

## FEIRAS MÓVEIS: UMA PERSPECTIVA HISTÓRICA COMPARATIVA COM AS FEIRAS MEDIEVAIS

V. A. Magalhães<sup>1</sup>; K. S. Ferreira<sup>2</sup> & L. C. Cavalcante<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Graduando pela Universidade Federal do Ceará (UFC). Diretor do Grupo de Estudos em Direito e Assuntos Internacionais da UFC. Membro efetivo da Sociedade de Debates da UFC. E-mail: [victoralvesmagal@gmail.com](mailto:victoralvesmagal@gmail.com); <sup>2</sup>Professora Adjunta da Universidade Federal do Ceará no Departamento de Administração, Doutora em Educação Brasileira pela Universidade Federal do Ceará (2013). Mestre em Direito Público (Ordem Jurídica Constitucional) pela Universidade Federal do Ceará (2004). Graduada em Direito pela Universidade Federal do Ceará (2000) e E-mail: [kilviasf@yahoo.com.br](mailto:kilviasf@yahoo.com.br); <sup>3</sup>Professora da Faculdade de Economia, Administração, Atuária, Contabilidade e Secretariado Executivo, Universidade Federal do Ceará, vinculada ao Departamento de Ciências Contábeis. Doutora em Sociologia pela Universidade Federal do Ceará (2012). Mestre em Direito Constitucional e Teoria do Estado pela Universidade de Fortaleza (2007). Graduada em Direito pela Universidade de Fortaleza (2000). Coordenadora de ação extensionista Feiras móveis em Fortaleza: microempreendedor individual e o fenômeno da informalidade no comércio de rua. E-mail: [laracapelo@hotmail.com](mailto:laracapelo@hotmail.com)

Artigo submetido em Abril/2017 e aceito em Junho/2017

### RESUMO

A pesquisa tem por objetivo fazer uma investigação etnográfica sobre o *ethos* de trabalho do feirante, tecendo, ao mesmo tempo, comparações e abordagens sobre esse comércio de rua ao longo da história, analisando os motivos pelos quais esses ambientes informais constituem um traço essencial e constantemente presente na formação das cidades. O campo empírico de incidência da pesquisa parte do olhar que os feirantes constroem sobre o seu meio de trabalho durante os vários anos de vivência na feira. A pesquisa de campo, na tentativa de captar a visão nativa (MALINOWSKI, 1978) dos feirantes, foi essencial no desenvolvimento da pesquisa etnográfica. Segundo Mariza Peirano (2014), esse processo ocorre por meio

de formulações teórico-etnográficas, que consideram a comunicação no contexto da situação, transformam a experiência em texto e detectam a eficácia social das ações de forma analítica. Os resultados encontrados mostram que as feiras representam não apenas o meio de vida e trabalho dos feirantes, mas são, antes de tudo, partes daquelas pessoas que as compõem, traduzindo um estilo de vida não marginal, mas sim complementar dos nichos de procura dos fregueses que não encontram parte do que desejam (e precisam) consumir em lojas e supermercados, sendo tal aspecto um fato presente tanto na Idade Média como na atualidade e um dos principais motivos desses ambientes existirem há vários séculos.

**PALAVRAS-CHAVE:** Feiras móveis. Informalidade. História.

## MOBILE MARKETS: A COMPARATIVE HISTORICAL PERSPECTIVE WITH THE MEDIEVAL MARKETS

### ABSTRACT

The research aims to conduct an ethnographic research on the work ethos of the marketer, while at the same time weaving comparisons and approaches to this street trade throughout history, analyzing the reasons why these informal environments are an essential and constant feature present in the formation of cities. The empirical field of research incidence starts from the look that the marketers build on their the means of work during the several years of experience in the fair. Field research, in an attempt to capture the native view (MALINOWSKI, 1978) of marketers, was essential in the development of ethnographic research. According to Mariza Peirano (2014), this process occurs through

theoretical-ethnographic formulations, which consider communication in the context of the situation, transform the experience into text and detect the social effectiveness of the actions analytically. The results show that the fairs represent not only the livelihoods and work of the marketers, but are, first and foremost, part of those people who compose them, translating a lifestyle not marginal, but complementary to the niches of customer demand who do not find part of what they want (and need) to consume in stores and supermarkets, a fact that is present both in the Middle Ages and today and one of the main reasons for these environments existed several centuries ago.

**KEYWORDS:** Mobile markets. Informality. History.

## INTRODUÇÃO

As feiras existem em vários locais ao redor do globo e na história de diversas sociedades, cada uma com suas características próprias, sendo adaptáveis à população daquela região ou criando tradições tão fortes que o público consumidor se locomove até elas ou esses espaços em busca dos melhores negócios.

Visando abordar tais estruturas sociais, que parecem permanentes por sua longevidade na história da humanidade, é que essa pesquisa se faz relevante, pois olhar pela visão dos feirantes promove a concepção, mesmo que em um diminuto espaço temporal se comparado ao da humanidade, de ser a feira um organismo vivo que compõe o âmbito social e econômico das cidades e metrópoles.

Segundo Velho (2007), a diferença é tema fundador e constitutivo da antropologia e a metrópole é, por excelência, *locus* privilegiado, expressão emblemática de heterogeneidade e diversidade. Não obstante a multiplicidade de trajetórias de vida de trabalho dos feirantes e os variados motivos que os levavam à feira, a pesquisa busca compreender, privilegiando o discurso dos trabalhadores mais antigos, como, com tantas opções de mercados consumidores nos bairros, aquela espécie de comércio de rua, no qual predomina a informalidade e as relações pessoais, parece resistir ao tempo e à formação histórica das cidades.

A pesquisa é fruto do projeto de extensão intitulado “Feiras móveis: microempreendedor individual e o fenômeno da informalidade no comércio de rua”, tendo seu início em 29/04/2016, sendo realizada semanalmente no primeiro mês e, posteriormente, foi conduzida quinzenalmente em visitas ao bairro Cidade 2000 às sextas-feiras ou ao bairro Praia do Futuro aos sábados. Teceu-se diálogo com uma média de trinta feirantes.

O trabalho etnográfico foi realizado por meio de diálogos com os feirantes, buscando absorver a história deles, que se mistura com a trajetória da feira móvel, em vez de utilizar questionários ou entrevistas previamente elaboradas, tentando apreender o ponto de vista nativo, ou seja, a visão que os próprios feirantes têm sobre o seu meio de trabalho no sentido de Malinowski (1978, p. 33):

Em breves palavras, esse objetivo é de apreender o ponto de vista dos nativos, seu relacionamento com a vida, *sua* visão de *seu* mundo. É nossa tarefa estudar o homem e devemos, portanto, estudar tudo aquilo que mais intimamente lhe diz respeito, ou seja, o domínio que a vida exerce sobre ele. Cada cultura possui seus próprios valores; as pessoas têm suas próprias ambições, seguem a seus próprios impulsos, desejam formas de felicidade. Em cada cultura encontramos instituições diferentes, nas quais o homem busca seu próprio interesse vital; costumes diferentes, nas quais ele satisfaz às suas aspirações; diferentes códigos de lei e moralidade que premiam suas virtudes ou punem seus defeitos.

Assim, ao tentar compreender a partir do ponto de vista do feirante, os motivos pelos quais as feiras resistem como *locus* marcante de trabalho na constituição das cidades, não obstante a pressão da economia global, com suas múltiplas opções de mercados presenciais e virtuais, a pesquisa busca também refletir sobre o desenvolvimento desse tipo de comércio ao longo da história, traçando um paralelo com as feiras móveis em Fortaleza.

Justifica-se a importância da pesquisa por tentar compreender, através da visão de mundo dos próprios feirantes que trabalham em bairros diferentes da cidade a cada dia da semana, esse tipo de comércio de rua que perdura ao longo da história ao mesmo tempo que se reinventa e se transforma adaptando-se à realidade das metrópoles contemporâneas com suas múltiplas ofertas de mercados de consumo.

Utilizando-se, assim, da etnografia para obter a familiaridade com os trabalhadores das feiras e descobrir algumas pistas que fazem esses ambientes informais perdurarem no tempo, buscou-se, por meio do estudo bibliográfico, traçar paralelos entre o passado com o presente, restringindo-se como objeto de estudo as feiras móveis que transitam nos bairros da Cidade 2000 e Praia do Futuro da capital cearense.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

Nos tempos mais remotos, o ser humano produzia as necessidades que precisava para sobreviver no ambiente familiar, buscava variadas formas de suprir suas carências, criando a escrita, a agricultura, as armas e, conseqüentemente, o comércio, uma ideia que permanece com o mesmo objetivo desde sua criação:

O termo comércio deriva do conceito latim *commercium* e refere-se à negociação que tem lugar na hora de comprar ou vender gêneros/bens e mercadorias. Também se dá o nome de comércio a qualquer loja, armazém ou estabelecimento comercial, e ao conjunto ou à classe dos comerciantes. Por outras palavras, o comércio é a atividade socioeconômica que consiste na compra e na venda de bens, seja para usufruir dos mesmos, vendê-los ou transformá-los. Trata-se da transação de algo em troca de outra coisa de igual valor (podendo ser dinheiro).<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>Disponível em: < <http://conceito.de/comercio#ixzz4GCctnYSi> >. Conceito de comércio - *O que é, Definição e Significado*. Acesso em: 02 de agosto de 2016.

E, como símbolos do comércio, surgem as feiras, móveis ou fixas, cujo propósito, por ser a materialização do próprio conceito acima definido, é, em sua essência, uma das categorias de cidade de Max Weber (1979, p.69) sendo um “[...] elemento essencial da atividade lucrativa e do abastecimento de seus habitantes”.

Huberman (1981) enumera várias características que não permitiam o desenvolvimento do comércio: a) ausência de mercado consumidor, com transações apenas em nível local; b) péssima condição das estradas e os salteadores que elas abrigavam; c) dinheiro escasso e com grande pluralidade de moedas; d) pesos e medidas distintos em cada região e outras dificuldades que tornavam a comercialização de produtos (e, conseqüentemente, as feiras) escassos nesta época.

Com a revitalização do fluxo de mercadorias em decorrência do mercado consumidor, novamente o Ocidente permitiu os negócios florescerem em diversas regiões, saindo seus habitantes das pequenas realidades feudais para exercerem o comércio tanto com os diversos povos do Oriente como com os de origem russa e escandinava ao Norte do globo.

Então, como decorrência do aumento do comércio, as feiras surgem em locais estratégicos, geralmente pontos onde os mercadores de regiões distintas cruzavam seus caminhos.

Entretanto, nos séculos XII e XIII, Huberman (1981, p.23) ressalta uma característica que se preservou, inclusive, na feira objeto do presente estudo, conforme irá se abordar posteriormente neste trabalho:

(...). Mas nos séculos XII e XIII, como vimos, os meios de transporte não estavam assim tão desenvolvidos. Nem havia uma procura firme e constante de mercadorias, em todas as regiões, que pudesse garantir às lojas uma venda diária, durante todo o ano. A maioria das cidades, por esse motivo, não podia ter comércio permanente. As feiras periódicas na Inglaterra, França, Bélgica, Alemanha e Itália constituíam um passo em prol do comércio estável e permanente. Regiões que, no passado, dependiam do mercado semanal para satisfação de suas necessidades mais simples descobriram que esse mercado era inadequado às oportunidades do comércio em desenvolvimento.

Existiu, assim, naquela época, uma distinção básica entre o mercado semanal (que fornecia produtos de necessidades mais simples) e as feiras periódicas (que traziam produtos diferentes e de regiões distantes), sendo as últimas programadas pelos próprios mercadores para quando terminasse em uma determinada localidade, já se iniciasse em outra.

Tal fenômeno da “programação” do itinerário ocorre nas feiras em Fortaleza, pois, além dos bairros em que a feira móvel foi analisada, a mesma percorre, em cada dia da semana, um local distinto de Fortaleza com uma regularidade que permite seu público consumidor se

programar para frequentá-la quando estiver posicionada de forma mais conveniente às suas rotinas, ocorrendo na “Cidade 2000” todas as sextas-feiras e, na “Praia do Futuro”, aos sábados.

Entretanto, não existem mais os problemas de locomoção do século XII ou XIII e, muito menos, uma ausência de procura firme e constante de mercadorias em uma das maiores capitais do Brasil com mais de dois milhões de habitantes. Então, qual o motivo de elas ainda existirem e as lojas físicas não suprirem a demanda desses bairros que as feiras visitam em Fortaleza?

Estudos anteriores sobre feiras apontam algumas variáveis, como no caso de pesquisa realizada no interior do Estado da Bahia por Boechat e Santos (2009), na qual as estudosas questionaram sobre as vantagens para os fregueses de comprar na feira livre, tais como: oferta de produtos frescos, preços baixos, produtos diferenciados, qualidades dos produtos.

Nesse sentido, mesmos com a grande oferta de produtos e mercados de consumo existente na sociedade contemporânea, as feiras parecem preservar atrativos diferenciais que não se encontram em outros tipos de comércio.

### **3 MATERIAIS E MÉTODOS**

Inicialmente, utilizou-se a pesquisa bibliográfica sobre as feiras, desenvolvida a partir de material já elaborado, constituído por livros e artigos científicos, visando intensificar as discussões sobre a importância das feiras ao longo da história e os motivos que levam a sua resistência e manutenção.

Em seguida, realizou-se a investigação etnográfica, através de uma descrição da visão dos feirantes sobre os motivos que levam o comércio de rua desenvolvido nas feiras resistirem e se reinventarem ao longo da história das cidades, buscando compreender os significados traçados em suas narrativas que refletem, ao mesmo tempo, a trajetória da feira móvel, em vez de utilizar questionários ou entrevistas previamente elaboradas, tentando apreender o ponto de vista nativo, ou seja, a visão que os próprios feirantes têm sobre o seu meio de trabalho. O campo empírico de incidência da pesquisa foi a feira móvel que percorre os bairros Cidade 2000 e Praia do Futuro em Fortaleza.

Para a inserção no campo, foram realizadas visitas à feira móvel, pelo menos uma vez por semana, durante cinco meses, e, depois, quinzenalmente. Teceu-se diálogos com uma média de 30 feirantes, privilegiando aqueles que tinham mais tempo de feira no intuito de compreender como, com tantas opções de mercados consumidores nos bairros, aquela espécie de comércio de rua, no qual predomina a informalidade e as relações pessoais, parece resistir ao tempo e à formação histórica das cidades.

#### 4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

As vantagens que parecem levar os consumidores às feiras fazem perceber que esse comércio ainda possui o mesmo papel de suprir demandas populacionais que o comércio varejista local não consegue (existindo diversos fatores para isso, como: ausência de certos produtos específicos nos supermercados, preços mais elevados nas lojas, etc.).

Algumas dessas vantagens, tais como: produtos mais frescos, como o feijão verde, por exemplo, que é debulhado na hora da compra; produtos de melhor qualidade, como o sabor especial e tamanho avantajado de algumas frutas; preço mais barato, também, foram narradas pelos feirantes dos Bairros da Cidade 2000 e Praia do Futuro em Fortaleza. Esta pesquisa buscou apreender o ponto de vista do próprio feirante sobre o seu trabalho. Para tanto, cita-se o depoimento de um feirante que tem 50 anos de experiência na feira, ele herdou o ofício dos pais, frequentava a feira desde criança e hoje divide a barraca com seus dois irmãos. Segundo o feirante “H”:

A feira não diminuiu ao longo dos anos, fez foi aumentar o público consumidor. As pessoas pensam que diminuiu, mas é só impressão. Diminuiu no sentido que antigamente se comprava produto seco na feira também, como farinha, arroz, feijão maduro... hoje esses produtos somente se acham nos supermercados. Nesse sentido, as feiras podem ter diminuído. Mas, no que diz respeito ao consumo de alimentos frescos, como frutas e verduras, as feiras aumentaram! Isso ocorreu por que, realmente, nossos produtos são mais frescos. Todos os dias vamos a CEASA<sup>2</sup>, às três horas da madrugada, para comprar as verduras e vendemos tudo praticamente no mesmo dia. Tudo é muito fresco e quase não sobra nada para o dia seguinte. Além disso, os produtos da feira ficam mais baratos à medida que a fruta ou a verdura entram na época de plantio ou colheita. O que é diferente o supermercado, pois mesmos que eles comprem o produto mais barato do distribuidor eles não baixam o preço para o consumidor por conta disso. Mas, nós feirantes baixamos! Além disso, tem cliente que gosta da feira por conta do atendimento personalizado, sabe que a gente trata bem, sabemos negociar o preço pela quantidade da compra, dar desconto e tudo isso!

---

<sup>2</sup>Central de Abastecimento do Ceará S/A

Veja essa feira da Cidade 2000, por exemplo, ela ocorre bem em frente a um grande supermercado o *Superlagoa*, e não deixa de ter seu público consumidor, que prefere a feira, seu público fiel! (Feirante H)

Assim, a partir do discurso transcrito, observa-se algumas características que fazem as feiras manter o seu sucesso entre o público consumidor: a) produtos frescos; b) qualidade dos produtos; c) preço baixo; d) possibilidade de negociação do preço com concessão de descontos; e) qualidade no atendimento; f) atendimento personalizado.

Na Feira da Cidade 2000, realmente, foi possível observar um intenso comércio permanente em volta da feira, como supermercado, três farmácias, duas padarias, um frigorífico, restaurantes, lanchonetes, lojas de material de construção, de roupas, papelarias, gráfica, dentre outros. Por sua vez, a feira ocorre somente às sextas-feiras com barraquinhas de ervas medicinais, carnes, queijos, doces, frutas e verduras, CDs e DVDs, objetos eletrônicos, ferragens, brinquedos, roupas, bijuterias, artesanatos. Há ainda, o comércio ambulante que se instala no chão na margem da feira, em tapetes nas calçadas, malas de carros que viram lojas temporárias, barracas improvisadas.

A feira da Praia do Futuro ocorre aos sábados e é formada basicamente pelos mesmos feirantes. No entanto, o espaço onde ocorre a feira não tem a presença de outros comércios permanentes em volta. Fica próxima à Avenida Zezé Diogo, na orla de Fortaleza, quase na praia. Essa feira, no entanto, atende a uma grande população que mora no entorno.

Por outro lado, o que são os bairros de uma grande metrópole senão pequenas realidades únicas? Tanto a feira da Cidade 2000 como da Praia do Futuro se localizam em bairros relativamente distantes dos centros comerciais de Fortaleza e, mesmo no caso da Cidade 2000 (onde a feira se localiza ao redor de várias grandes redes de supermercados), nota-se que a referida feira permanece com fregueses.

Deve-se, ainda, destacar que a pluralidade de classes sociais pode ser observada nesse mesmo público consumidor das feiras, nas quais o feirante “C” define de forma alegre como “[...] clientes fiéis que sempre voltam” (informação verbal), independente de maiores ou menores condições financeiras. Nesse sentido, observa-se, na fala nativa do feirante, a ideia apresentada na introdução do artigo de que a metrópole é *locus* privilegiado da heterogeneidade e diversidade (VELHO, 2007), sendo as feiras expressão emblemática dessa multiplicidade cultural ao possibilitarem, no mesmo espaço urbano, a convivência de consumidores oriundos de classes sociais diversas frequentando o mesmo mercado.

No entanto, a partir da visão nativa de outro feirante, as feiras diminuíram no que diz respeito ao seu tamanho e quantidade de fregueses. De acordo com o depoimento do feirante

“G”: “Hoje temos apenas um braço de feira, se comparado a vinte ou trinta anos atrás” (informação verbal). Mesmo sendo a quantidade de fregueses bastante menor se comparado com as décadas de setenta e oitenta do século XX, em face do que os feirantes mais antigos informam e será abordado, posteriormente, neste trabalho, os motivos que trazem as pessoas para as feiras livres e com produtos diversificados permanecem os mesmos dos séculos XII e XIII.

Vê-se, desse modo, que o olhar que os próprios feirantes tecem sobre o seu local de trabalho é variado, traço característico das sociedades complexas, típico das metrópoles, nas quais há a coexistência de diferentes estilos de vida e visão de mundo. Mesmo na feira, ambiente de trabalho que para quem olha de fora, com um olhar estrangeiro, parece ser homogêneo. Mas, a partir do momento que se procura apreender a densidade dessa realidade social, buscando compreender o ponto de vista dos feirantes, percebe-se que estes têm olhares múltiplos sobre o seu ambiente de trabalho.

Enfatizo que essa maleabilidade e fluidez é um dos aspectos mais cruciais para um esforço de compreensão das sociedades complexas particularmente nas grandes metrópoles. Cria uma possibilidade de jogo de papéis e identidade que é uma das marcas mais expressivas de seu estilo de vida. (VELHO, 2003, p. 25)

Ao mesmo tempo, percebe-se uma mescla nos tempos atuais, nos quais as feiras hoje tanto podem carregar aspectos associados com os mercados locais da era medieval (em relação ao seu itinerário definido previamente, que já foi analisado anteriormente), como também podem negociar mercadorias específicas e especializadas daquela região.

Retornando ao cronograma histórico, não demorou aos mercadores, com seus mercados e riquezas que esses traziam, tornarem pequenos vilarejos em cidades com zonas fortificadas chamadas “burgos”, onde descansavam protegidos tanto da natureza quanto de ladrões.

As cidades começaram a se tornar sinônimo de “liberdade” e “oportunidade” para os habitantes dos feudos, que paulatinamente preenchiam os muros desses aglomerados em busca do dinheiro que os mercadores juntaram, ocasionando assim a derrocada do regime feudal e a ascensão da burguesia.

Portanto, nota-se que as feiras tiveram e ainda têm um papel fundamental que, nas palavras de Araújo (2012), transcendem a função econômica, conforme se retira da construção histórica acima e das suas palavras em um estudo etnográfico sobre feiras livres em território português e em solo brasileiro:

Historicamente as feiras adquiriram uma importância muito grande, que ultrapassa seu papel comercial e as transforma, em muitas sociedades, num entreposto de trocas culturais e de aprendizado, onde pessoas de várias localidades se congregam para estabelecer laços de sociabilidade. (ARAÚJO, 2012, p.50).

Após apresentar as raízes das feiras na era medieval e algumas de suas características e motivações preservadas até hoje, cumpre avançarmos na história, com o auxílio da visão dos feirantes da atualidade.

#### 4.1 BUSCANDO SIMILITUDES ENTRE AS FEIRAS DE HOJE E DO PASSADO

Durante os diálogos com diversos feirantes, na tentativa de apreender o ponto de vista do nativo, procurou-se, principalmente, conversar e observar os trabalhadores mais antigos que, de certa forma, traziam consigo mais histórias e mais experiências espaço-temporais nas feiras móveis.

#### 4.2 RELAÇÃO VERTICAL

Analisando a influência da relação de poder existente em cada época histórica, os feirantes medievais precisavam se preocupar com os senhores feudais para poder comercializar em determinado território, para os feirantes pesquisados, tal preocupação persiste na figura do Município e de seus agentes.

Dentre todos os entrevistados, o sentimento de ceticismo em relação à Administração Pública não poderia ser maior e a concepção de ser o Estado “um mal necessário”, nas palavras do britânico Thomas Paine (1978, p.65), era evidente.

Durante as entrevistas, soubemos que existiam diálogos entre os feirantes e a Prefeitura de Fortaleza no intuito de trazer para as feiras guardas municipais para a segurança dos clientes, agentes de trânsito para regular as necessidades de locomoção do ambiente em que as feiras se instalam, banheiros químicos para uso dos fregueses e dos feirantes, bem como outras melhorias.

Entretanto, na última pesquisa de campo feita, o nativo “A”, com 20 (vinte) anos de feira, informou que todas as conversas restaram novamente infrutíferas com o Poder Público, falando que a única ferramenta com a qual podia contar era o próprio trabalho.

Tal percepção também é compartilhada pela feirante “B” que em 18 (dezoito) anos de feira, “Não acredita que o governo fará nada por eles [...]” (informação verbal). Esses fatores geram algumas necessidades compartilhadas entre os feirantes, fazendo com que eles tenham custos para permitir à feira existir atualmente.

De acordo com o entrevistado “F”, o Poder Público apenas se interessa por aqueles ambientes em épocas de eleição, sendo constante a visita de políticos no ambiente analisado neste trabalho quando as votações estão próximas, entretanto que acabam por “desaparecer” da feira quando as urnas de eleição fecham.

Todos eles pagam, por exemplo, para que exista segurança do espaço público que utilizaram. Contratam seguranças privados que, durante todas as pesquisas de campo, ficavam andando pelas barracas e se comunicando em face de qualquer movimentação ou veículo suspeito. Alugam o espaço de armazenamento das suas barracas e pagam para que essas estejam montadas no início e desmontadas ao final dos dias. A única coisa que o Poder Público faz é a limpeza do local ao término da feira.

A maioria deles somente precisou do Governo para se registrar na feira e conseguir a permissão de explorar um espaço nela, ambos de forma gratuita. No entanto, a concessão de uso do espaço público das barracas, em sua maioria, está vencida e não existe política de renovação do cadastro dos feirantes por parte da Regional responsável pela área. Poucos contribuem para a Previdência Social e menos ainda possuem um Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica, na qualidade de Microempreendedor Individual por exemplo. Arrecadação de impostos são quase nulos nestas feiras livres em estudo.

Encontrou-se apenas três feirantes registrados como Microempreendedor Individual, possuindo cadastro de pessoa jurídica, a maioria informou não ter interesse em registrar-se. Alguns alegavam que não sabiam as vantagens do registro, outros diziam que não achavam benefício na formalização.

Diante de todo o acima exposto, percebe-se os motivos da insatisfação com o Poder Público, que apenas faz exigências e nada fornece em troca para os feirantes, sem trazer com isso incentivo para que possam se regularizar e usufruírem do que o Estado pode ofertar.

#### 4.3 RELAÇÕES HORIZONTAIS

Quanto à relação entre feirantes, o nativo “F” expressou em palavras simples que, entre eles, “[...] somos todos amigos.” (informação verbal), podendo tal compreensão ir além dos que fazem aquele ambiente, podendo ser observada em simples experiências que aqui serão narradas brevemente.

Uma delas foi quando um feirante precisou sair da sua barraca e pediu para o vizinho ficar olhando seus produtos enquanto resolvia seu problema. Durante sua ausência, não somente

seu companheiro atendeu seu pedido, como ninguém se aproximou da mercadoria, em respeito pela ausência do vendedor (e que aquela estava sendo vigiada, mesmo sem terem escutado o pedido e a anuência estabelecidos entre os nativos).

Outra foi saber que todos pagavam pelos diversos serviços de transporte e montagem das barracas, para a feira funcionar apropriadamente.

Uma terceira foi quando um freguês, aleatoriamente, informou a um feirante (contando o fato quase como um espião conta um segredo) que em outra barraca, uma determinada fruta estava mais barata.

Mais uma situação interessante foi quando um cliente, já com idade bastante avançada, estava selecionando frutas e ensinando para o seu pequeno neto (com não mais que oito anos de idade) como escolher as que irão ser levadas para o consumo da família. E, qual o motivo de contar essas amenidades?

O fato é que, desde a era medieval, perpassando pela época moderna e o momento histórico da contemporaneidade, as feiras, sejam elas europeias ou americanas, consistem num verdadeiro mosaico de espaços de sociabilidade, em que a relação estabelecida entre tempo, agentes sociais e processos concorre para que a vida cidadina carregue grande diversidade e riqueza de possibilidades plurais de rituais, comportamentos, normas e limites de uso e apropriação do território urbano. (ARAÚJO, 2012, p.51).

De acordo com o estudo realizado durante quase um ano de visitas constantes ao campo de pesquisa, extraiu-se alguns aspectos importantes: a) sentimento de companheirismo, mesmo entre concorrentes; b) cooperativismo e a pouca intervenção estatal para permitir que a feira funcione; c) senso de coletividade, quando um freguês, sem nunca ter visto determinada pessoa, indicou outro local onde se poderia economizar e d) o ritual de ensinamento das antigas gerações para as novas, na figura do avô transmitindo para o neto o que sabia sobre a escolha de frutas.

Todos esses aspectos mostram a diversidade de relações sociais que permeiam as feiras, sendo esses alguns frutos das ligações horizontais criadas entre os consumidores e os feirantes, construídas no grande organismo vivo aqui em estudo.

#### 4.4 RELAÇÕES COMERCIAIS

Apesar da persistência das feiras em face do progresso das grandes metrópoles, lojas internacionais e supermercados, evidentemente as primeiras não passaram incólumes com a chegada dos últimos em solo nacional.

O feirante “C”, trabalhando por 20 (vinte) anos naquela feira, disse que há 15 (quinze) anos, vendia bem mais do que atualmente. Nesse ínterim, muitos saíram da vida de feirante, mas ele apenas sairia da feira “[...] de pés juntos [...]”<sup>3</sup>, (informação verbal) por achar que tem mais qualidade de vida ali do que sendo empregado de alguém.

Já o entrevistado “D”, com 79 (setenta e nove) anos de idade e 52 (cinquenta e dois) anos de feira, informou que, no início, tanto a abrangência como o tamanho físico da feira diminuíram com a chegada dos “mercantis”<sup>4</sup>.

Além disso, informou o mesmo nativo que a feira se estendia até dezoito horas “antigamente”, por decorrência da quantidade de fregueses, algo que acarretava na necessidade de o feirante ter que ir embora ainda com clientes por atender, algumas vezes. Atualmente, o movimento de consumidores na feira persiste até às quatorze horas no máximo.

O feirante “E”, trabalhando na feira desde o ano de 1993, aposentado pelo INSS e Microempresário Individual, refletiu que, no passado, existiam menos pessoas no Brasil e um consumo bem maior dos produtos encontrados na feira, como também, que hoje existe uma melhor distribuição de produtos pelo país, suprimindo assim a variedade de produtos.

Dessa maneira, pode se presumir que as feiras em estudo sofreram com o advento da abertura do mercado, a globalização e as melhorias do transporte de produtos, principalmente em decorrência da variedade de produtos que, atualmente, não mais possui o monopólio em face dos grandes supermercados e outras lojas.

Entretanto, a “oferta de produtos frescos”, “preços baixos” e a “qualidade das mercadorias”, conforme descrito acima, em certos aspectos, ainda consegue cativar os consumidores e faz com que os mesmos continuem a frequentar feiras, mantendo-as vivas mesmo com toda a competição que o século XXI trouxe.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Não possuindo a audácia de exaurir o presente tema, constatou-se que as feiras são, antes de tudo, partes daquelas pessoas que as compõem, traduzindo um estilo de vida não marginal, mas sim complementar dos nichos de procura dos fregueses que não encontram parte

---

<sup>3</sup> Expressão coloquial que significa “após a morte” ou “quando morrer”.

<sup>4</sup> Sinônimo coloquial para a palavra “supermercados” em Fortaleza.

do que desejam (e precisam) consumir, sendo tal aspecto um fato permanente tanto na Idade Média como hoje e um dos principais motivos desses ambientes existirem há vários séculos.

Os organismos sociais aqui analisados demonstram algumas características intrínsecas para tal modelo de comércio, como a necessidade de cooperativismo entre os feirantes para que os negócios de todos possam prosperar, bem como que, a maioria deles somente precisou do Governo para se registrar na feira e conseguir a permissão de explorar um espaço na mesma, ambos de forma gratuita. Poucos contribuem para a Previdência Social e menos ainda possuem um Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica. Arrecadação de impostos e utilização de outros meios de pagamento além do dinheiro em espécie, são quase nulos nestas feiras livres em estudo.

Descobriu-se uma carência em diversos tipos de conhecimentos sobre os auxílios governamentais existentes, sendo boa parte dessa condição uma mistura do sentimento generalizado entre os “nativos” de que nada virá de bom das Administrações Governamentais (que nunca os auxiliou) com a percepção que a burocracia envolvendo tais benefícios não compensa o bônus que porventura eles poderiam trazer ao seu comércio ao criar um Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas ou adquirir linhas de crédito estatais, por exemplo.

Alguns possuem consciência, porém são uma minoria em face do meio informal que vivem, sobre a importância do pagamento da Previdência Pública para ter acesso aos auxílios-doença e a aposentadoria, por exemplo, contudo os mesmos entraves da burocracia são alegados como principal argumento para não procurarem tais direitos.

Afinal, as feiras e seus integrantes foram maleáveis às mudanças do tempo para conseguirem sobreviver nesta nova realidade metropolitana, que trouxe mais dificuldades do que benesses para esses locais de comércio, ensejando em uma adaptação contínua do seu modelo de negócios que somente a informalidade consegue acompanhar.

O olhar que os próprios feirantes tecem sobre o seu ambiente de trabalho é múltiplo, embora tenha pontos em comum. Constata-se que a feira representa um espaço de trabalho, consumo e desenvolvimento de atividade econômica no qual coexistem diferentes estilos de vidas e visões de mundo, não só pelo público consumidor que frequenta a feira, oriundo de diversas classes sociais, mas pelas diferentes interpretações que os feirantes fazem do seu próprio meio de trabalho. A grande maioria dos feirantes concorda com o fato de que a feira é mais atrativa aos consumidores pelos produtos frescos; possibilidades de descontos; preços mais baixos; atendimento personalizado; melhor qualidade dos produtos. Mas, nem todos concordam com o fato de as feiras terem diminuído ou aumentado ao longo dos últimos quarenta anos. Alguns acham, que diminuiu apenas de tamanho e o tipo de produto que se comercializa na

feira, mas que os consumidores aumentaram. Outros acham, que as feiras diminuiram como um todo.

Mesmo em face das dificuldades ou mero desconhecimento com que o Poder Público faz questão de tratar o ambiente objeto desse estudo, que é predominantemente utilizado pelos cidadãos da urbe de Fortaleza, os feirantes persistem, sustentados por um fiel público consumidor que, seja por características financeiras ou culturais, continua a comprar nas feiras de uma metrópole no século XXI.

## REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Giovana. Aspectos Sociais do Cotidiano das Feiras Livres: Um Estudo Etnográfico em Território Português e em Solo Brasileiro. **Maringá Management: Revista de Ciências Empresariais**, Maringá, v.9, n.2, jul./dez. 2012.

BOECHAT, Patrícia Teresa Vaz; SANTOS, Jaqueline Lima dos. Feira Livre: Dinâmicas Espaciais e Relações Identitárias. **Acervo do programa de Pós-Graduação em Cultura, Memória e Desenvolvimento Regional da Universidade do Estado da Bahia**, 2009. Disponível em: <<http://www.uesb.br/eventos/ebg/anais/2p.pdf>>. Acesso em 02 de agosto de 2016.

HUBERMAN, Leo. **História da Riqueza do Homem**. Rio de Janeiro, Zahar Editores, 1981

MALINOWSKI, Bronislaw Kasper. **Argonautas do Pacífico Ocidental: Um Relato do Empreendimento e da Aventura dos Nativos nos Arquipélagos da Nova Guiné Melanésia**. São Paulo, Abril Cultural, 1978.

PEIRANO, Mariza. Etnografia Não é Método. **Horizontes Antropológicos**. Porto Alegre, v.20, n.42, jul./dez. 2014.

PAINE, Thomas. **Il Dirittidell'Uomo**, Riuniti, 1978.

VELHO, Gilberto. **Projeto e Metamorfose: antropologia das sociedades complexas**. Rio de Janeiro, Zahar, 2003.

\_\_\_\_\_. **Metrópole, Cultura e Conflito**. In: Rio de Janeiro: Cultura, Política e Conflito. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

WEBER, M. Conceito e categorias de cidade. In: VELHO, O. G. (Org.). **O fenômeno urbano**. Rio de Janeiro, Zahar, 1979. p. 68-89.