para algum tipo de promoção de preços ou qualidade de sua mercadoria. Práticas como a pechincha são comuns e já estão internalizadas no hábito da compra e da venda. Além do mais, complementa afirmando que existe “uma larga tradição de feiras no Brasil, as quais podem ser constatadas, em diversas regiões; cada uma adquirindo características próprias de acordo com os símbolos de representação locais” (TAVARES, 2005). Com isso se percebe o quanto as Feiras Livres são relevantes para as cidades, pois ao mesmo tempo em que contribuem para a economia, fomentam a tradição e a sociabilidade.

Na Feira Livre de Itapororoca-PB, a tradicional cachaça temperada (figura 7), o rolo ou pacote de fumo (figura 8) e os cachimbos (figura 9), dentre outros, são elementos que reforçam a cultura popular e que estão presentes nos dias de feira em Itapororoca.



Figura 7 – Cachaça temperada com vários tipos de ervas. 2014.



Figura 8 – Rolo de fumo. 2014.



Figura 9 – Cachimbo exposto para a venda. 2014.

Pensando a feira por uma perspectiva da tradição podemos dizer que estes, assim como muitos outros elementos conservam o aspecto tradicional das feiras, haja vista que ainda permanecem e são objetos bastante procurados pelos fregueses.

3. ETNOGRAFANDO A FEIRA: O CENÁRIO, O DIA DE FEIRA, OS PERSONAGENS E A SOCIABILIDADE

3.1 O CENÁRIO

Nos anos 1940 e 1950, a Feira Livre da cidade de Itapororoca-PB já acontecia semanalmente aos domingos, mas nos anos seguintes foi transferida para o dia de segunda-feira. Atualmente, a feira acontece no centro da cidade, dentro e nos arredores do Mercado Público Municipal. Ocupa um total de doze ruas, incluindo a Praça Central da Matriz. As ruas ocupadas são: Rua Padre João Madruga, Rua Frei Damião de Bozano, Rua Monsenhor José Coutinho, Rua Treze de Maio, Rua Paulo Rodrigues, Rua São João, Rua Clotildes Maia, Rua Castelo Branco, Rua Frei Egídio Madruga, Rua Sete de Setembro, Rua Dom Adauto e Travessa Paulo Rodrigues (Figura 10). Para tais ocupações considera-se, não apenas as ruas onde as bancas de feira se encontram instaladas, mas também, as ruas que servem de estacionamento para os diversos veículos dos frequentadores. Afinal de contas, a circulação de pessoas e carro nessas ruas é modificada no dia da feira.

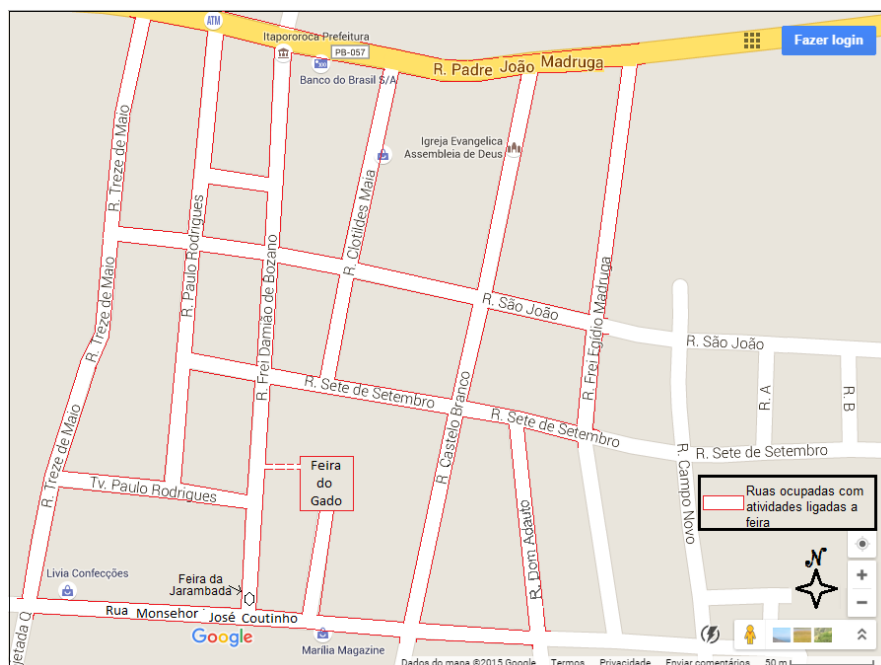


Figura 10 – Ruas ocupadas pela feira. Fonte: Adaptado de Google Maps. 2015.

Existem várias entradas para a feira, mas a principal para quem vem de fora da cidade é o acesso pela PB 057 (Rua Padre João Madruga) que liga a cidade de Mamanguape-PB a Guarabira-PB passando por Itapororoca. Nesta cidade saindo da PB 057 chega-se a praça central na qual existe intensa movimentação no dia de feira (Figura 11). Como podemos

observar na imagem abaixo, essa praça suporta algumas bancas de feira, os moto-taxistas, estacionamento de carros e, além da movimentação das pessoas o tempo todo, uma tenda de cor verde é colocada em frente ao supermercado pelo dono do estabelecimento para guardar as compras dos fregueses enquanto estes fazem o restante das compras. Ao terminar de fazer as compras, os fregueses voltam à tenda para pegar as sacolas ou então algum funcionário faz esse serviço, e no caso de muitas sacolas, as compras são levadas em carros de mãos até o transporte em que o cliente voltará para casa.



Figura 11 - Praça Principal da Matriz em dia de Feira Livre. 2014.

Ainda na praça, observam-se vendedores ambulantes que não possuem ponto fixo na feira e expõem seus produtos, geralmente, sobre uma lona estendida no chão, quando não utilizam a lona colocam os produtos em cima das bancas de assento que existem na praça. Geralmente, esses produtos são lençóis, toalhas de banho, acessórios para carro. Podemos encontrar semanalmente os pedintes, pessoas que estão pedindo ajuda para um parente ou para si mesmo. Esses pedintes utilizam uma fotografia ou um papel onde está escrito a doença para a qual as pessoas devem contribuir e assim combater. Existem ainda aquelas pessoas que pedem a contribuição nos carros com uma caixa de som fixada em cima e alguém narrando o diagnóstico da doença e os valores dos medicamentos, esse carro permanece por algumas horas parado na praça. É frequente também encontrarmos pedintes em uma das lanchonetes desta praça. Certa vez observei algumas pessoas lanchando e de repente chega uma mulher (algumas vezes são crianças) pedindo dinheiro, mas as pessoas se ofereceram para pagar o

lanche ao invés de dar o dinheiro, isso quando pedem para comprar comida. O motivo pelo qual as pessoas se negam a dar o dinheiro é que julgam que a finalidade destes pedintes seja gastar com outras coisas, ou seja, bebidas alcoólicas e drogas. Muitas vezes, enquanto estou lanchando nessa lanchonete observo crianças pedindo ajuda e essa ajuda sendo negada, as pessoas perguntam “*para que é esse dinheiro?*” e as crianças respondem dizendo que é pra comer ou comprar algum medicamento para um parente. De modo geral, a praça faz parte do espaço da feira, é aí que as pessoas se encontram, conversam, dão risadas, brincam, e assim, estabelecem um vínculo de sociabilidade.

A multiplicidade de cores e sons enaltece o “dia de feira” – como é normalmente conhecida a segunda-feira neste município. Os gritos incessantes dos feirantes anunciam o preço do produto, as lonas das bancas e os produtos em geral preenchem o cenário com sua variedade de cores. Os cheiros e sabores dos alimentos típicos como a tapioca e o beiju, convidam aqueles que passam pelo local a degustar dessas delícias.

O Mercado Público Municipal agrega parte da feira e apresenta uma variedade de produtos como carne bovina, suína e aves, bem como, feijão, farinha de mandioca dentro de sacos (Figura 12) e uma diversidade de produtos industrializados (Figura 13). Muitos desses produtos são produzidos pelos próprios feirantes. Estes passam os demais dias de semana trabalhando no roçado para na segunda-feira vender o que “colheram”. No caso das carnes, é determinada pelo poder municipal uma quantidade de animais para serem abatidos no matadouro durante o final de semana e negociados na segunda, geralmente, dentro do mercado. No entanto, uma parte dessa carne já se encontra reservada para os fregueses fiéis que pedem para o feirante reservar a quantidade de quilos de carne que irão comprar na semana seguinte. Essa reserva não acontece apenas com a carne, mas também, com outras mercadorias.



Figura 12 - Produtos expostos em sacos para a venda dentro do Mercado. 2014.



Figura 13 - Produtos industrializados a venda dentro do Mercado. 2014.

Podemos considerar que é a partir do Mercado que se fundamenta o comércio local, pois este está presente desde o surgimento da cidade e permanece até os dias atuais servindo como uma alternativa importante e, em alguns casos, principal fonte de renda dos comerciantes.

Ao andar pelo Mercado observo muitas pessoas, principalmente homens, conversando sobre assuntos diversos. Os vendedores de carne estão sempre com um pano nas mãos espantando as moscas e limpando a tarimba⁶. Na figura 14 podemos observar uma parte do interior do Mercado. É um prédio que ocupa um quarteirão, as paredes são feitas de tijolos e cimentos com pequenas aberturas pintadas de cor branca, é coberto com telhas de fibrocimento e possui várias tarimbas, bem como, outras bancas feitas de cimento com ou sem cobertura de cerâmica nas quais se vendem produtos diversos.



Figura 14 – Parte interior do Mercado Público Municipal. 2014.

Outra parte da Feira Livre é destinada à venda e troca de objetos usados. Popularmente esse pequeno espaço é chamado de feira da Jarambada. Dentre esses objetos encontramos bicicletas para adultos e crianças, ventiladores, liquidificadores, ferro de passar, caixa de som, gaiolas para pássaros, pneus, enxada e diversos outros objetos (Figura 15 – A e B). Nesse espaço também se encontra a banca de jogo de azar, presente em quase todas as feiras. Vieira (2004) em sua pesquisa sobre a Feira Livre de Taperoá-PB caracteriza o dono da banca de jogo de azar como uma figura que, com seu tabuleiro e três dados, anima todas aquelas pessoas que passam por ali. A autora descreve esse tipo de jogo da seguinte forma:

A brincadeira é formada com um ou mais participantes dispostos a apostar. A aposta é feita diretamente com o dono do jogo. Lança-se um valor qualquer em dinheiro e em seguida o proprietário do jogo recolhe os valores apostados. Ganhará a aposta o jogador cuja escolha coincida com o time de futebol revelado através dos dados.

⁶ Estrutura de cimento coberta com cerâmica onde se coloca a carne e a balança (Figura 14).

Perderá o jogo aquele que não tenha o time escolhido representado nos dados. Quem sempre sai ganhando é o dono do jogo. Cada lado do dado é um time diferente: Vasco, Flamengo, Palmeiras, São Paulo, Fluminense, Esporte do Recife, Bota Fogo etc.. (VIEIRA, 2004, p. 79).



Figura 15 (A) - Feira da Jarambada. 2014.



Figura 15 (B) - Feira da Jarambada. 2014.

Tavares (2005), em seu trabalho sobre a Feira do Rolo em Ceilândia-DF, apresenta características semelhantes a esta feira da Jambada. Uma primeira característica é que a prática do rolo também é baseada na compra e troca de mercadorias. Além do mais, essa feira oferece aos consumidores de baixa renda produtos com preços acessíveis.

Andar pela feira exige um mínimo de gingado. Os corpos das pessoas se tocam constantemente acarretando um contato físico que é praticamente inevitável. Barbosa (2013) nos apresenta uma cena frequente nas Feiras Livres.

É impossível andar pela feira sem se abaixar, fazer curvas bruscas e parar constantemente. O trânsito é muito complexo e o andar é sempre desviante. Torna-se necessária certa gíngua para passar pelos espaços que se imbricam. Andar pela feira leva o corpo a uma nova aprendizagem em relação à movimentação, que, nesse lugar, precisa levar em conta a extrema proximidade com outros corpos e as dimensões coletivas da cidade (BARBOSA, 2013).

Apesar do aperto nos corredores e desse “vai-e-vem” intenso de pessoas por todos os lados (VEDANA, 2004) as pessoas frequentam a feira semanalmente. Contudo, existem aqueles que reclamam do suor, do calor, do mau cheiro das frutas e verduras deterioradas que também fazem parte do cenário de uma feira. É frequente encontrar pessoas que param para conversar nos corredores, além das bancas e dos carros de mão, e isso tudo dificulta a passagem. De modo geral, o espaço da feira é composto por uma gama de acontecimentos e relações sociais que diferencia a manhã de segunda-feira dos demais dias da semana na cidade de Itapororoca-PB.

3.1.1 O DIA DE FEIRA

As manhãs de segunda-feira começam com um ar peculiar que altera a dinâmica da cidade de Itapororoca-PB. Este é o dia de “fazer a feira”, como se costuma dizer no município. As ruas como locais de passeio se transformam num espaço de compra e venda, o trânsito de veículos se altera, o fluxo de pessoas nas ruas é maior. Na verdade, a dinâmica dessa cidade começa a ser alterada no dia anterior ao dia em que acontece a feira, quando as bancas já se encontram em processo de montagem, restando ao feirante no dia seguinte apenas colocar a lona sobre o teto dessas bancas. As bancas consistem numa estrutura de madeira ou de metal que é instalada no solo pelos homens montadores de bancas pagos para fazer essa atividade no dia anterior ou na virada da noite de domingo para a segunda.

Geralmente, os feirantes chegam à feira entre 5 e 6 horas da manhã e a primeira coisa a fazer é colocar a lona no teto da banca e depois organizar seus produtos em cima, ao lado e na frente de suas bancas. Tanto as lonas como as bancas não são padronizadas, variam de cor e tamanho e nem todos os feirantes dispõem delas para o uso. No entanto, a ausência da lona para a banca não é um empecilho para a negociação. As bancas de feira permanecem enfileiradas nas ruas durante a manhã de segunda-feira e apresentam variedade nos produtos. Em algumas ruas existem três fileiras de bancas, em outras apenas duas. A partir das 11h, percebe-se que os feirantes já estão guardando suas mercadorias nas grandes sacolas ou caixas para voltar a suas casas. Esse horário varia de feira para feira. Se nesse horário o feirante ainda continua vendendo, ele permanecerá com a sua banca arrumada por mais um tempo, caso contrário, guardará suas mercadorias e irá embora.

Para uma parcela da população, principalmente dos sítios, o dia de feira em Itapororoca é o dia de usar uma peça de roupa nova, ir ao médico, ir para lotérica pagar as contas ou receber algum auxílio, ir ao banco resolver questões pendentes, ir ao correio, ir ao salão de beleza, ir à missa, paquerar, rever os amigos e diversas outras atividades. Entretanto, toda essa movimentação proporcionada pela feira é sinal de incômodo para alguns, os quais preferem não frequentar a feira porque não se sentem a vontade com o movimento e a quantidade de pessoas que a feira acarreta.

3.2 OS PERSONAGENS DA FEIRA

Na Feira Livre de Itapororoca-PB observamos diversos personagens que constroem as relações humanas desse espaço. Observa-se que é um público diversificado. Variam em cor, idade e raça. Os personagens principais são os feirantes e os fregueses; os primeiros são aqueles que exercem o trabalho na feira e que estão ali faça chuva ou sol, os segundos são os que negociam com os feirantes e estão ali para “fazem a feira”.

Além desses protagonistas, encontramos a figura do vaqueiro, do padre, do pai e mãe de família, do pequeno agricultor, empresários da cidade, cantadores de viola, vendedor de cordel, entre outros.

Como mencionado anteriormente, tive contato com quatorze pessoas. No início da pesquisa foi estabelecido um diálogo com um morador de Itapororoca com o intuito de obter informações sobre o surgimento da cidade e da feira. Em seguida, adotando um questionário com 28 perguntas semiestruturadas, caderno de anotações, caneta e gravador do celular em

mãos foram realizadas cinco entrevistas, quatro na casa dos entrevistados e uma em minha casa por preferência do entrevistado. Os demais contatos serão considerados como conversas informais, porque foram realizadas no ambiente da feira. A conversa no ambiente da feira dificulta um pouco a comunicação devido à chegada de fregueses a todo o momento para comprar, pois o feirante precisa dar atenção ao freguês, não sendo possível estabelecer uma conversa duradoura.

Entretanto, a partir desse contato efêmero durante a feira foi possível obter várias informações que vieram a contribuir para essa pesquisa. E, embora tenha dividido a atenção do feirante com os fregueses, este breve contato foi importante para a pesquisa porque vivenciei a experiência de presenciar e ouvir de perto as conversas entre feirantes e fregueses. Os assuntos entre eles são diversos. Histórias, problemas e doenças vivenciados pelas famílias, novelas, notícias de jornais televisivos, a venda de gado, o preço das mercadorias que aumentaram ou diminuiram, e inúmeros outros assuntos.

3.2.1 PERFIL SOCIOECONÔMICO DOS ENTREVISTADOS

A seguir serão apresentadas características socioeconômicas dos entrevistados, bem como a relação ou o envolvimento destes com a feira. Entre as quatorze pessoas com os quais tive contato, seis residem na cidade de Itapororoca, quatro na zona rural/sítio dessa cidade e quatro residem em cidades circunvizinhas. Dos entrevistados, quatro estudaram até o ensino fundamental, na época 5ª série ou Mobral; apenas um permanece estudando e dos demais não foi possível obter essa informação porque a conversa aconteceu durante a feira, o que não permite um diálogo duradouro não sendo possível abordar todas as perguntas do questionário. A renda mensal dos feirantes que tive contato varia entre R\$ 100 e R\$1.000,00. Esse dinheiro serve para comprar alimentos, pagar as contas, comprar roupas e sapatos, e para qualquer outra necessidade que surgir. Alguns destes feirantes contam, além do dinheiro arrecado pela venda na feira, com aposentadoria própria ou de um dos membros da família. A maioria afirmou que sua profissão é agricultor (a), outros que além dessa profissão são também feirantes.

Abaixo apresento o perfil dos entrevistados⁷ e algumas informações que acredito ser relevantes para esta pesquisa. No entanto, é importante ressaltar que as informações variam

⁷ Optei por nomes fictícios para preservar a identidade dos mesmos.

bastante, isso porque em alguns casos não obtive uma conversa duradoura o que não possibilitou seguir todas as questões propostas no questionário da pesquisa.

- Em um primeiro momento estabeleci um diálogo como Natan e Joseane. Essa conversa serviu para obter informações sobre o surgimento da cidade e da Feira Livre.
- A primeira entrevista semiestruturada foi realizada com José e sua esposa Simone, quarenta e nove e quarenta e quatro anos de idade, respectivamente. Ambos residem na zona rural da cidade e trabalham há vinte anos na feira de Itapororoca. José planta, colhe e vende seus produtos agrícolas, Simone ajuda na venda quase todas as semanas e não vai à feira com o marido apenas quando o filho mais novo acompanha o pai para ajudar na venda.
- A segunda entrevista foi feita com Ivaldo, trinta anos, feirante e residente na cidade de Guarabira-PB. Devido à movimentação intensa de pessoas nessa banca não foi possível estabelecer uma conversa duradoura. É feirante em Itapororoca há trinta anos e comercializa produtos de couro, também trabalha como taxista no *shopping* da cidade onde mora.
- A terceira entrevista foi realizada em minha casa com Edmilson, treze anos, filho e ajudante de feirante. Essa ajuda ao pai não é algo que acontece semanalmente devido à necessidade de frequentar a escola, pois o garoto estuda no mesmo horário em que acontece a feira. No entanto, muitas vezes, deixa de ir à escola para ir à feira ajudar seu pai e ganhar o dinheiro arrecado da venda de mercadorias. Segundo Edmilson, seu pai lhe dá uma contribuição de R\$ 10,00 ou R\$ 12,00 em troca de sua ajuda, esse valor varia de acordo com a feira, se a feira estiver boa ele ganha mais, caso contrário, ganha menos. Ou seja, se vender muitos produtos é sinal que a feira está boa, se não, sinal de que a feira foi fraca e não teve lucro suficiente para retribuir com a ajuda prestada.
- A quarta entrevista foi realizada na casa de um casal de feirantes, Bento e Neide, cinquenta e quarenta e um anos de idade, respectivamente. Ambos residem na cidade de Itapororoca e trabalham na feira há vinte anos. No início vendiam rapadura e roupas. Atualmente, os produtos comercializados por esses feirantes são pomadas caseiras, batata frita, tapioca e utensílios domésticos e produtos de plástico.
- Nas idas à campo tive contato com alguns personagens que não frequentam a feira semanalmente, apenas uma vez ao mês como é o caso de Severino, o qual reside na cidade de Guarabira-PB. Trabalha em Feiras Livres há cinquenta e cinco anos.

Vendedor de cordel e pomadas que servem para aliviar dores e rachões no pé, Severino afirmou que nas décadas de 1950, 1960 e 1970 a venda de cordel era maior e era feita cantando as histórias escritas nos cordéis e isso fazia com que uma multidão se formasse ao redor da banca. Atualmente, não utiliza mais essa estratégia de venda porque as pessoas não param para ouvi-lo. Mesmo assim, afirma que a venda de cordel nunca deixou de acontecer porque faz parte da cultura popular. Além de Itapororoca, Severino oferece seus cordéis nas feiras de outras cidades como Belém e Mamanguape, ambas localizadas no Estado da Paraíba.

- Dona Carminha é residente de Itapororoca. Trabalha na feira há quarenta anos e vende comidas à base de milho. Ela é aposentada, mas afirma que precisa trabalhar na feira para ajudar sua filha e seus netos, além disso, ela também contribui doando cestas básicas as pessoas carentes. Carminha disse que trabalha desde os dez anos de idade. Explica. Seus pais tiveram trinta e um filhos e ela sempre teve que ajudar com as despesas por ser a mais velha dos irmãos. Recordou da época em que seus irmãos desmaiavam sob a mesa por sentirem fome e não ter o que comer. Carminha julgando ser brincadeira dos irmãos os impulsionava para trás e os via cair novamente. Relata essa história com lágrimas descendo dos olhos e afirma que hoje em dia agradece a Deus por ter uma vida boa e poder ajudar a família financeiramente. Acredito que essa “vida boa” se refira ao fato de não passar fome.
- O dono da banca de jogo do azar reside na cidade de Guarabira-PB. Tem sessenta e quatro anos de idade. Trabalha na feira de Itapororoca há mais de trinta anos. Afirma que permanece trabalhando como feirante devido a sua idade, pois não é fácil encontrar outro tipo de emprego para uma pessoa com essa idade.
- Outra figura que encontrei na feira foi a de um índio feirante que oferecia pomadas caseiras feitas do coco do jaborandi. Esse índio reside na cidade de Baía da Traição-PB. Além da feira de Itapororoca, esse vendedor oferece sua mercadoria em outros Estados como Rio Grande do Norte e Pernambuco.
- A penúltima entrevista semiestruturada foi com Val, sessenta e seis anos de idade. Residente da zona rural de Itapororoca-PB. Trabalha na feira desta cidade há quarentas anos vendendo hortaliças. Trabalha também na feira da cidade de Mamanguape-PB, mas prefere a feira de Itapororoca devido as despesas serem menores e a clientela mais conhecida. Este feirante afirmou que gosta do trabalho que exerce, pois é um trabalho

que possibilita o encontro com os colegas e, além disso, “*a feira é como se fosse uma festa, a gente se diverte muito*”.

- A última entrevista foi com Antônio, cinquenta e sete anos de idade. Reside na cidade de Itapororoca-PB. Começou a vender na feira dessa cidade no ano de 1985 e permanece até os dias atuais. Nenhuma de suas mercadorias é produzida por ele próprio, este vendedor compra de outros trabalhadores para revender na feira. Antônio afirmou que nunca frequentou a escola, e que aprendeu a fazer seu nome por interesse próprio. Disse que nos dias atuais as crianças são obrigadas a frequentar a escola por causa do dinheiro arrecadado pelo Programa Bolsa Família do Governo Federal e, caso não compareçam as aulas o benefício será cortado devido a grande quantidade de faltas que o aluno terá.

Contudo, cada feirante é um personagem do dia de feira que neste cenário promovem uma rica rede de sociabilidade advinda da relação entre os próprios feirantes e fregueses. Dito isto, se percebe a relevância que a sociabilidade representa na Feira Livre. É sobre este assunto que trataremos no próximo subitem.

3.3 SOCIABILIDADE

A noção de sociabilidade na qual se baseia essa pesquisa parte da ideia de interação entre os indivíduos de uma determinada sociedade. Frúgoli Jr. (2007) argumenta que o conceito de sociabilidade, para Simmel, possibilita compreender a maneira como se organiza a sociedade através de uma associação básica. Sociabilidade, neste caso, seria entendida como um “social puro” (FRÚGOLI JR., 2007, p.9) em que, via de regra, os indivíduos atuam como iguais sem quaisquer interesses, além da interação em si mesma. Entretanto, devemos considerar que estamos nos referindo a um comércio que envolve trocas comerciais. Além de proporcionar a interação entre os indivíduos possibilita trocas que são executadas naquele espaço e que acarreta, de certa forma, algum interesse, principalmente, econômico. Nesse sentido, a sociabilidade aqui é percebida pela interação estabelecida entre os frequentados da feira, seja aquela envolvendo apenas as trocas de mercadorias ou simplesmente a relação de amizade e reciprocidade estabelecida naquele espaço. Vedana (2004) registra que a questão da reciprocidade é importante para pensar as formas de sociabilidade “que estão presentes no contexto urbano, tendo em vista os tipos de relações estabelecidas entre fregueses e feirantes das feiras-livres” (VEDANA, 2004, p. 19).

As relações entre feirantes e fregueses que são estabelecidas no espaço da feira não estão, necessariamente, voltadas apenas para a venda e compra de mercadorias. As Feiras Livres parecem agregar “sentimentos, significados e hábitos engendrados no ‘bate-papo e na conversa-fiada’ entre aqueles que a frequentam” (GONÇALVES; ABDALA, 2013). Dessa maneira, percebemos que a interação entre os indivíduos é um elemento que merece ser analisado e, além do mais, é bastante expressivo para que haja a sociabilidade nesse comércio de rua informal que é a Feira Livre.

A boa relação entre feirantes e fregueses é um aspecto importante para a venda de mercadorias, mas não apenas isso, essa relação parece ser um fator importante e ultrapassa os limites de compra e venda, pois é estabelecida uma relação de amizade e confiança entre as partes que é recíproca. Ao longo da pesquisa, em uma conversa com José, ele afirmou que se não fosse pelos seus fregueses não iria à feira. Para ele não se trata apenas do ato de vender, mas da consideração que sente por seus clientes, não os engana com mercadorias de má qualidade e isso acarreta uma confiança entre eles. Confiança que é recíproca entre os feirantes e fregueses. Essa relação de confiança e reciprocidade estabelecida na feira acarreta numa freguesia regular, a qual não se importa se na banca vizinha o valor da mercadoria é mais barato, o freguês fiel sempre levará a mercadoria do feirante “amigo” porque confia que são produtos de boa qualidade, afinal “fazer a freguesia é construir um rol de compradores fieis” (SATO, 2012, p. 126). Podemos perceber essa confiança que o freguês cultiva no feirante e o quanto existem clientes fiéis através do depoimento de um vendedor de hortaliças:

Já tem aqueles clientes certos que toda semana vão comprar. Quando não tem a mercadoria, aí compra em outras bancas. Quando eu levo produtos que não são da minha plantação as pessoas conhecem, eu chego até a mentir e dizer que é da minha plantação. Tem mulher que é experiente, diz logo que ‘esse aqui não é do seu não, tá tão branco’. E sobre os preços, todos sabem que quando a mercadoria baixa num canto, a gente não pode vender mais caro, mas eu vendo porque elas [freguesas] sabem que é da minha plantação mesmo. Em outros cantos tem coentro de três molhos por R\$ 2,00, eu digo, vá comprar ali, mas elas dizem que não querem nem de graça porque amanhã já tá só a lama, murcho, elas dizem, “eu quero levar do seu”. Tem uma mulher que vende no meio da feira e ofereceu a uma freguesa: olha aqui são três molhos de coentro por R\$ 2,00, tão bonito, cheire aqui, a freguesa disse que não queria, ia comprar aquele mesmo de R\$ 1,00 o molho. Quando a vendedora saiu, a mulher me disse que uma vez comprou esse coentro barato e perdeu todinho. Outro dia essa vendedora de coentro me perguntou porque algumas freguesas só compravam coentro de mim e não compravam dela, ‘elas são bem tuas raparigas

né?!’Eu ri e respondi que sim, disse que é porque ela vende o coentro e as freguesas disseram que apodreceu todinho por isso elas não quiseram, a vendedora respondeu dizendo que era mentira da freguesa. As freguesas, às vezes, vão comprar e me dizem que vão levar pouco coentro porque o da semana passada ainda está bonzinho (Val, 2015).

Outra relação que é importante na feira é aquela estabelecida entre os próprios feirantes. Eles têm o hábito de compartilhar os clientes, ou melhor, quando o freguês está à procura de um determinado produto e o feirante não tem esse produto, conduz o cliente a outro colega que tenha o produto procurado.

Outra relação/negociação que existe na feira é aquela estabelecida entre feirantes e a vizinhança. Essa relação é necessária para minimizar possíveis problemas causados pelas atividades da feira. As bancas de feira em Itapororoca ocupam as frentes e laterais das casas e isso pode vir a ser um empecilho para os moradores porque estes tem suas calçadas preenchidas por mercadorias. Edmilson, um dos meus interlocutores, me falou sobre uma senhora que tem a calçada de sua casa ocupada pelas mercadorias. Disse que a maioria dos feirantes que vendem numa determinada rua realizam algumas atividades na casa dessa senhora, a exemplo de estacionarem suas motocicletas no quintal, usarem o banheiro e beberem água. Em troca desses favores, a senhora passa em cada banca e pega mercadorias sem precisar efetuar o pagamento. Isso é aceito pelos feirantes porque, afinal, eles também usufruem daquilo que a senhora pode oferecer a eles.

Em algumas cidades de pequeno porte, a feira é uma das únicas formas de comercialização, assim, além de oferecer uma atividade comercial, ela é vista como ponto de encontro, lazer e cultura para a maioria das pessoas da região. De acordo com Vieira (2004) a feira de Taperoá-PB é um campo de trabalho no qual as pessoas trocam informações, revêem os amigos e familiares, compram mercadorias. Assim, percebe-se que esses elementos são características singulares de qualquer Feira Livre, pois assim como em Taperoá, na feira de Itapororoca não há apenas um espaço de negociação de mercadorias, mas também, um local em que as pessoas vão em busca de atividades diversas. No geral, a feira pode se apresentar como uma mistura de lazer e cotidiano, e mesmo que estejam sendo realizadas “atividades rotineiras, necessárias, é uma oportunidade de viver algo diferente [...]. Um ambiente alegre e unido, um espaço de liberação através da interação social – por meio de dança, riso, conversas, ditos populares, músicas etc.” (GUIMARÃES, 2010, p. 11).

Em um dia de feira, enquanto permanecia na banca de José, presenciei o momento em que o freguês se aproxima para comprar alguma coisa e pede para guardar suas sacolas na banca para terminar de fazer as compras, o feirante logo pega as sacolas e as coloca abaixo da banca dentro de um balaio. Diante disso, percebi que existe uma relação de confiança entre o feirante e seus fregueses. Sato (2012) afirma que deixar a sacola em uma banca tem um valor simbólico e significa fidelidade e confiança. Essa relação, muitas vezes, é criada e alimentada exclusivamente na dependência da feira e esta confiança entre eles possibilita ao freguês levar a mercadoria e pagar depois, geralmente, no final do mês quando recebe o salário ou aposentadoria, bem como, deixar suas sacolas na banca para terminar de fazer as compras. Esta última atividade é algo comum na feira de Itapororoca.

Em outra ocasião, na banca de Neide, presenciei sua sogra que ia passando e parou nesta banca para conversar com a feirante. Neide me apresentou pra sogra como “*a menina que faz trabalho aqui na feira*”, e nos cumprimentamos. A mulher, que me incluía na conversa fazendo perguntas que ela mesma respondia, falava sobre o filho que estava passando por alguns problemas, no entanto, ela não parecia estar preocupada ou triste, pois falava num tom de voz alto seguido de muitas gargalhadas. Diante disso, é possível afirmar que as pessoas vão à feira para, além de fazer suas compras, trocar informações, se inteirar das fofocas sobre casamentos, nascimento dos filhos, rever e conversar com os parentes e amigos. Nesse sentido, a feira se torna um espaço valioso de comunicação (VIEIRA, 2004), pois além das notícias se espalharem de “boca em boca” ocorre também a comunicação feita pelos próprios feirantes oferecendo seus produtos. Como afirma Gonçalves e Abdala (2013) “as feiras-livres parecem manter o aspecto de local “informal”, cuja pessoalidade entre os sujeitos que a frequentam proporciona maior interação e fixação das relações sociais, sejam elas focadas ou não na compra de mercadorias” (GONÇALVES; ABDALA, 2013).

O lazer na feira não aparece em oposição ao trabalho. Ao contrário, para a maioria dos meus interlocutores, o simples acontecimento da feira é um lazer. Pois, na medida em que oferecem seus produtos estabelecem contato com os fregueses e, através desse contato, eles trocam jocosidades, fazem piada e se divertem. Não apenas neste cenário, mas fora dele, as relações entre os frequentadores da feira permanecem. Não raro vemos feirantes de cidades circunvizinhas passando o dia de domingo na casa de um colega feirante, desfrutando do lazer com os colegas de trabalho, e assim, fortalecendo a rede de relações que se estabelecem na Feira Livre.

As bancas de lanches ao ar livre agregam muitas pessoas para saborear as comidas típicas. Aí se encontram ricos e pobres, negros e brancos, crianças e adultos. Ao chegar à feira já se observa estas bancas reunindo pessoas desde as seis horas da manhã. As pessoas estão sentadas ou em pé tomando seu café da manhã ou lanche. Para essa refeição existe uma variedade de alimentos que são preparados na feira (Figura 16), podemos encontrar macaxeira, inhame, cuscuz, carne bovina ou suína assada na brasa, frango, suco de frutas, café, etc. Encontram-se outras barracas que oferecem salgados, cachorro-quente, caldo de cana feito na hora e, também barracas que oferecem apenas comidas à base de milho (Figura 17).



Figura 16 - Alimentos sendo preparados para a alimentação. 2014.



Figura 17 - Milho cozido e assado. Fonte: Ivanildo Costa. 2014.



Figura 18 - Barraca de lanches na feira. 2015.

Além das barracas de lanches (Figura 18) na feira, os frequentadores também têm a opção de lancharem em restaurantes que possibilitam melhor comodidade com mesas e cadeiras padronizadas, cardápio e vários atendentes. Estas estão localizadas, em sua maioria, próximas ou no centro da cidade. De todo modo, cada comerciante, seja da barraca de lanches ou de restaurante, possui suas próprias habilidades para exercer suas atividades, cada um tem seu próprio modo de vender.

4. ANALISANDO OS MODOS DE FAZER DOS FEIRANTES

O espaço de uma Feira Livre permite aos feirantes executarem diversas ações, as quais são denominadas modos de fazer. Tais modos consistem na produção ou aquisição e compra de mercadorias, vendas, comunicações verbais, performances, qualidade e preço dos produtos. Essas são estratégias de conquista utilizadas para oferecer a mercadoria e chamar a atenção dos fregueses, por meio desses “modos de fazer” os feirantes conquistam sua clientela.

Amorim (2006) e Vianna e Teixeira (2010) destacam que com a implementação do Decreto 3.551 de 4 de agosto de 2000, criou-se o Registro de Bens Culturais Imateriais em Livros específicos criados pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional - IPHAN, e instituiu-se o Programa Nacional do Patrimônio Imaterial. Tal Registro se fará por meio de quatro livros: Livro de Registro dos Saberes, Livro de Registro das Celebrações, Livro de Registro das Formas de Expressão e Livro de Registro dos Lugares. De acordo com Amorim (2006) a criação deste Registro foi um fator fundamental para se consolidar a responsabilidade do Estado a fim de resguardar, estimular e identificar as formas de expressão, celebrações, saberes e lugares expressivos das diferentes identidades sociais e culturais do Brasil. Nesse sentido, os modos de fazer se referem ao primeiro livro dos registros de patrimônio imaterial, pois se manifesta como um saber enraizado no cotidiano dos feirantes e, que é transmitido de geração a geração. A Feira Livre poderia ser entendida, nesta perspectiva, como uma cultura popular que pertence potencialmente ao patrimônio cultural imaterial brasileiro, pois mesmo não tendo sido objeto de uma política pública do estado (pois estes bens só se tornam patrimônio após a realização do processo de registro e inventário realizado pelo IPHAN), trata-se de um espaço onde se desenvolvem práticas sociais e culturais coletivamente. A ideia, portanto, é observar que há, na última década, uma política pública de patrimônio cultural direcionada para a valorização de manifestações culturais populares como é o caso, por exemplo, das Feiras Livres.

É importante mencionar que o Decreto 3.551 causou um impacto marcante no âmbito das políticas do patrimônio cultural, pois possibilitou políticas públicas voltadas para os segmentos sociais que outrora eram excluídas do escopo destas políticas. Neste sentido, a ideia de patrimônio imaterial tem o intuito de oficializar, explicitar e valorizar a diversidade e pluralidade cultural brasileira. Trata-se de uma política pública inclusiva e transformadora que abarca os processos culturais, a produção e reprodução dos bens culturais, as performances e os modos de transmiti-los (Vianna; Teixeira, 2010).

4.1 A AQUISIÇÃO DE MERCADORIAS

Alguns feirantes são agricultores e produzem sua mercadoria, ou seja, plantam em seus roçados ou em roçados arrendados⁸, em seguida colhem e depois vendem na feira. Entre esses produtos destacamos a macaxeira/aipim, inhame, batata doce, farinha de mandioca, frutas e hortaliças. Outra parcela dos feirantes adquire sua mercadoria de outros vendedores que repassam por um preço menor, essa atividade é conhecida como venda no atacado, onde se compra várias unidades de cada mercadoria e se paga um valor baixo para revender por um preço maior que garantirá o lucro. A venda no atacado pode ser feita na feira ou em cidades circunvizinhas. Neste último caso e, dependendo da mercadoria, os feirantes viajam uma vez na semana, por exemplo, uma vendedora de tapioca precisa comprar a goma semanalmente, pois a demanda é pequena e a aquisição costuma ser feita na cidade vizinha, pois não se tem tanta despesa. Já um vendedor de roupas viaja uma vez a cada um ou dois meses, isso porque é preciso se deslocar, na maioria dos casos, para outro estado e isso implica em maiores despesas. Dona Carminha, vendedora de milho, me disse que geralmente compra o milho na feira de Itapororoca mesmo e, quando não encontra nesta feira vai para o estado do Rio Grande do Norte em busca de sua mercadoria. O importante, segundo ela, é não deixar faltar e sempre ter uma mercadoria de qualidade, e com isso conquistar os fregueses.

4.2 AS ESTRATÉGIAS DE VENDAS DES MERCADORIAS

As estratégias de conquistas pelas quais os fregueses se utilizam para atrair a freguesia são bastante variadas. Cada vendedor tem seu modo peculiar de chamar a atenção dos clientes, mas as expressões orais anunciando o preço do produto parecem ser a ferramenta mais utilizada. São frases de todos os tipos, algumas vezes o feirante o faz com uma expressão pouco séria, mas na maioria dos casos é num tom de jocosidade. Geralmente ouvem-se frases que não apenas anunciam o valor do produto, mas também, convidam o freguês até a banca, como as que enumero abaixo:

“olha a verdura, hoje tá de R\$ 2,00 o quilo”.

“meu amor, vai levar o que hoje?”.

“madame, pode chegar pra olhar!”.

“moça bonita não paga, mas também não leva!”.

⁸ Terreno alugado à outra pessoa.

“Chega pra cá, olha a batata como tá bonita?!”

“Hoje quem manda é o freguês! Bora pra cá que hoje quem manda é o freguês”.

“Tem sombrinha, tem sombrinha! Olha lá vem chuva!”.

Essas são algumas das frases que os feirantes gritam e que sempre se ouve quando se está na feira. É através destas expressões que boa parte dos feirantes consegue atrair os clientes até a sua banca. Em alguns casos elas variam de acordo com as condições climáticas, como podemos perceber na última frase que se ouve apenas nos dias de chuva. Dessa forma, percebe-se que a oralidade é um elemento significativo para estabelecer e manter as relações sociais na feira. Essas estratégias verbais também envolvem a expressão corporal, pois o feirante fica se movimentando todo o tempo, inventando suas próprias performances e desenvolvendo suas habilidades, muito embora nem todos os feirantes possuam essas técnicas. Como podemos perceber na fala da feirante Neide *“o povo chega pergunta se é tapioca, pergunta o preço, eu digo que é R\$ 1,00 e pronto, o povo compra. Eu não grito os preços, espero o cliente chegar e se gostar leva, se não gostar, não leva”*, e do feirante Bento que afirma *“que não sabe e nem tem jeito pra oferecer seu produto”* e que só o faz quando o freguês se aproxima para comprar. No entanto, os feirantes, cada um à sua maneira, acreditam que as estratégias verbais são fundamentais para a venda de mercadorias. Quando indagados sobre tais estratégias, três meus interlocutores argumentam,

Tem que falar né? A pessoa não vai ficar calada de uma vez. Diz ao freguês: oh aqui é tanto. E os fregueses gostam de mim demais porque sou divertido e não tenho cara feia (Val, 2015).

Eu dou valor a minha mercadoria mesmo e chamo que até minha mulher reclama. A maioria dos feirantes lá [da rua em que vende] fica calada, já eu, chamo: Chegue senhora que aqui é novinha, é doce!. Macaxeira arrancada hoje, cozinha que fica uma papa, se você não acredita que cozinha, leve e depois você me paga (José, 2015).

Eu chego abro os sacos e quando o cliente vai passando eu digo: olhe tem coisa boa aí, o xerém tá de primeira qualidade, a farinha tá boa, tem três tipos de farinha, a grossa, a fina e a média. Eu ofereço pra eles darem uma experimentadinha e, às vezes, acabam levando. É uma propaganda lenta, tem gente que fica gritando mais, mas isso acontece mais quando os produtos são perecíveis, como a verdura e galinha, porque se estraga logo (Antônio, 2015).

Outra estratégia é aquela dos feirantes fruteiros que oferecem provas de degustação para a freguesia. Certo dia, na feira, estava à procura de mamões quando vi uma banca de frutas e fui até lá. Perguntei o preço e o feirante respondeu que era R\$ 1,00 o kg. Pedi uma

sacola e comecei a escolher os mamões do tipo havaí, enquanto isso, ele me perguntou se eu não gostava “desse aqui” me mostrando outro tipo de mamão, conhecido como papaia e, antes que eu respondesse, pegou a faca e já foi cortando ao meio, tirou a semente e me deu dizendo que eu provasse “que era bem docinho”, peguei e comecei a comer. Realmente era docinho. Enquanto isso, ele me ajudava a escolher os mamões, na sacola já tinha mamões dos dois tipos, antes que eu acabasse de comer o pedaço de mamão, ele me ofereceu outro, eu falei que estava satisfeita e, como ele havia falado o mamão estava mesmo docinho, ele disse que eu comesse o outro pedaço e colocou em cima da banca próximo a mim para que eu pegasse. Não resisti. Ele me disse que faz isso para agradar os fregueses, se não fizer os clientes não voltam. Depois que ele pesou fiz o pagamento e me despedi, ele agradeceu e disse que voltasse na próxima semana.

Alguns artistas frequentam a feira de Itapororoca e também utilizam formas criativas para chamar a atenção das pessoas que estão na feira. As performances executadas por eles são as mais variadas. Seguindo a perspectiva de Vianna e Teixeira (2010), a performance está relacionada ao acontecimento, ao ato de vivenciar e comunicar, ao aqui e agora das ações humanas, com uma carga expressiva e singular de identidades. Neste sentido, Schechner (2003^{apud} Vianna; Teixeira, 2010) acredita que a performance é importantíssima porque reforça a identidade social de um determinado grupo social. E complementa que qualquer comportamento ou ação de um indivíduo pode ser estudado como performance. Diante disso, parece que os modos de comportamento criam possibilidades para que a ação humana seja considerada enquanto performance.

Observa-se, com pouca frequência na feira de Itapororoca, a performance de um homem que pinta todo o corpo e a roupa com tinta de cor cinza e permanece como estátua para ganhar dinheiro (Figura 19, A e B). Ele coloca um recipiente de lata para coletar as moedas e um cartaz já debilitado no qual apenas se consegue ler as seguintes palavras: *Estátua viva colabore com a arte da cultura brasileira. Sou artista de rua, sobrevivo da...*



Figura 19 A e B – Performance do artista. 2014.

Noutra ocasião estava um índio feirante oferecendo seus produtos naturais, pomadas caseiras feitas de resina do coco do jaborandi e como estratégia de conquista utilizava uma cobra envolta em seu pescoço, além do casal de cobras que dizia ter em sua mala. Durante sua apresentação anuncia no microfone que vai exibir esse casal, mas vai embora e não o expõe. Algumas crianças que assistem a apresentação afirmam que o índio não carrega o casal de cobras que “*isso é mentira dele [índio]*”, porém, isso não impede que uma pequena multidão se forme ao seu redor para observar sua performance e comprar seu produto (Figura 20, A e B). Ele ensina, falando ao microfone, como se deve usar a pomada: “*mornar a resina, quando ela tiver desonerada com a água bem verdinha, coloca seis gotas no chá de capim santo ou erva cidreira e beber*”, ou massagear em cima da dor ou do machucado.



Figura 20 (A)- Performance do índio. Observa-se a cobra em volta de seu pescoço e a pequena multidão ao seu redor. 2015.



Figura 20 (B) – A venda e a compra da mercadoria. 2015.

Outra maneira de chamar a atenção dos frequentadores da feira são os famosos grupos de forró Pé de Serra (Figura 21) e os cantadores de viola (Figura 22). Esses cantadores são

convidados a se apresentar em lanchonetes ou em uma parte da feira destinada a venda e troca de produtos usados, a categoria nativa usada para definir este espaço é Feira da Jarambada.



Figura 21 – Grupo de forró Pé de Serra na feira da Jarambada. 2015.



Figura 22 - Cantador de viola em uma lanchonete. 2014.

Diante disso, podemos considerar que um feirante realiza uma performance quando este cria e utiliza suas próprias e diferentes habilidades para conquistar sua clientela. Enquanto seu corpo caminha de um lado para o outro da banca, os braços e as mãos estão sempre articulados para exercer pequenos movimentos, a fala sempre em primeiro plano para estabelecer um contato direto com o freguês. Os movimentos são repetitivos, assim como a fala depois de algum tempo de escuta são repetidas. Contudo, mesmo exercendo todas essas habilidades, os feirantes parecem estar atentos a tudo que acontece ao seu redor. Eles selecionam aquilo que vêem e ouvem para criar frases que façam parte do cotidiano dos fregueses. Neste sentido, a improvisação e a criatividade do feirante performer faz com que suas estratégias sejam mais ou menos eficazes na conquista do freguês.

Frequentemente observa-se que os feirantes que comercializam mercadorias que são perecíveis baixam os preços quando o final da feira se aproxima. Isso porque o feirante, ao invés de voltar pra casa com o produto, prefere vender por um preço menor. Nestes casos os sons também servem para anunciar as boas oportunidades de compras (SATO, 2012), embora alguns fregueses prefiram fazer as compras nas primeiras horas da manhã para conseguirem produtos de qualidade.

Contudo, sabemos que na feira existe a competitividade, e assim, alguns fregueses preferem comprar em determinadas barracas e em outras não. Existem aqueles que são considerados os melhores vendedores e feirantes, além do mais, como já mencionado no capítulo anterior, a feira possibilita a barganha, a negociação do preço dos produtos, muitas vezes essa negociação parte do próprio feirante, por exemplo, quando um cliente chega ao banco e pergunta o valor de uma blusa, o feirante diz que “*é R\$ 30,00, mas pra você faço R\$ 25,00*”. Tanto a pechincha quanto o compartilhamento dos clientes é algo que não acontece nos supermercados. Ninguém vai a um supermercado a procura de um produto e, caso não encontre, o dono indica outro supermercado. Essas são diferenças observadas tanto pela minha experiência como freguesa e pesquisadora, como também, pela opinião de feirantes.

A diferença entre a feira e as lojas fechadas é que em algumas lojas, e citou o Armazém Paraíba, uma loja de móveis e eletros renomada na Paraíba, até pagar um dinheiro é difícil e na feira não. Você chega pergunta quanto é a calça, essa camisa, se gostou bota preço se der ela [vendedora] vende, se não der, não vende, se você gostou leva, se não gostou não leva. Como diz a feira é livre. No supermercado você vê como é, né?! Tem vez de se passar meia hora na fila pra chegar ao caixa e na feira não, chegou pesa aqui, pá pufo, ligeiro, e ainda tem mulher que diz: avia homem. Imagina se ela for pra uma fila no supermercado ou em casa de negocio mesmo?! (Val, 2015).

Embora a feira ofereça esta vantagem de não se enfrentar fila e de ser possível pechinchar, os vendedores não recebem um salário fixo como acontece nos supermercados formais. Não existe um valor fixo a ser pago no final do mês, para se ganhar dinheiro vai depender das estratégias do vendedor para convencer os fregueses a comprar sua mercadoria. Nesse sentido, as Feiras Livres se apresentam como o lugar de uma ordem diferenciada em relação a outros estabelecimentos de comércio (VEDANA, 2004), como os supermercados. Uma vantagem dos supermercados é aceitarem compras parceladas no cartão de crédito, coisa que na feira não é possível encontrar, pois nos bancos não existem máquinas de passar o cartão. Embora os supermercados possuam essa máquina ainda vendem fiado, ou seja, existe um caderno onde são anotados os preços das compras dos clientes, mas para isso é preciso ser conhecido dos donos do estabelecimento.

Diante de tantas estratégias de conquista, percebe-se que cada feirante possui sua técnica, seu modo de oferecer o produto, muitas vezes transmitidas de geração a geração, ou mesmo aprendidas pela experiência vivenciada de muitos anos de trabalho na feira. Os feirantes enxergam na feira, não apenas um lugar de trabalho, mas um lugar de lazer que não está em oposição ao trabalho, no qual se desfruta de conversações com os amigos e depois de uma boa venda a satisfação de dever cumprido.

4.3 ORGANIZAÇÃO E TRABALHO: “O TRABALHO É CANSATIVO, MAS É GOSTOSO!”

Numa manhã de segunda-feira saí de casa às 4h40 em um caminhão que transporta as mercadorias do sítio Curral Grande para a feira na cidade. Na primeira casa que paramos pedi ao feirante para fotografar o momento em que ele colocava sua mercadoria em cima do carro, a autorização foi concedida. Passamos na casa de outro feirante que colocou apenas uma balança, pois seus produtos já se encontravam no caminhão. Seguimos para a estrada esperar outro feirante que ainda tinha ido ao roçado “arrancar a macaxeira”, ouvi esse feirante chamar o filho de treze anos que já estava no carro. O menino foi ajudar o pai. Enquanto esperávamos fiz algumas anotações e fotografei um feirante demonstrando alegria e disposição para o dia de feira (Figura 23). Em seguida chegaram mais dois feirantes com parte de suas mercadorias, uma vez que esse caminhão já tinha passado por ali na tarde do dia anterior para pegar as mercadorias. Na volta do roçado, o feirante colocou sua mercadoria em cima do caminhão. Ainda estava escuro, era aproximadamente 5h00 da manhã quando seguimos para a cidade/feira. Esse trajeto demorou cerca de 30 minutos e o caminhão seguia com três

mulheres, inclusive eu, na parte interior, e seis homens na parte superior. Chegando à cidade tivemos alguns momentos de tensão devido à quantidade de carros estacionados nas ruas. Quando enfim chegamos ao local de estacionar os caminhões, desci e fiquei esperando o descarregamento das mercadorias. Observei que havia um homem dormindo na calçada e ao seu lado um carro de mão. Uma das mulheres que estava comigo disse que era um cabiceiro. Eu rapidamente perguntei o que seria. Ela disse que são os homens que carregam as mercadorias do caminhão até o banco de feira. Adentrando na feira percebi que já tinha alguns fregueses em uma barraca de lanche esperando por esses feirantes que acabaram de chegar. Coloquei o meu crachá no qual indicava nome, instituição e curso com as assinaturas necessárias – achei conveniente fazer uso de um crachá devido aos “olhares estranhos” nos momentos em que fotografava a feira – e fui andar pelas ruas da feira, nesse dia andei por todas as ruas ocupadas pelas bancas e observei que nesse horário, entre 6 e 7 horas da manhã, tinha poucos fregueses na feira. (diário de campo, 20 de abril de 2015).



Figura 23 - Feirante saindo da zona rural para à feira na cidade. 2015.

O melhor horário para conversar com os feirantes é entre 6 e 7 horas da manhã, a partir daí é quase impossível ter a atenção desses trabalhadores, pois ela estará totalmente voltada para seus fregueses. Chegar à feira antes das 6 horas permitiu-me não apenas ganhar a atenção dos feirantes, mas também, observar, ouvir e ser inserida em suas conversas. Ao mesmo tempo em que estão arrumando as bancas e as mercadorias, os feirantes conversam

sobre muitos assuntos, falam sobre os acontecimentos da semana, brincam com alguém que passa por ali, cantam e parecem estar felizes com o trabalho que desenvolvem. Nesse horário já se encontra alguns fregueses fazendo suas compras e colocando o “papo em dia” tanto com aqueles feirantes conhecidos, como também, com outros fregueses. A partir das 7 horas a conversa com o feirante vai ficando difícil devido à chegada dos fregueses, com isso, a atenção será exclusiva para o consumidor e não mais para o pesquisador. Depois de vivenciar a experiência de tentar entrevistar o feirante em seu local de trabalho e ocorrer inúmeras interrupções a ponto de não obter tanto êxito, percebe-se que a feira é um espaço mais apropriado para a observação, principalmente no seu clímax, o qual é considerado o momento em que a feira está lotada de pessoas, com o vai e vem nos corredores, uns comprando e outros vendendo. Claro, existem exceções em alguns momentos em que se pode conversar, porém nesse comércio informal conversar sem interrupções é praticamente impossível.

No ano de 2011, a Feira Livre de Itapororoca foi regulamentada pela Lei Municipal nº 332/2011 de 09 de dezembro de 2011. O capítulo VII desta lei é composto por cinco artigos nos quais são descritas as normas estabelecidas que devem ser seguidas pelos feirantes. Destacarei apenas aquelas normas que considero mais importantes e que dizem respeito a esta pesquisa.

Segundo o artigo 40 os feirantes são obrigados a manterem varridas e limpas as áreas de suas barracas colocando recipientes adequados para o recolhimento do lixo, coisa que não acontece, ao menos na maioria dos casos. Na imagem abaixo (Figura 24) podemos observar resíduos sólidos jogados ao chão após o término da feira.



Figura 24 - Resíduos sólidos jogados ao chão no final da feira. 2013.

O Artigo 42, paragrafo 1º, afirma que as bancas devem ser providas de cobertura para proteção dos gêneros alimentícios contra os raios solares, seguindo assim os padrões fixados pela Prefeitura Municipal. Novamente podemos observar (Figura 25) que essa é outra norma que não é cumprida por todos os feirantes, pois durante as idas a campo observei bancas que não dispõem de uma cobertura de lona em seu teto. Contudo, a maioria das bancas está de acordo com os padrões estabelecidos pela citada lei.



Figura 25 - Produtos expostos sem a cobertura de proteção contra os raios solares. 2014.

Por fim, o Artigo 42, paragrafo 2º, entende que nenhum produto deve ser exposto à venda colocado sobre o solo, mesmo que forrados por lonas ou similares. Nesse caso, notamos que esta norma também é descumprida (Figura 26), não havendo nenhuma fiscalização do poder público que venha impor que estas normas sejam cumpridas de acordo com a lei.



Figura 26 - Produtos expostos à venda sobre o solo. 2015.

Contudo, de acordo com Antônio, há alguns anos existiam pessoas que passavam pela feira “fiscalizando as coisas”, mas atualmente não existe mais essa fiscalização nas ruas. No Mercado, o governo municipal é responsável pela higiene do ambiente, além disso, uma vez ao ano existe a fiscalização das balanças realizada pela Secretaria de Vigilância Sanitária do estado, tal fiscalização é para avaliar se as balanças estão apropriadas para o uso e garantir que não aconteçam fraudes no valor das mercadorias.

Depois dessa fiscalização sobre a saúde eles [governo municipal] sempre dão em cima, sempre estão limpando, ajeitando. Sempre tem esse pessoal fiscalizando. Tinha rato demais e ruía o saco, e era tudo derramado e então começaram a fiscalização. Então nós [feirantes] começamos a cobrar, e eles começaram a limpar, botar as coisas lá dentro e agora tá uma benção. Agora não tem rato mais não. Fora do mercado não tem essa fiscalização, o próprio nome já tá dizendo feira livre é livre mesmo. Mas também não fica mercadoria lá, terminou a feira, os bancos são guardados e só colocam de novo do domingo pra segunda, é como uma maré enche e seca, e o mercado não, o mercado é fixo. Tem também a fiscalização da balança, tanto dessa eletrônica como dessas outras. Para essa fiscalização é pago o valor de R\$ 32, 10 uma vez por ano, é pago para o estado. E nas balanças é colocado um selo indicando que foi feito a fiscalização naquele ano (Antônio, 2015).

Além disso, existe uma taxa pela qual os feirantes pagam pelo uso do espaço da banca, seja no Mercado ou fora dele. Paga-se o valor de R\$ 2, 00 aos fiscais de feira que passam recolhendo semanalmente durante a feira. A relação estabelecida entre fiscais de feira e feirantes varia bastante. Presenciei ocasiões em que o fiscal chega à banca, entrega uma ficha que contém o valor e a assinatura do fiscal, o feirante recebe a ficha, entrega o dinheiro e o fiscal vai embora. Assim acontece na banca de Bento, não existindo nenhuma espécie de saudação entre ambos. Este feirante reclama desse valor, argumenta que por sua banca ser uma “mesinha” que ocupa pouco espaço e por ser ele mesmo que carrega de casa até a feira, não acha necessário pagar somente pelo uso do espaço. Segundo este feirante, não existe uma finalidade para essa taxa, assegura que “*deve ser pra eles comer*” - se referindo ao pessoal que trabalha na Prefeitura. Noutra ocasião, observei que o fiscal chegou em outra banca e permaneceu alguns minutos conversando com o feirante, o que mostra que essa relação entre feirante e fiscal varia de um caso para outro. Outros feirantes não reclamam desse valor, disseram-me que é um imposto que deve ser pago, afinal eles usam o espaço e a prefeitura tem que gerar renda. No dia em que fui à casa do feirante Val para conversarmos, ele me mostrou uma sacola com várias destas fichas que foram entregues pelo fiscal.

É preciso ressaltar que a feira está todo o tempo em constante mudança, ou seja, uma semana um determinado espaço pode estar ocupado por um feirante e suas mercadorias, e nas semanas seguintes outro feirante pode estar ocupando o mesmo espaço. Existe uma regra pela

qual o feirante, mesmo tendo pago pelo ponto, só pode faltar três semanas consecutivas, na quarta vez já perde o ponto. A feira que na maioria das vezes é rotulada como desorganizada possui suas regras e, ainda que não estejam escritas em nenhum lugar, existem códigos simbólicos que definem de quem é determinado espaço, determinado ponto.

A feira é muitas vezes interpretada como desorganizada, desordenada, bagunçada. Mas é preciso levar em consideração que essa questão da desorganização é relativa. Pois a concepção de um feirante é diferente da de outro. Fato é que alguns feirantes advertem que na feira existe uma desorganização de produtos e por isso sugerem que o Governo Municipal deveria organizar de uma maneira em que separassem os produtos por ruas. Ou seja, uma rua em que só oferecessem roupas, outra rua só calçados, outra apenas produtos agrícolas e assim por diante. Por outro lado, existem vendedores que são contra essa organização e julgam que a feira está bem organizada da forma em que se encontra atualmente, e que se acaso houver uma mudança, esta irá atrapalhar a venda, pois se colocarem em uma única rua todos os vendedores de utensílios domésticos a concorrência será grande. Podemos notar essas contradições nas opiniões dos feirantes descritas a seguir.

A mudança que eles (prefeitura) queriam fazer ali era botar carne só carne, peixe só peixe, plástico só plástico, fruta só fruta, mas eles também queriam colocar lá pra banda do curral, ali não dava certo, ia acabar com a feira. [...] aí o povo [feirantes] disse: deu a molesta! E não quiseram, não vingou não [...], é melhor do jeito que está porque a pessoa passa pra comprar o peixe, ver o plástico e lembra que tem que comprar um, e se colocarem numa rua separada as pessoas esquecem e é arriscado nem passam por essas ruas, só lembra depois que deveria ter passado e não passou, e estando ali, vai passando e já estão vendo. A pessoa vai comprar uma calça, um sutiã e não lembra porque tinha isso e aquilo pra resolver, só lembra depois. (Neide, 2015).

Se separar por produto fica pior porque ia ser uma rua só com plásticos e do jeito que tá, tá bom, porque é um banco de plástico aqui e outro ali longe, misturado é melhor. Do jeito que está tá bom demais, tem gente que diz: se fosse separado seria melhor, mas é que a opinião de um sozinho não vale (Bento, 2015).

As bancas de feira estão, em sua maioria, localizadas em frente, ao lado ou detrás das residências, ocupando as calçadas. Isso é um fato constrangedor e negativo para alguns moradores que reclamam de não conseguir tirar o carro da garagem devido à instalação dessas bancas em sua frente. Existem algumas bancas instaladas no meio da rua, ou seja, criam-se três fileiras de bancas e isso atrapalha a passagem daqueles fregueses que carregam suas sacolas pesadas. Estes argumentam que essa feira está muito desorganizada devido a esses fatos.

Joseane é freguesa e reclama da desorganização da feira, dos corredores apertados, do barulho e dos feirantes gritando o preço do produto em frente à igreja, o que segundo ela

atrapalha a missa. Entretanto, a permanência das bancas em frente à igreja não é algo que acontece com tanta frequência, na maioria das vezes estão aí localizados em períodos das festas tradicionais da cidade porque os parques de diversões, que fazem parte da festa, ocupam os locais destinados normalmente às bancas de feira, assim estas bancas são realocadas para os espaços em frente à igreja (Figura 27). Todo esse movimento também contribui para que a feira seja considerada desorganizada, como podemos observar a partir da opinião dessa freguesa:

Reclamo demais, vou por obrigação. Sabe por quê? A feira daqui ela cresceu demais, demais mesmo. [...] Eu alcancei a feira pequenininha só aqui na frente da igreja, entendeu?! E era organizada e hoje é uma desorganização geral. Na época de Adamastor [prefeito da época] ele lutou muito pra tirar a feira da porta da igreja, eu acho um absurdo uma segunda feira, o padre celebrando a missa e o povo [feirantes gritando] cinco reais, dez reais, não sei o que lá. E agora Celso [gestor atual] conseguiu tirar de novo, mas tá os meninos com os carros de mãos que fecha tudo e você vem com a sacola pesada, que eu não boto no carro de mão pra não acostumar os meninos, você não tem nem por onde passar. Pessoas idosas às vezes escorregam, tem gente que cai ali. [...]. Banco demais, fileira de banco, fileira de banco, fileira de banco. Ainda tem alguém que chega com o carro de mão e bota no meio (Figura 28). Ainda tem alguém que encontra um amigo e fica conversando, batendo papo. E você vem com suas sacolas pesadas, não tem tamanho nem idade, não estou reclamando só por mim, eu observo muito os outros também, fica parado sem condições, a pessoa idosa é fraquinha, não tem muita força, eu já não sou tão velha e já sinto que não sou mais aquela jovem. Aí pronto, eu reclamo toda semana, mas não tem jeito de organizar essa feira, que feira desmantelada é essa!?. Aí pronto, é feira de CD, aí bota um banco de calçados, um banco de tecidos, deveria ser organizada. Tecidos, tecidos; roupas confeccionadas, carnes... Aí eu sempre vou por aqui sabe [apontando uma rua] é mais ou menos, mas também é desmantelado, quando passa na frente da igreja, depois das oito horas da manhã, você não consegue andar não, é horrível, um empurra o outro, está parecendo a feira de Caruaru. Eu fui uma vez na feira de Caruaru e quando cheguei lá fiquei horrorizada porque o povo, é um empurrando o outro, batia em outros e diziam, sai do meio se não passo por cima, eu digo meu Deus do céu (Joseane, 2014).



Figura 27- Ao fundo a Matriz São João Batista com sua frente lotada de bancos de feira. 2015.



Figura 28- Meninos com carros de mão no corredor da feira. 2014.

Apesar do trabalho na feira ser cansativo, 100% dos feirantes com quem tive contato afirmaram gostar de ir à feira e acreditam que ela seja muito importante, afinal é de onde boa parte dos entrevistados consegue o dinheiro para sua sobrevivência. Segundo Neide:

A feira é importante porque é de onde arrumo o meu pão de cada dia, então eu acho importante ter a feira, não acho ruim não, acho bom, a gente tem que trabalhar de um jeito ou de outro, porque ficar em casa nada vai cair do céu. É um trabalho cansativo, mas eu acho divertido. Bento [esposo] sai de casa de 3h30 da manhã pra

levar o banco, é cansativo, mas é somente uma vez na semana, mas é cansativo porque a gente acorda logo cedo pra ir pra feira. A feira começa mesmo de 6h30 pra 7h00 e termina de 12h00. Começam a desarrumar o banco de 11h30, quando termina já é 12h00. Bento sai de casa às 3h30 da manhã porque vai levar a banca, eu só vou as 5h00 pra arrumar. Eu acho divertido porque todo mundo conversa, diz uma piada, diz um negócio, é divertido demais menino! Além de ser um lazer, a pessoa constrói também uma família ali né?! Uns ajudam uns aos outros e assim vai (Neide, 2015).

É importante destacar o fato de que mesmo fazendo parte de um sistema capitalista no qual somos “obrigados” a viver, ainda existem pessoas que mantêm o hábito de ajudar uns aos outros, como descrito acima. Mauss (1974) em *Ensaio sobre a Dádiva* registra que na sociedade capitalista a dádiva se enfraquece porque se opõe à obrigação e à prestação não gratuita. Assim, este autor considera que a sociedade se define pelo papel central das relações de compra e venda, pois, a dádiva estaria embutida na compra e venda e não seria independente desta. Contudo, Mauss assegura que nem tudo ainda está classificado em termos de compra e venda, as “coisas” parecem possuir ainda um valor sentimental. Como bem mostrou Lévi-Strauss (1982) as trocas nas sociedades primitivas estudadas por Mauss se apresentam como dons recíprocos e não têm somente fins econômicos, mas também, são dotadas de significados morais, religiosos e sociais.

Apesar de o capitalismo se impor à nossa sociedade, modificando o modelo de produção e consumo (Sá, 2011), Sahlins (1997) acredita que a influência do sistema capitalista surge como um elemento que agirá na transformação das culturas que estão sempre em processo de mudança. Seguindo a perspectiva deste autor, o capitalismo, ao invés de homogeneizar a cultura de uma sociedade, causaria a diversidade de formas culturais, sendo assim, a cultura local e tradicional resistiria ao processo de aculturação se apropriando das novas possibilidades apresentadas a ela.

O consumo da Feira Livre é diferente de outros locais onde se comercializam mercadorias como, por exemplo, no *shopping*. Na feira as pessoas consomem o necessário para a subsistência de sua família, não compram produtos desnecessários, mesmo que sintam vontade. Os feirantes afirmam que, uma vez ou outra, compram uma peça de roupa, calçados ou bijuterias, pois a maioria das pessoas que frequentam a feira tem um poder aquisitivo baixo que supre apenas as necessidades imediatas. Além disso, diferentemente do *shopping* onde existe uma enorme variedade de lojas e produtos, na feira não encontramos lojas (apenas algumas que são permanentes nas ruas e não existem apenas por causa da feira), livrarias, praças de alimentação, mas sim, pequenas barracas nas quais os produtos são expostos ao ar livre. Nesse período de pesquisa de campo realizado na feira nunca observei pessoas que

circulavam na feira fotografando e postando suas fotografias em redes sociais, noticiando que estavam passeando na feira, atitude que é bastante comum em *shopping*.

Durante a pesquisa de campo, percebi que mesmo diante das mudanças urbanas proporcionadas pela modernidade e a comodidade dos supermercados, muitas pessoas preferem fazer suas compras na Feira Livre devido, justamente, ao seu despojamento e informalidade. A feira é, sobretudo, um lugar de encontros, conversas e trocas econômicas, culturais e sociais que expressam uma forma de viver na feira.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como visto, o foco central deste estudo foi analisar as formas de sociabilidade e modos de fazer entre os feirantes na Feira Livre de Itapororoca-PB. Foi possível observar as diversas atividades desenvolvidas na feira, assim como, perceber que o espaço da feira é composto por uma gama de acontecimentos e relações sociais que diferencia os dias em que se realiza a feira dos demais dias da semana. Além do mais, os diversos atores sociais (feirantes, fregueses e frequentadores em geral) que compõem a feira – e a cidade - trazem em sua bagagem comportamentos e maneiras diferentes de encarar o mundo, de habitar o espaço e estão acompanhados de maneiras distintas de ver e viver a cultura.

Na cidade de Itapororoca-PB, a Feira Livre se apresenta como um espaço diversificado, e dificilmente encontramos alguém que não goste de ir a uma feira seja para trabalhar, fazer as compras, passear, encontrar um amigo ou parente e assim colocar o “papo em dia”. É um dia festivo no qual a maioria das pessoas não trabalha pelo simples fato de ser o dia de feira, é uma sensação de festa e animação coletiva. Ali as pessoas estabelecem relações de confiança e reciprocidade. É uma relação que vai além da simples compra e venda de mercadorias. As pessoas trocam informações, experiências, memórias, histórias e compartilham valores e significados culturais. Estas trocas têm um significado para aqueles indivíduos que frequentam a feira, ou mais precisamente, aqueles que participam e compartilham os códigos e costumes inseridos no mesmo contexto social, aquilo que Geertz (1989) chama de teia de significados. Tanto Geertz (1989) assim como Sahlins (1997) acreditam que a cultura é compreendida através da ação humana por meios simbólicos. Dessa forma, tal ação simbólica se manifesta nos valores e significados compartilhados entre os membros de uma sociedade e de um mesmo sistema cultural.

De acordo com Arantes (1985) a cultura está em todas as partes da vida social se manifestando através das ações humanas. Diante disso, pude perceber, durante a pesquisa de campo, que a feira é um espaço onde se desenvolvem diversas manifestações sociais e culturais coletivamente e que, tais manifestações contribuem para a permanência da cultura popular. Nesse sentido, percebi que na feira existem vários elementos identificadores da cultura. A oralidade, percebida através das frases gritadas pelos feirantes, o artesanato, as performances e a pechincha fazem parte de tais elementos. Estes que são ainda usados pelos feirantes como estratégias de venda de mercadorias.

O trabalho do feirante requer habilidade, e para isso é preciso saber fazer, negociar, se relacionar e dividir o mesmo espaço público. Na feira não existem comprovantes de propriedades indicando que determinado espaço pertence a tal feirante, o que existe são códigos simbólicos que dizem: “esse espaço é meu, aquele outro é seu”. Existe uma comunicação marcada por códigos, pela oralidade e pela performance corporal dos feirantes. Contudo, mesmo exercendo todas essas habilidades, os feirantes parecem estar atentos a tudo que acontece ao seu redor. Eles selecionam aquilo que vêem e ouvem para criar frases que façam parte do cotidiano dos fregueses. Neste sentido, a improvisação e a criatividade do feirante performer faz com que suas estratégias sejam mais ou menos eficazes na conquista do freguês.

Um fator fundamental pela qual esta pesquisa se baseou foi a concepção de sociabilidade. Vedada (2013) afirma que a sociabilidade pode ser considerada como um instrumento de trabalho na medida em que possibilita a interação entre indivíduos. Frúgoli Júnior (2007) acredita que a sociabilidade pode ser entendida como um “social puro”, em que os indivíduos atuam como iguais sem quaisquer interesses, além da interação em si mesma. No entanto, sabe-se que a feira é um lugar de comércio onde se desenvolvem trocas comerciais que acarretam interesses econômicos. Neste sentido, a sociabilidade é percebida nesta pesquisa pela interação estabelecida entre os frequentadores da feira, seja aquela envolvendo apenas as trocas de mercadorias ou simplesmente a relação de amizade e reciprocidade. Como bem aponta Gonçalves e Abdala (2013) a feira agrega sentimentos, significados e hábitos engendrados no bato papo e na conversa fiada entre as pessoas que frequentam a feira.

Concluindo, através da pesquisa de campo e da colaboração dos frequentadores da feira, foi possível conceber novas reflexões sobre a Feira Livre. Estes frequentadores muito transmitiram em termos de conhecimentos sobre seus modos de vida, sobre as atividades desenvolvidas na feira e em seu cotidiano, as estratégias de venda e as relações sociais que estabelecem na feira. Viver na feira é viver coletivamente, é interagir e conversar sobre assuntos diversos, é resgatar lembranças ao rever alguém que conviveu e, tudo isso são acompanhados de momentos cheios de emoções, brincadeiras, risadas e momentos intensos de sociabilidade.

REFERÊNCIAS

- AGAPIO, Roberto. **Street Market**. 2015. Disponível em: http://www.robetoagapio.fot.br/texto01_E.htm. Acesso em 7 de maio de 2015.
- AMORIM, Lara Santos de. Cenas de uma revolta urbana: movimento hip hop na periferia de Brasília. In: **Pós-Revista Brasileira de Pós-Graduação em Ciências Sociais**. Brasília, 1998.
- _____, Lara Santos de. O registro de manifestações culturais tradicionais ou uma aventura pelos novos caminhos das políticas públicas brasileiras. In: **Habitus**. Goiânia, 2006.
- ARANTES, Antônio Augusto. **O que é Cultura Popular**. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- BARBOSA, Maicon. **Narrativas, conversações e alguns ritornelos em meio à feira livre**. Ponto Urbe [online]: Cir-kula, 2013. <http://www.pontourbe.net/edicao8-cirkula/183-narrativas-conversacoes-e-alguns-ritornelos-em-meio-a-feira-livre>. Acesso em 30 de maio de 2015.
- DA MATTA, Roberto. O ofício do etnólogo ou como ter In: **A Aventura Sociológica**. Edson de Oliveira Nunes (org.). Rio de Janeiro: Zahar, 1974.
- DANTAS, Geovany Pachelly Galdino. FEIRAS NO NORDESTE. In: **Mercator – Revista de Geografia da Universidade Federal do Ceará**. Brasil, 2008.
- FRÚGOLI JUNIOR, Heitor. **Sociabilidade urbana**. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.
- FUNARI, Pedro P. A. PELEGRINI, Sandra C. A. **Patrimônio Histórico e Cultural**. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.
- GEERTZ, Clifford. Uma descrição densa: por uma teoria interpretativa. In: **A interpretação das Culturas**. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 1989.
- GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade**. São Paulo: UNESP, 1991.
- GONÇALVES, Alexandre Oviedo. ABDALA, Mônica Chaves. “Na Banca de ‘Seu’ Pedro é tudo mais gostoso”: personalidade e sociabilidade na feira livre. **Ponto Urbe** [online]. São Paulo, 2013. <http://beta.cebrap.org.br/v3/arquivos/artigos/na-banca-do-seu-pedro-e-tudo-mais-gostoso-pessoalidade-e-sociabilidade-na-feira-livre-844.pdf>. Acesso em 9 de dezembro de 2014.
- GUIMARÃES, Camila Aude. **A Feira Livre na celebração da Cultura Popular**. Universidade de São Paulo. São Paulo, 2010. <http://myrtus.uspnet.usp.br/celacc/sites/default/files/media/tcc/140-481-1-PB.pdf>. Acesso em 3 de abril de 2015.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2000.
- HEREDIA, Beatriz Maria Alásia de. **A morada da vida: trabalho familiar de pequenos produtores do Nordeste do Brasil**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979.
- LÉVI-STRAUSS, Claude. **As Estruturas Elementares do Parentesco**. Petrópolis: Vozes, 1982.

MACHADO, Rosana Pinheiro. ANOS DE PEDRA: etnografia de um camelódromo. In: **Etnografia de rua: estudos de antropologia urbana**. ROCHA, A. L. C. da.; ECKERT, C. (orgs). Porto Alegre: UFRGS, 2013.

MAGNANI, José Guilherme Cantor. De perto e de dentro: notas para uma etnografia urbana. In: **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo. 2002.

MAUSS, Marcel. As técnicas do corpo. In: **Sociologia e Antropologia**. São Paulo: EPU, 1974.

_____, Marcel. O ensaio sobre a dádiva. Forma e razão da troca nas sociedades arcaicas. In: **Sociologia e Antropologia**. São Paulo: EPU, 1974.

MENEZES, Marilda Aparecida de. **História Oral: uma metodologia para o estudo da memória**. Natal-RN, 2003.

MIRANDA, Gustavo Magalhães Silva. **A Feira na cidade: limites e potencialidades de uma interface urbana nas feiras de Caruaru (PE) e de Campina Grande (PB)**. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Urbano. Universidade Federal de Pernambuco. Recife, 2009.

NASCIMENTO, Gerson Gomes do. **Shoppings-Centers: elementos de (re) produção urbana na Zona Sul de Natal-RN**. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação e Pesquisa de Geografia. Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Natal, 2003.

OLIVEIRA, Roberto Cardoso de. **O trabalho do antropólogo**. São Paulo: Unesp, 2006.

PAZERA JR., Eduardo. **A Feira de Itabaiana – PB: permanência e mudança**. Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Geografia Humana. Universidade de São Paulo. São Paulo, 2003.

População estimada para o Município de Itapororoca-PB para 2014. **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística-IBGE**. Disponível em: <http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=250710&search=||infogr%E1ficos:-informa%E7%F5es-completas>. Acesso em: 9 de junho de 2015.

RIBEIRO, Everaldo da Silva. História de Itapororoca: uma nova configuração sobre a construção do passado de nossa cidade. In: **Itapororoca: ONTEM E HOJE**. REVISTA DA CÂMARA MUNICIPAL DE ITAPOROROCA. Editora Alfa Multimídia, 2014.

SÁ, Marcio. **Feirantes: quem são e como administram seus negócios**. Recife: Universitária da UFPE, 2011.

SAHLINS, Marshall. O “pessimismo sentimental” e a experiência etnográfica: por que a cultura não é um “objeto” em via de extinção (Parte I). **MANA**, vl. 3(1): 41-73, Rio de Janeiro, 1997.

SANTOS, Maria Aparecida Bezerra dos. **A Feira Livre do Município de Itapororoca-PB: um perfil, por seus feirantes e fregueses**. Monografia apresentada ao curso de Geografia da Universidade Estadual da Paraíba. Guarabira-PB, 2011.

SATO, Leny. **Feira Livre: Organização, Trabalho e Sociabilidade**. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2012.

SILVA, Ivanildo Costa da. A localização geográfica do município de Itapororoca. In: **Itapororoca: ONTEM E HOJE**. REVISTA DA CÂMARA MUNICIPAL DE ITAPOROROCA. Editora Alfa Multimídia, 2014.

SILVA, Jhef Costa da. Processo de urbanização do município de Itapororoca. In: **Itapororoca: ONTEM E HOJE**. REVISTA DA CÂMARA MUNICIPAL DE ITAPOROROCA. Editora Alfa Multimídia, 2014.

TAVARES, Breitner Luiz. “**Feira do Rolo**: Na Pedagogia da Malandragem”: Memória e representações sociais no espaço urbano de Ceilândia/DF. Dissertação apresentada ao Departamento de Sociologia da Universidade de Brasília/ UnB. Brasília, 2005.

VEDANA, Viviane. “**Fazer a Feira**”: estudo etnográfico das “artes de fazer” de feirantes e fregueses da Feira Livre de Epatur no contexto da paisagem urbana de Porto Alegre. Dissertação apresentada ao programa de Pós-Graduação em Antropologia Social, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2004.

_____, Viviane. Fazer a feira e ser feirante. In: **Horizontes Antropológicos**. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013.

VELHO, Gilberto. Observando o familiar. In: **Um antropólogo na cidade**: ensaios de antropologia urbana. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

VIANNA, L. C. R.; TEIXEIRA, J.G.L.C. Patrimônio imaterial, performance e identidade. In: **As artes populares no Planalto Central**: performance e identidade. Brasília: Verbis, 2010.

VIEIRA, Rute. **A Feira Livre de Taperoá – PB**. Monografia apresentada ao curso de Geografia da Universidade Federal da Paraíba. João Pessoa-PB, 2004.

WEBER, Max. Conceito e categorias de cidade. In: **O Fenômeno Urbano**. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.

WILLIAMS, Raymond. **O campo e a cidade**: na história e na literatura. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

WIRTH, Louis. O urbanismo como modo de vida. IN: **O Fenômeno Urbano**. Rio de Janeiro: Zahar. 1979.

APÊNDICE

APÊNDICE A - Questões aplicadas aos feirantes do Município de Itapororoca/PB.

- 1) Qual o seu nome completo?
- 2) De que cidade/sítio você é?
- 3) Qual a sua idade?
- 4) Qual o grau de escolaridade?
- 5) Qual a sua profissão?
- 6) Sexo: () Masculino () Feminino
- 7) Qual a renda mensal de sua família e qual sua principal fonte de renda?
- 8) O que é preciso para ter um ponto na feira? E o banco quem monta, paga-se por essa atividade?
- 9) Você tem despesa com frete para transportar seus produtos até à feira?
- 10) Que tipo de produtos você comercializa na feira? Como se dá a seleção desses produtos para a venda?
- 11) Como você adquire os produtos para a venda? Produz ou compra?
- 12) Há quanto tempo trabalha na feira? Já trabalhou ou trabalha em outras feiras? Se sim, quantos dias por semana trabalha e qual a melhor feira e por quê?
- 13) Você gosta da vida de feirante? Porque e como se tornou feirante? Exerce outro trabalho?
- 14) Qual a participação da família na venda? Vende sozinho ou tem algum trabalhador que ajuda? Qual o valor pago por essa ajuda?
- 15) O feirante possui uma clientela regular?
- 16) Como se dá a sua relação com o freguês que atende e com outros feirantes?
- 17) Que tipo de estratégias de conquista os feirantes utilizam para atrair fregueses?
- 18) Você acha que os fregueses saem satisfeitos da feira? Que eles encontram produtos de qualidade ou existe reclamações?
- 19) Você acredita que seus produtos são de qualidade e com bons preços?
- 20) Você se relaciona com outros feirantes e fregueses em outros lugares fora da Feira Livre?
- 21) Existe fiscalização na feira? Você paga imposto à prefeitura? Qual o valor? Quem cobra esse imposto, qual sua relação com essa pessoa?
- 22) Existe uma Associação ou grupo responsável pela organização da feira livre?
- 23) Houve alguma mudança desde que vc começou a trabalhar até hoje? Que mudanças foram essas?

- 24) Existe muita concorrência, conflito na feira?
- 25) Qual o momento ou acontecimento que você considera o mais importante durante a feira? Por quê?
- 26) Você vai a lojas, *shopping*? Se sente bem nesses espaços? Que diferenças existem entre esses lugares e a feira?
- 27) Para você a feira é importante? Por quê?
- 28) De modo geral, você acredita que a feira é importante para o município?