

Universidade de São Paulo
Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas
Departamento de Antropologia

“Feira também é cultura!” - Feiras livres como espaços de
intensa sociabilidade na cidade de São Paulo
(Relatório Final)

Autores: Laura Mariana Gianecchini nº. USP 2350512
Maria Mercedes S. Azevedo nº. USP 2830900
Ricardo Aparecido Botelho nº. USP 5163996

Introdução

De acordo com a Fundação Seade, o município de São Paulo agregava, em 2006, 10.615.844 habitantes. São homens, mulheres que, na rotina agitada da grande cidade, vivenciam relações impessoais e de isolamento. Colocam-se como indivíduos atomizados e não como membros de uma coletividade social.

São seres humanos que desviam seus olhares ao encontrar seus “semelhantes-diferentes” no interior de seus edifícios de apartamentos, escolas e locais de trabalho. E que, ao adentrar os comércios de rua, os supermercados ou shoppings centers, reproduzem esse comportamento. Consumidores, eles observam exclusivamente as mercadorias desses espaços, sem notar o mundo social que os rodeia. Quando muito, perguntam a opinião de um ou outro vendedor em relação a um determinado produto. Mas raramente travam um diálogo mais próximo, uma troca de sorrisos ou de intimidades.

Ao dirigirem-se às feiras livres, no entanto, essas pessoas saem de suas casas dispostas a trocar, a interagir com o outro. O ambiente de jocosidade e gritaria, as práticas lúdicas e a possibilidade de apreciar o alimento com todos os órgãos dos sentidos parecem incentivar os indivíduos que vivem seu cotidiano de forma “blasé” a se relacionarem com grupos diversos. É como se a vitalidade e movimentação constante do mundo da feira inspirassem os fregueses a estabelecerem relações de confiança e fidelidade com os vendedores e demais clientes, permitindo que trajetórias bastante distintas se cruzem num espaço fixo, mas que é puro movimento.

Conforme pontua Max Weber, em “Conceitos e categorias da cidade”, os mercados e as feiras foram fundamentais para o desenvolvimento das cidades modernas, pois representavam uma nova forma de aglomeração humana, a partir da atividade comercial. Embora admita que a cidade seja caracterizada por uma série de fatores, e como um lugar do qual emergem múltiplas formas de relações, usos e situações, a troca aparece como elemento central na cidade moderna e o mercado é considerado um fator dinâmico da vida urbana.

É curioso notar como a feira, essa forma de intensa sociabilidade, aparece e desaparece seis vezes por semana (em São Paulo, não existem feiras livres às

segundas-feiras) em diversos pontos de uma cidade na qual reinam relações sociais impessoais. É como se, durante algumas horas do dia e em espaços específicos da urbe, fosse possível romper o anonimato das interações humanas modernas e a sociabilidade típica da idade média ressurgisse com todo seu vigor, ainda que de maneira “atualizada”, pois cercada pelo concreto e arranha-céus da metrópole.

Nos “dias úteis”, não são mais do que sete ou oito horas; aos finais de semana, doze ou pouco mais. Então, rapidamente, esse tipo de sociabilidade se desfaz e o cotidiano da grande cidade retoma sua estrutura e características iniciais. Até que, na semana seguinte, o ritual se refaça naquele local.

“A feira livre apresenta-se como o lugar de uma ordem diferenciada em relação a outros estabelecimentos comerciais modernos, como o exemplo do supermercado. (...) Na feira, dificilmente vemos filas, mas sim a parte da frente das bancas sempre lotada de pessoas que se acotovela para escolher o que vão comprar e, do outro lado, o grito incessante dos feirantes para atrair sua freguesia. (...) Na feira, o espaço é aberto e público, os fregueses trocam receitas e apalpam os alimentos que estão soltos em cima das bancas – nada das embalagens plásticas do supermercado”, afirma Viviane Vedana, em sua dissertação de mestrado, “Fazer a feira – estudo etnográfico das ‘artes de fazer’ de feirantes e fregueses da Feira livre da Epatur no contexto da paisagem urbana de Porto Alegre”.

As feiras ainda não foram muito estudadas no Brasil. Nos poucos textos disponíveis sobre essa temática, os próprios autores lamentam a inexistência de teses, dissertações e livros sobre o assunto. Para entender por que as trocas sociais entre comerciantes e consumidores se estabelecem nas 890 feiras livres de São Paulo e não em outros lugares e atividades comerciais, os aprendizes de antropólogos que realizam esta etnografia saíram a campo, observando as feiras livres de Santa Cecília, Jardim D’Abril e República do Líbano.

Os pesquisadores pretendiam analisar por que a sociabilidade típica das feiras se mantém nas grandes cidades como São Paulo e por que existem pessoas que preferem fazer suas compras de alimentos nas feiras a consumirem os produtos dos supermercados. Além disso, queriam observar se há diferenças no discurso e na abordagem dos feirantes em relação aos fregueses, nos diversos bairros das cidades.

Para isso, partiram da hipótese de que, embora a estratégia geral de vendas seja a mesma para todos os bairros (abordagem dos clientes aos gritos), o discurso dos feirantes

para atrair os clientes varia, segundo o perfil e o estilo de vida do consumidor. Ou seja: se numa feira de classe média ou baixa, o que vale é atrair o cliente pelo preço, anunciando exaustivamente que o produto “está barato” ou que teve seu preço reduzido, nas feiras localizadas em bairros de classe alta, que o que importa é anunciar a qualidade do produto. O discurso da redução do preço, nesse ambiente, deve ser evitado, sob pena de ser interpretado como um fato decorrente da deterioração do produto, o que inibiria as vendas.

Esta etnografia propõe-se a estudar a sociabilidade de três feiras livres do município de São Paulo: a feira de domingo, da Santa Cecília, e as de sábado, do Jardim D’Abril e da República do Líbano. As feiras estão localizadas em regiões típicas de classe média, classe baixa, e classe alta, respectivamente. Assim, acreditamos ser possível observar as diferenças explicitadas na hipótese.

A etnografia está estruturada em três capítulos: as feiras livres e a cidade, inserindo a feira no contexto da metrópole; festa, comércio e arte, destacando a relação feirante-freguês do ponto de vista do comércio e das técnicas de abordagem; e, sociabilidade e trabalho, enfatizando a quebra das regras sociais e o intenso trabalho que os feirantes desenvolvem.

Metodologia e Técnicas

Marisa Peirano em “Antropologia no Brasil (alteridade contextualizada)”, afirma que a realização de uma etnografia pressupõe um grau de alteridade. No caso dos estudos urbanos, ela utiliza o conceito de “alteridade próxima”, que se caracteriza por procurar entender as condições de sociabilidade de grupos nas metrópoles em que o antropólogo está inserido. Como as feiras livres são parte desse mundo e do sistema de classificação dos pesquisadores, corria-se o perigo de pressupor que a familiaridade implicava no conhecimento e na intimidade, entretanto com essa atitude apenas se assumiria a postura do senso comum. Tentou-se, portanto, construir certo estranhamento frente a esse evento, ou, dito de outra maneira, usar os óculos da antropologia social (Da Matta, 1981).

Os pesquisadores tomaram conhecimento da bibliografia temática que, como foi assinalado antes, não é abundante. Entretanto, a leitura de algumas pesquisas ajudou a

ressaltar alguns aspectos, sobretudo a desvendar as redes de sociabilidade dos feirantes, que se encontram ocultas no emaranhado social.

A fim de identificar a sociabilidade das feiras livres na cidade de São Paulo e a eventual mudança no discurso e no comportamento dos feirantes com relação ao perfil e estilo de vida de seus fregueses, foram realizadas visitas a três feiras livres. Os três pesquisadores foram às feiras juntos, realizando num primeiro momento apenas observação participante, locomovendo-se individualmente, a fim de se situar no contexto, elaborar um mapa espacial e observar o ambiente e os atores.

Com a preocupação de entender o ponto de vista de feirantes e fregueses em relação ao tema de estudo acima explicitado, num segundo momento, os pesquisadores interagiram com essas pessoas. Por meio de conversas informais, eles tentaram compreender a interpretação dos feirantes sobre por que os fregueses freqüentam a feira, tendo a possibilidade de fazer suas compras em ambientes mais tranquilos e seguros, como os supermercados.

Como esses profissionais circulam pela cidade, realizando feiras em outros bairros, também foi indagado se eles mudavam seu discurso para atrair o freguês. Utilizando a mesma técnica, os pesquisadores ainda abordaram os fregueses, tentando identificar por que eles se sentem motivados a fazer suas compras na feira.

No total, foram realizadas 28 entrevistas com feirantes, e 15 com fregueses, durante três meses. Os pesquisadores estiveram quatro vezes na feira de Santa Cecília, duas na feira da República do Líbano, e uma na do Jardim D'Abril. Em média, cada visita durou três horas e meia. As perguntas foram feitas a partir de um roteiro semi-dirigido (*veja anexo I*).

As visitas foram documentadas individualmente no caderno de campo de cada um dos pesquisadores. De posse desse material, os pesquisadores intercambiaram os dados coletados e discutiram suas sensações, percepções e *insights*. Discutiram os assuntos mais relevantes levantados pelos atores, e os separaram por temas. Por fim, a etnografia foi escrita a seis mãos, comparando apenas as feiras da Santa Cecília com a da República do Líbano, em virtude de se ter encontrado nas duas as diferenças mais proeminentes.

As feiras livres e a cidade

A cidade de São Paulo conta atualmente com 890 feiras livres. De acordo com dados da Secretaria Municipal de São Paulo, sábado e domingo são os dias de maior número de feiras (173 e 190, respectivamente). Terça e sexta contabilizam 126 feiras diárias. A cidade conta ainda com três feiras de produtos orgânicos.

Esses mercados, segundo Leny Sato, em sua tese de livre docência, em 2003, geravam cerca de 40 mil postos de trabalho diretos, incluídos nesse número os 11.200 feirantes titulares (com licença de comercialização). A feira ainda seria fonte de renda para milhares de profissionais informais como carregadores, coletores de material reciclado, vendedores ambulantes, vendedores de comida, bebidas e cafés para os feirantes ou trocadores de dinheiro, que ganham 3% sobre o valor trocado.

Embora os pesquisadores não tenham encontrado dados referentes ao escoamento de hortigranjeiros na cidade de São Paulo, no município de Campinas, de acordo com o levantamento “Mercado Varejista: um estudo das feiras livres no município de Campinas-SP”, de Cândido Ferreira da Silva Filho, em 2005, a Central de Abastecimento S.A. de Campinas (Ceasa-Campinas) comercializava 40% de seus produtos com os supermercados, 30% com os sacolões e varejões, 11% com as feiras, e 16% com outros.

A feira insere-se no que o geógrafo Milton Santos chama de “circuito inferior” da economia. Segundo o autor, o espaço urbano estaria estruturado em dois circuitos, decorrentes do impacto da modernização. O “circuito superior” seria constituído pelos “bancos, comércio e indústria de exportação, indústria urbana moderna, serviços modernos, atacadistas e transportadores”. Já o inferior, “não moderno”, seria composto “por formas de fabricação “não-capital intensivo”, pelos serviços não-modernos fornecidos ‘a varejo’ e pelo comércio não-moderno e de pequena dimensão” (Leny Sato *apud* Milton Santos).

Desde meados do século XVII, as feiras livres funcionam em São Paulo. No final do século XVIII e início do XIX, elas eram realizadas fora da cidade e nos locais de pouso de tropas. Em 1914, foram oficializadas e regulamentadas. Um ato do prefeito Washington Luiz P. de Souza permitiu que as feiras pudessem se instalar em qualquer ponto da cidade.

A primeira feira livre oficial foi estabelecida no Largo General Osório. A segunda, no Largo do Arouche (atual feira de Santa Cecília, avaliada neste estudo), e a terceira, no Largo Morais de Barros.

A Secretaria Municipal de Abastecimento (Semab) é o órgão regulamentador das feiras. Ela é responsável por conceder as licenças aos feirantes, fiscalizar as condições de saúde e higiene, determinar a metragem das barracas, indicar os horários de funcionamento das feiras, as cores das barracas e dos uniformes dos trabalhadores. A Semab regula o traçado da feira, como o abaixo, da feira de Santa Cecília, obrigando o freguês a desenhar determinados trajetos durante suas compras. Os feirantes mais antigos ocupam os lugares privilegiados. (*veja anexo II, com o desenho da feira da Santa Cecília*).

Festa, comércio e arte

É sábado. Parque do Ibirapuera. Um dos espaços mais valorizados da cidade de São Paulo. Milhares de pessoas aproveitam o bom tempo para atividades ao ar livre. Após a corrida matinal, uma parada na barraca do pastel. A feira fica à Rua Diogo Jácome. O espaço é arborizado e tranqüilo.

Ao invés do barulho dos carros que ocupam a redondeza durante toda a semana, o silêncio paira no ar. É possível distinguir alguns idiomas estrangeiros. Pelo menos o francês e o alemão. Um cheiro agradável de fruta madura atíça o paladar.

A limpeza e a organização das barracas chamam a atenção. Não há frutas, verduras ou papéis no chão. Mesmo na parte “privada” das barracas, reservada exclusivamente ao trabalho dos feirantes, reina o cuidado com a boa aparência. As barracas estão caprichosamente alinhadas em três fileiras.

O colorido das verduras atrai o olhar. Couves-flores e brócolis estão organizados de forma a compor um xadrez em verde e branco. As “exibidas” caixas de pêssego ficam dispostas sobre cascas de abacaxi. Inclina-se para frente, mostrando a graça e a perfeição de seu conteúdo. O limão e o maracujá são ciganos. Não esperam pela chegada dos fregueses; passeiam de um lado para o outro, em busca de seus futuros proprietários.

Muitas pessoas estão acompanhadas. São duplas de mulheres, casais, patrões e empregadas, sem contar os carrinhos de crianças que passeiam de lá para cá. O público é de classe alta. Na barraca do peixe, o alimento é visivelmente fresco e bem-acondicionado sobre gelo. Os estrangeiros, diante da abundância do camarão, param e elogiam.

Os feirantes, extremamente atentos aos comentários e gestos dos fregueses, retribuem. “Em que posso ajudar?”. Na barraca de frutas que fica logo à frente, Luiz Gordinho comenta:

- “Dona Vera, comprei essas cerejas pensando na senhora. Estão uma maravilha”.

- “E quanto é?”, pergunta Dona Vera.

- “Cinqüenta reais o quilo”.

- “Não, tá muito caro”.

- “Faço por 45 e não se fala mais nisso”, diz o feirante, já montando a bandeja.

A conversa se desenrola com ele perguntando sobre a família da senhora. Se o marido está bem, se foi para o sítio, se a mãe dela está bem de saúde. São cinco minutinhos que garantem a fidelidade da freguesia por décadas e décadas.

Luiz Gordinho, há trinta anos na feira, sabe cativar o cliente. Ele sabe que a freguesa que agora se aproxima, dona Nancy, gosta de pêssego pequeno e não do grande. Encontrando-se semanalmente com a consumidora há dezessete anos, ele sabe de toda sua trajetória. Pergunta sobre a mãe de Nancy e sobre o filho, que esteve doente. Sem titubear, ele aceita que a freguesa faça um cheque no valor superior ao de suas compras em troca de dinheiro vivo. Assim, ela pode completar a feira.

Nesse ambiente, não valem gritos ou baixar o preço da mercadoria. O que conta para as boas vendas é o conhecimento das preferências do freguês, observar os comentários do cliente e oferecer os produtos para serem provados.

E é dona Nancy que ressalta o profissionalismo do feirante: “Essa é a melhor barraca da feira, o tratamento é profissional. O Luiz Gordinho sabe tratar com o cliente de longo prazo. Eu venho na feira porque, no supermercado, a fruta não é fresca. Os europeus também vêm muito à feira. Só os brasileiros que têm frescura, porque acham que a feira é coisa de pobre. Mas tudo o que tem no empório a gente encontra aqui. Os próprios feirantes evoluíram, acomodam as frutas na bandeja”, diz.

Dona Nancy gosta do ambiente da feira porque aí encontra amigos e parentes que vivem no bairro. “A vida urbana demanda uma referência de comunidade. A feira é um ponto de encontro. Aqui, encontro meus amigos e a minha tia”, conta.

Saber o nome do cliente, de acordo com Luiz Gordinho, garante “50% da venda”. Há 30 anos trabalhando na profissão, ele fez uma clientela tão grande que consegue fazer 40 entregas diárias em casa. Seus fregueses não precisam mais ir à feira. Simplesmente ligam

para seu celular, fazem o pedido, e suas kombis saem para atender às demandas. O feirante não se arrepende um minuto de ter largado a faculdade de Direito para trabalhar na feira.

Na outra ponta do mercado, seu Antonio Carlos, que vende batatas e legumes, confirma a tese de Gordinho: “os clientes são conquistados com carisma e boa educação”. E um cliente do seu Vani, que vende verduras há cinquenta anos nessa feira, reitera: “esse cara não tem as melhores verduras. Mas eu compro aqui por causa da simpatia dele”.

No centro da cidade, na Rua Sebastião Pereira, próxima à estação Santa Cecília do metrô e ao terminal de ônibus Amaral Gurgel, aos domingos, acontece evento similar. Três quarteirões da rua são isolados e, entre os arranha-céus da cidade, uma feira livre toma conta do espaço por oito horas.

Mas o que se observa é bastante diferente. Poucando a garganta para a hora da xepa, os feirantes fazem brincadeiras entre si. Um feirante com mais de trinta anos provoca Augusto, que tem menos de 18. Ele pergunta se o adolescente já levou sua namorada, Patrícia, para um hotel cinco estrelas. “Não levou? Tem que levar! Senão outro leva!”. E estendendo a intimidade do rapaz para a freguesia, grita: “Oi, gente. Ajuda a comprar um presente para a Patrícia!”.

Às oito da manhã, não há muito movimento. São poucos os fregueses que se dispõem a acordar cedo para aproveitar os melhores produtos. As barracas não estão alinhadas e há mais restos de alimentos e de papel no chão. O interior das barracas é menos cuidado, embora os alimentos estejam organizados em montes, bacias e maços, dispostos sobre as mesas. O avô comenta com o neto: “você limpa tomate por tomate, limão por limão com esse paninho. Assim, eles ficam bem brilhantes e chamam atenção do freguês”.

Aos poucos, a freguesia começa a chegar. São pessoas de todos os tipos: “moderninhos” com enormes óculos de sol e camisas xadrez, senhoras que há mais de quarenta anos maquiam-se para fazer a feira, casais tradicionais, de homossexuais e de travestis. A passarela acolhe meninas com shortinhos curtos, que provocam ciúmes aos namorados, e as jovens, com camisetas estampadas: “Campeões de Deus”. A segregação de classes, que levanta muros na metrópole, parece ser rompida na feira. E pessoas diferentes interagem.

Com a chegada da freguesia, aumenta o barulho e intensificam-se os berros:

- “Alô, alô, desse lado é mais barato!”
- “O legume tá tão, mas tá tão, mas tá tão baratinho hoje...”
- “Bom dia! Sem demagogia, eu tenho a melhor!”
- “Acorda gente! Acorda meu filho!”
- “Mulher! Pára de chorar! Deixa eu ver a cor do seu dinheiro!”
- “Tá caro ou o maridão ganha pouco? Tá caro, ou será que o maridão tá gastando com... outras coisas!”

São frases constantes no ambiente. Os feirantes ganham os novos clientes nas brincadeiras, no grito, nos gestos performáticos e também no preço, que começa a cair.

São 13h30min e, enfim, chegou a hora da “xepa”! Os produtos devem ser desovados, pois, no dia seguinte, não há feira em qualquer parte da cidade. Os clientes amontoam-se em torno das barracas em busca das mercadorias menos manuseadas e Augusto alerta: “Só não pode apertar pra deixar mais murcho do que já está”.

A gritaria toma conta da feira. Uma observação mais atenta, entretanto, mostra que são poucos os feirantes a berrar. Robson, por exemplo, que vende tomates nas duas feiras, não se atreve a conquistar os clientes no grito. Ele já tem sua clientela fixa e prefere se omitir da concorrência verborrágica. “A feira da Santa Cecília é uma feira do povão”, reclama. Ele prefere a da República do Líbano, onde tem mais abertura para conversar com o freguês.

Sociabilidade e trabalho

É Robson também quem dá a dica: “A feira é uma festa, onde tudo pode acontecer”. De fato, nas feiras, como aponta Leny Sato, “na feira livre, o ‘protocolo’ é quebrado e, por isso, ela permite que o espaço público seja habitado de um modo diferente do habitual. Sua aparição na cidade opera pequenas subversões em vários níveis, ao mesmo tempo em que também exhibe sua face conservadora e hierarquizada” (p. 91).

O caráter blasé das pessoas que vivem nas grandes cidades, tão bem-descrito por George Simmel em “As grandes cidades e a vida do espírito” é rompido. Se no dia a dia os habitantes das metrópoles mantêm uma atitude de reserva, não se conversam, evitam as

trocas de olhares no transporte público e a invasão da privacidade do outro, nas feiras, não existe espaço público ou privado.

Na feira de Santa Cecília, os fregueses comentam com os feirantes e com quem mais estiver presente sobre suas experiências sexuais da noite anterior. Estabelecem inúmeras conversas informais, nas quais as diferenças de classe, raça ou sexo são momentaneamente esquecidas. Mesmo os mais tímidos são convidados a opinar sobre assuntos sem importância e nos quais os aspectos pessoais, como o caráter da pessoa, são eliminados.

A sociabilidade, no sentido simmeliano, mostra-se com intensidade. “O homem perde aqui todas as qualificações objetivas de sua personalidade; penetra na forma da sociabilidade equipado apenas com as qualificações, atrações e interesses com que o munuiu a sua pura humanidade” (p. 171). “A sociabilidade é o jogo no qual se ‘faz de conta’ que são todos iguais e, ao mesmo tempo, se faz de conta que cada um é reverenciado em particular; e ‘fazer de conta’ não é mentira mais do que o jogo ou a arte são mentiras devido ao seu desvio da realidade” (p. 173).

Isso é comprovado nas falas dos feirantes. Ainda que na República do Líbano o ambiente seja menos jocoso, a troca entre feirantes e fregueses é constante. Como avalia Gordinho, a feira é uma “válvula de escape” para as pessoas. “As pessoas vêm para comer um pastel, para conversar. Chegam bravos e saem contentes”. Terezinha, que vende uniformes na mesma feira concorda: “A feira tem um ambiente familiar. As pessoas fazem amizades aqui e vêm porque o ambiente é gostoso”.

Mas as interações entre os atores desse espetáculo têm limites. “Se estamos brincando e, de repente, aparece um cliente, a gente tem que se comportar. Pára a brincadeira entre a gente e dá atenção para o freguês. Quando o cliente dá abertura, a gente avança. A gente vai até onde o cliente deixa”, explicita Gilberto, que é metalúrgico, mas faz bico na República do Líbano, aos fins-de-semana.

Os feirantes enfatizam que a feira é um ambiente de liberdade. Muitos deles dizem que gostam desse local de trabalho porque não precisam bater cartão. Mas a feira exige muitas horas de dedicação.

Como sugere Leny Sato, os feirantes, diariamente, montam uma “loja” diferente em cada lugar. Chegam de madrugada, à 01h00min ou 02h00min da manhã, montam suas barracas, preparam suas vitrines, passam oito horas em pé, às vezes gritando para conquistar

o cliente, decoram as preferências dos fregueses e, depois de um dia intenso (ou antes que ele comece), vão ao Ceasa e às chácaras, comprar as mercadorias frescas. Na montagem e desmontagem, parece não haver distinção ou divisão de trabalho por sexo. Tanto homens como mulheres realizam o serviço pesado.

Os feirantes trabalham seis dias da semana; folgam na segunda. De acordo com a legislação municipal, têm direito a apenas dois feriados por ano: um no dia de Natal e outro no Ano Novo. Os trabalhadores não têm carteira assinada, o que é uma reclamação freqüente.

Seus principais concorrentes são os supermercados, varejões e sacolões. Mas entre eles mesmos, há uma “tênue tensão entre dois pólos opostos: competição e cooperação. (...) A competição pode se dar de forma mais explícita ou mais velada; pode-se discutir e chegar a acordos ou não” (SATO, p. 120-121).

Segundo Sato, os feirantes ficam de olho nos passos e movimentos dos concorrentes. Observam se eles abaixaram o preço, se vendem mercadorias diferentes das que estão autorizados a vender etc. Existe uma intensa rede de troca de informações entre os feirantes. E, em questão de minutos, a feira toda sabe se chegou a fiscalização, se há estudantes de Ciências Sociais no local, ou se alguém está desrespeitando a ordem de montagem e desmontagem da feira.

Por outro lado, quando um feirante necessita de um gênero não presente em sua banca para atender um freguês fiel, é comum que ele peça ao “concorrente” para lhe emprestar o alimento. A troca de favores e de informações sobre onde obter mercadorias de boa qualidade e melhor preço é outra prática de colaboração entre esses comerciantes.

Conclusão

É interessante notar como a expressão “feira livre” apresenta diversos dos pontos observados nesta etnografia. A origem da palavra “feira” remonta ao latim, *feria,ae*, que designava “dia de festa” e, no plural, (*feira,arum*), aos dias consagrados ao repouso, férias. Os dias de festa religiosa eram aproveitados para o comércio. Por extensão, a palavra “feira” passou a ser usada para designar uma “reunião de vendedores e compradores em determinado

local e hora, com a finalidade de comércio” (Houaiss). Por outro lado, a “feira” é também, no comércio, o dinheiro das vendas realizadas no dia.

A feira é, portanto, um lugar que remete a festa, a brincadeira, a um ambiente em que certas regras de conduta são quebradas e outras reforçadas, e no qual trajetórias sociais diferentes se entrecruzam.

Mas é também um lugar de intenso trabalho, um meio de sobrevivência para milhares de pessoas que atuam no “circuito inferior” da economia. Mestres em logística, os feirantes repetem, a cada dia, o ritual da montagem e desmontagem das “lojas”, recorrendo à técnica da abordagem personalizada dos fregueses e da queima de estoques.

Um dos elementos que compõem essa técnica de abordagem personalizada é a atenta observação. Observação essa que foi notada pelos pesquisadores, durante o trabalho de campo. Enquanto os antropólogos observavam seu objeto de estudo, tentando compreendê-lo, os feirantes observam minuciosamente seus fregueses, procurando criar aproximação e intimidade. Observavam também seus colegas, preocupados com a concorrência e com a hora de abaixar os preços. Por fim, analisavam os próprios pesquisadores, que caminhavam pela feira, ora conversando com um, ora anotando. De forma surpreendente - e quebrando qualquer possibilidade de anonimato do pesquisador -, um dos feirantes provoca: “você está aqui desde manhã cedo. Passa aqui para a gente negociar!”.

Outro ponto a ser ressaltado na expressão “feira livre” é a palavra “feira”. Originalmente, ela refere-se à isenção de impostos. A feira é livre, porque está livre de impostos, o que garante o barateamento dos produtos indispensáveis à alimentação. Mas para os feirantes, a liberdade da feira também é elemento central. Em seus discursos, eles freqüentemente dizem que a feira tem um ambiente de liberdade, no qual as hierarquias são fluídas, as regras que emanam do poder municipal e do mundo tradicional do trabalho são freqüentemente quebradas. O freguês também é abordado com uma intimidade que está fora das regras de civilidade das grandes cidades.

Além disso, nesse mundo, qualquer fala é permitida: o futebol, a política, os apelidos carinhosos, a tiração de sarro, a sexualidade... São todas aceitas, pois estão inscritas numa gramática cujas normas valem para esse espaço, mas não para outros.

As feiras analisadas são bastante diferentes entre si. Enquanto na República do Líbano reina o silêncio (“os gritos assustam os fregueses daqui”, diz Robson), a cortesia, as mercadorias de ótima qualidade, a arrumação caprichosa, os preços altos, a homogeneidade da clientela, a fidelização do freguês, o dinheiro fácil, o pagamento em cheques e, em alguns lugares, os cartões de débito, na Santa Cecília, impera o barulho e o grito, a informalidade, as mercadorias de inferior qualidade, a arrumação pouco cuidadosa, os preços baixos, a heterogeneidade da freguesia, a efetuação da compra na barraca em que os preços são menores, o tutu saindo apertado dos bolsos (e aí os feirantes gritam: “mulher, deixa ver a cor do teu dinheiro”!).

Robson, que faz as duas feiras, diz que a da Santa Cecília “é a feira de povão”. Apertos de mãos, tapas nas costas, e as vozes correm soltos. Apesar da feira da República do Líbano ser mais comedida, as relações entre pessoas de diferentes classes sociais são amistosas, porque a feira tem algo que aproxima as pessoas.

É um lugar de exceção no ambiente da cidade. É um espaço em que há configurações espaço-temporais híbridas, como aponta Antônio Arantes, em “A guerra dos lugares”. E nesse “aparece/desaparece”, as ruas reservadas às feiras passam de lugares onde os transeuntes se cruzam sem se olhar, exibindo a atitude de reserva simmeliana, a lugares de sociabilidade - nos quais as pessoas interagem, comprando, vendendo, trabalhando, brincando, conversando, comendo, transgredindo o protocolo e as regras da metrópole.

Bibliografia de referência

- ARANTES, A. “A guerra dos lugares”, p.103-129 de Paisagens paulistanas: transformações do espaço público. Campinas. Ed.Unicamp, 2000.
- DA MATTA, R. “Relativizando: uma introdução à antropologia social” Petrópolis, Ed. Vozes, 1981.
- GEERTZ, C. “A interpretação das culturas”. Rio, Zahar, 1978.
- MAGNANI, J. G. C. “Trajetos e trajetórias – uma perspectiva da Antropologia Urbana”, p. 30-43 de Sexta-feira nº. 8, São Paulo, Editora 34, 2006.
- MALINOWSKI, B. “Argonautas do Pacífico Ocidental”. Col. Os Pensadores, São Paulo, ed. Abril, 1978.
- MASCARENHAS, G. “Feiras livres: Informalidade e espaços de sociabilidade” Colóquio Internacional, Comércio, Culturas e Políticas Públicas em tempos de globalização. http://www.ess.ufrj.br/site_coloquio/mesa2_05.pdf. Baixado em 23/10/2007.
- PEIRANO, M. “Antropologia no Brasil (alteridade contextualizada)”, p. 225-266 de Micelli, S. (org.). O que ler na Ciência Social Brasileira (1970-1995), São Paulo/Brasília, ed. Sumaré/Anpocs, 1999, vol. 1 (antropologia).
- SATO, Leny. “Feira livre: organização, trabalho e sociabilidade”. Tese de Livre-Docência, Instituto de Psicologia, Universidade de São Paulo. 2006
- SILVA FILHO, C. F. “Mercado Varejista: um estudo das feiras livres no município de Campinas –SP”. p. 31-51 de Cadernos da FACECA vol. 12, n.2, julho/dezembro 2003, Campinas.
- SILVA, Vagner Gonçalves, “O antropólogo e sua magia”. São Paulo, Edusp, 2000.
- SIMMEL, G. “Sociabilidade – um exemplo de sociologia pura ou formal”, p. 165-181 de MORAES, E. (org.) Sociologia: Simmel, Ed. Ática, 1983 [1917].
- SIMMEL, G. “As grandes cidades e a vida do espírito” [1903], p. 577-591 de Mana, volume 11, nº. 2, Rio de Janeiro, Museu Nacional, out./2005.
- VEDANA, Viviane. “Fazer a feira – estudo etnográfico das ‘artes de fazer’ de feirantes e fregueses da Feira livre da Epatur no contexto da paisagem urbana de Porto Alegre”. Dissertação de Mestrado.

Site:

<http://portal.prefeitura.sp.gov.br/secretarias/abastecimento/organizacao/estrutura/0054>

Anexo I

Entre as questões apresentadas aos feirantes estão:

Há quanto tempo o senhor trabalha na feira?

Gosta?

Por quê?

Por que o senhor acha que as pessoas vêm à feira?

Existe diferença entre as pessoas que vão à feira e as que vão aos supermercados?

O senhor observa que em cada bairro em que o senhor realiza feira muda o perfil das pessoas que a freqüenta? O que muda?

O senhor muda a forma de vender seus produtos em função desses diferentes perfis de freguesia? Muda em quê?

Entre as perguntas apresentadas aos fregueses estão:

O senhor vem sempre à feira?

Em que horário?

Por quê?

Vem sozinho ou acompanhado? Por quê?

E aos supermercados, o senhor vai?

O que o senhor mais gosta na feira?

O que a feira tem que os supermercados não têm?

E o que falta na feira?

O senhor já freqüentou outras feiras? Quais?

Sente alguma diferença entre as feiras?