

VALMIR PEREIRA DA SILVA

**Artes de Fazer a Feira: práticas e representações de
negociação na Feira Central de
Campina Grande (PB)**



**CAMPINA GRANDE
2005**



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE
CENTRO DE HUMANIDADES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA**

**Artes de Fazer a Feira: práticas e representações de
negociação na Feira Central de
Campina Grande (PB)**

VALMIR PEREIRA DA SILVA

ORIENTADOR

Prof. Dr. Luis Henrique Cunha

**Campina Grande
2005**

VALMIR PEREIRA DA SILVA

**Artes de Fazer a Feira: práticas e representações de
negociação na Feira Central de
Campina Grande (PB)**

**Trabalho de dissertação apresentado
como requisito para obtenção do título
de Mestre em Sociologia do Programa
de Pós-Graduação em Sociologia da
Universidade Federal de Campina
Grande (UFCG) PB.**

ORIENTADOR

Prof. Dr. Luis Henrique Cunha

**Campina Grande
2005**

**Artes de Fazer a Feira: práticas e representações de
negociação na Feira Central de
Campina Grande (PB)**

Banca examinadora

Dra. Marinalva Vilar (examinadora externa)

Dra. Marilda Aparecida de Menezes (examinadora interna)

Dr. Luis Henrique Cunha (orientador)

Membro suplente: Dra. Ramonildes Alves Gomes (UFCG)

Campina Grande, 28 de dezembro de 2005.

**Aos meus pais, Cicera e Valdir,
e a minha companheira Andrezza.**

AGRADECIMENTOS

A conclusão deste trabalho de dissertação constitui uma grande vitória pessoal e uma recompensa aos meus esforços e a de diversas pessoas que acreditaram que eu fosse capaz de realizá-la. O apoio, a amizade, a experiência, o conhecimento, estímulo e a paciência das diversas pessoas que direta e indiretamente participaram desta dissertação foram de fundamental importância para que fosse possível a realização de um sonho que, transformado em idéia e colocado em prática, permitiu, através de muito labor, sua concretização.

Difícil é elencar todos os personagens que de alguma forma estiveram presentes na construção deste trabalho. Mesmo correndo o risco de omitir ou deixar de lado alguém que tenha participado desta dissertação, e sem a intenção de cometer alguma injustiça, gostaria de agradecer a contribuição de algumas pessoas e instituições em particular.

O professor Luis Henrique Cunha representa, certamente, uma destas pessoas que acreditaram na minha capacidade e vontade de realizar este trabalho. Dedico a ele o mérito que este trabalho possa vir a ter, pela atenção disponibilizada; seu conhecimento, enquanto cientista social foi de fundamental importância para a organização das informações colhidas em campo; pelo interesse no tema da pesquisa, demonstrado nos diversos encontros que supera o âmbito da relação orientando/orientador. Admiro sua maneira objetiva de conduzir nossos debates e agradeço as críticas e orientações que me foram repassadas ao longo dos últimos doze meses, em que estivemos reunidos em função da concretização deste trabalho. Sem sua participação e estímulo possivelmente não teria sido possível sua concretização.

À professora Marilda Aparecida de Menezes, dedico meus sinceros agradecimentos, por ter me acompanhado durante o início deste trabalho, por todo seu carinho, dedicação e sabedoria, através dos quais me encaminhou os primeiros passos para a definição de meu objeto de pesquisa. Marilda sem dúvida é uma pessoa que sempre acreditou no meu intuito, me fortalecendo com sua luz e sua alegria, sua simpatia e fundamentalmente seu conhecimento e suas lições de teoria. Sua presença ficará marcada em meu pensamento e meu coração, como grande amiga e conselheira que és.

O professor Rodrigo de Azeredo Grunewald da Unidade Acadêmica de Ciências Sociais e o professor Fábio Gutemberg R. B. de Sousa da Unidade Acadêmica de História e Geografia, pelas inestimáveis contribuições teóricas, extremamente importantes na minha formação acadêmica e para construção dos parâmetros necessários à realização deste trabalho. Os ensinamentos de Rodrigo me forneceram um entendimento sobre os aspectos e elementos culturais contemporâneos, de fundamental valor para a compreensão das formas de interação observadas na Feira Central, assim como foram extremamente relevantes os conhecimentos do campo historiográfico apreendidos na disciplina ministrada pelo professor Fábio Gutemberg.

Agradeço de maneira especial ao secretário do programa de Pós-Graduação, “Joãozinho”, pelo carinho e pela presteza com que sempre me tratou, não medindo esforços em atender meus pedidos e necessidades, e pelas palavras de conforto que me transmitiu, nos momentos de angústia e cansaço.

Agradeço a todos os meus informantes negociantes da Feira Central: dona Didi, dona Da Guia, seu Antônio, dona Tereza, Carlos, Socorro, Josebias, a Conceição e sua mãe, seu Zezinho, dentre outros que contribuíram pacientemente com este trabalho, me fornecendo informações relevantes para esta dissertação. Agradeço a coordenadoria da SEPLAN (Secretaria de Planejamento da Prefeitura Municipal), e aos funcionários do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), pelos dados gentilmente fornecidos.

E agradeço a todos os amigos que direta ou indiretamente estiveram presentes na realização desta dissertação. Ao Arthur Pessoa, grande companheiro, a Silvânia amiga que também acreditou em minha força e capacidade, ao Fabrício “Dudu”, ao Toninho Borbo, ao Bebeto, e outros que não me recordo no momento, mas que estiveram presentes nos caminhos que levaram a este trabalho.

Agradeço também aos professores Ivonaldo e Liège Freitas, ambos da Unidade Acadêmica de História e Geografia, pelos valorosos momentos de diálogo e lições de amor e seriedade pelo trabalho que se propõe realizar. A eloquência com que a professora Liège me narrava fatos, questões e assuntos, a partir de sua excelente bagagem intelectual no campo da história, e as interlocuções sobre espacialidade com o prof. Ivonaldo, apenas ratificam suas presenças nesta dissertação. Honra-me poder ter compartilhado junto a estes dois amigos de suas companhias e sabedorias.

E, por fim, agradeço ao apoio de meus pais, seu Valdir “Dida” e, principalmente dona Cícera, minha confidente e guru espiritual, que me fortalecia com suas palavras

carregadas de sabedoria, pelo enorme apoio, carinho e força que ela me transmitiu durante todo o percurso deste trabalho, não deixando que eu fraquejasse perante as dificuldades encontradas no caminho. E a Andrezza Muniz, namorada e verdadeira companheira que tantas alegrias proporcionou-me, sempre me encorajando e ajudando superar as agruras e a acreditar no meu sonho, pela paciência, compreensão e amor nas horas de dificuldade.

RESUMO

As práticas dos sujeitos sociais revelam formas particulares de sociabilidade e interação e são constitutivas dos diferentes espaços sociais. Este trabalho toma as práticas cotidianas de negociação entre feirantes e fregueses para evidenciar os aspectos simbólicos (gestos, ações e discursos) das interações sociais e das trocas que se desenvolvem nos múltiplos espaços da Feira Central de Campina Grande. Neste sentido, busca se diferenciar de outros trabalhos que analisam as feiras livres no Nordeste a partir de uma perspectiva predominantemente mercantil, em que as relações econômicas são ressaltadas.

A escolha da Feira Central de Campina Grande como lócus da pesquisa para este trabalho justifica-se, em primeiro lugar, pela amplitude de seu significado histórico, econômico e sócio-cultural, não apenas para o município, mas para toda a região do agreste nordestino. Por outro lado, a Feira Central configura-se como um mercado permanente e diversificado, já distante das feiras livres tradicionais, marcado pelas inúmeras contradições resultantes do processo de modernização das redes urbanas nordestinas.

A utilização que faço da noção de negociação, inspirada na obra de Goffman e na perspectiva da micro-sociologia, permite que se analise as ações e representações dos atores sociais e os rituais de trocas que desenvolvem em público. Negociar remete à manutenção de um quadro de impressões e informações, coerentes com as intenções e necessárias a um bom ou positivo desfecho da interação.

As ações dos sujeitos que “fazem a feira”, (atores que participam da construção diária da Feira) tendo seus espaços como palco e cenário para os enredos de negociação, que envolvem trocas simbólicas e mercadológicas, nos permitem compreender a recorrência e/ou manutenção da Feira Central de Campina Grande enquanto lugar de interações sociais, face às especificidades e forças sócio-históricas que clivam seus micro-espaços sem que, no entanto, sejam capazes de desarticulá-los ou desagregá-los.

ABSTRACT

The practices of the people reveal peculiar forms of sociability and interaction and they are constituent of different social spaces. This work takes the daily practices of negotiation between merchants and customers to evidence the symbolic aspects (gestures, actions and speeches) of the social interactions and of the changes that grow in the multiples spaces of the Feira Central of Campina Grande. In this sense, it looks to differentiate of other works that analyze the free markets in the Northeast stating from a perspective predominantly mercantile, in that the economical relationships are stood out.

The choice of the Feira Central of Campina Grande as point of the research for this work is justified in first place for its historical, economical and social-cultural meaning, not just for the municipal district, but for the whole area of the rural Northeasterner. On the other hand, the Feira Central is configured as a permanent market and diversified, already distant of traditional Feiras, marked by the countless resulting contradiction of the process of modernization of the Northeastern urban nets.

The use that I do of the notion of negotiation inspired in the works of Goffman and in the perspective of the microsociology, it allows us to analyze the actions and the social actors' representation, and the rituals of changes that develop in public. The negotiation show us the impressions and coherent information with the intentions and they're necessary to a good or positive ending of the interaction.

The actions of the people that "fazem a Feira" ("make the fair": actors that participate of the daily construction of the fair), have their spaces as stage and scenery for the negotiation plots that involve symbolic changes and of merchadises, it allows us to understand the appeal and/or maintenance of the Feira Central of Campina Grande as place of social interaction face to the specificities and social-historical forces that part their small spaces without disarticulating them or disaggregating them.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	15
CAPITULO I	
Re-visitando os estudos sobre a ocorrência das feiras no Nordeste	23
1.1. Liberdade ou exploração via mercado?	24
1.2. A feira de usina no contexto da grande <i>plantation</i>	27
1.3. Identidade feirante: entre a tradição e a modernidade	31
1.4. Mudanças e resistências espaciais no quadro das feiras camponesas	36
CAPITULO II	
A feira na perspectiva das práticas de negociação	39
2.1. Praticando a feira: as artes do fazer	41
2.2. O caminho metodológico	44
CAPITULO III	
Urbanização, modernidade: elementos para historicizar a Feira Central	51
3.1. As feiras de gado, os tropeiros e as origens da cidade	52
3.2. Modernização e transformações urbanas	59
3.3. A ideologia modernizante e o deslocamento do espaço da feira	62
3.4. Permanências e transformações: a constituição da Feira Central	66
CAPITULO IV	
Espaços e percursos da Feira Central de Campina Grande	71
4.1. O lugar da Feira Central	73
4.2. Os percursos e os múltiplos espaços da feira	79
4.3. O Mercado Central: algumas práticas espacializantes	92
4.4. Os personagens	94
CAPÍTULO V	
As negociações na Feira Central de Campina Grande	111
1.1. Confiança na negociação: práticas significativas em situações de consumo	113
1.2. Situações de trocas: a interação comunicativa	115
1.3. Artes de fazer a feira: Astúcias de negociar	119
1.4. Barganha, o mote para as interações: da negociação ao freguês	123
CONSIDERAÇÕES FINAIS	136
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	140

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Área da Feira Central	76
Figura 2. Principais espaços, logradouros e instituições públicas da cidade	77
Figura 3. Principais feiras de Campina Grande	78
Figura 4. Supermercados, paradas de transportes alternativos, coletivos urbanos e armazéns atacadistas de estivas na área da Feira Central	80
Figura 5. A Feira Central de Campina Grande e suas subdivisões	83

LISTA DE FOTOS

CAPÍTULO IV

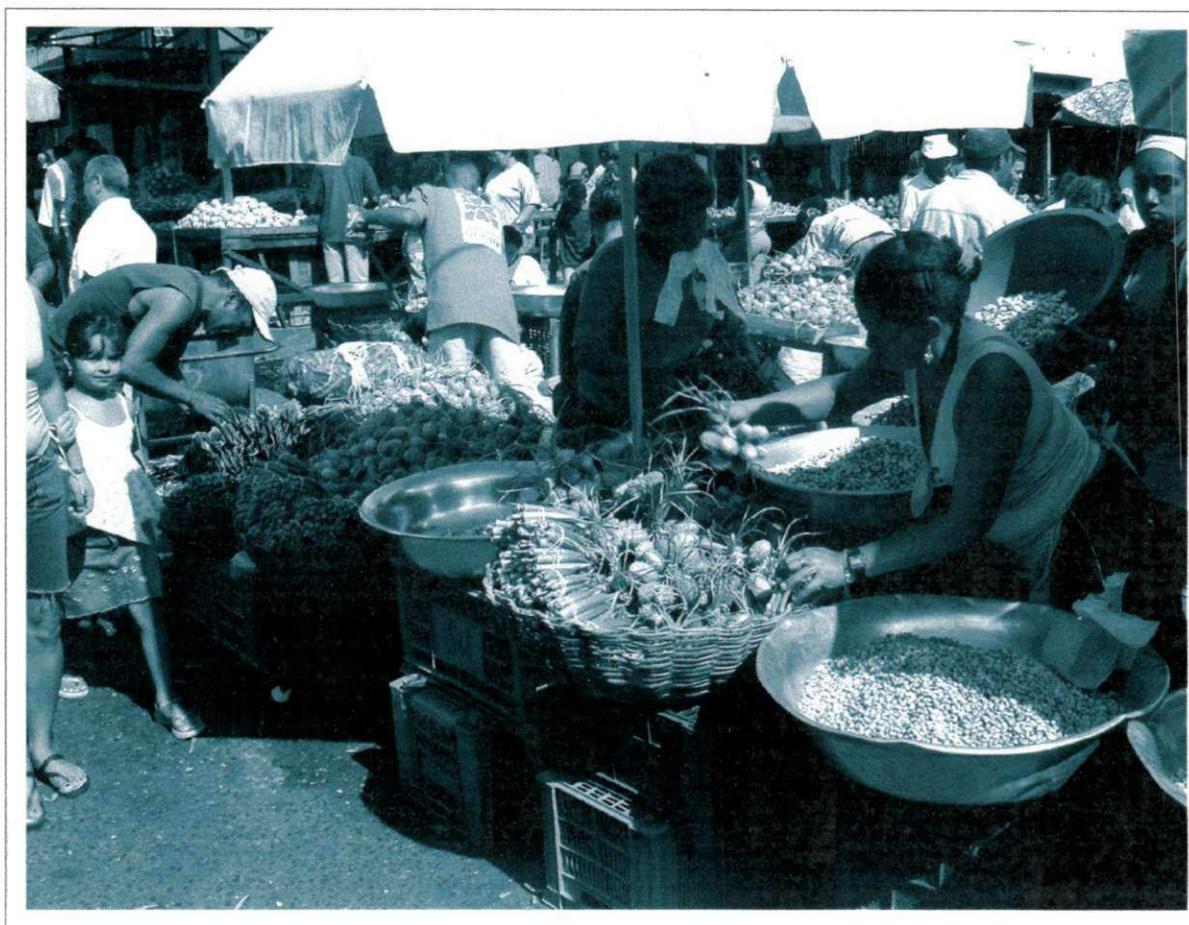
Foto 1 - Vista da fachada lateral externa (leste) do Mercado Central e do setor (principal) da feira de Hortifrutigranjeiros	71
Foto 2 - Trabalho coletivo na Feira	81
Fotos 3/4/5 - Detalhes de maneiras e arranjos de organização da diversidade de produtos	84
Fotos 6/7 - Negociantes de raízes e seus produtos	84
Fotos 8/9 - Negociante de aves da feira de galinhas	85
Foto 10 - Perspectiva de um banco de queijos e doces	86
Fotos 11/12 - A diversidade de flores, cores e aromas traduzem a riqueza da Feira	87
Foto 13 - Arte regional em barro	88
Fotos 14/15 - Criatividade e especificidade local do artesanato regional	89
Foto 16 - Um dos diversos estabelecimentos de lazer e refeição	90
Fotos 17 - A arte regional nos produtos em couro	91
Foto 18/19 - Arte e técnica em manipular instrumentos na arte cotidiana de negociar	94
Foto 20/21 - Personagens na multidão da feira, consumidores e negociantes	95
Foto 22 - Três gerações compartilham o espaço e as práticas de negociar	97
Foto 23 - Seu Antônio e seu banco de verduras	99

Foto 24 - Dona Maria Luzia e sua irmã, duas tradicionais feirantes	100
Foto 25 - O Sr. Josebias em sua barraca de miudezas	103
Foto 26 – Jovem vendedora ambulante	105
Fotos 27/28 – Personagens carregadores e balaieiros	109

CAPITULO V

Foto 29 - A multidão que institui a Feira	113
Foto 30 – Situações de negociação	114
Foto 31 – Processo de negociação	116
Foto 32 – Negócio realizado	118
Foto 33 – Da arte de negociar	119
Foto 34 – A organização e a degustação na Feira	120
Foto 35 - Trabalho e organização espacial	122
Foto 36 – Astúcias para seduzir o consumidor	123
Foto 37 - Lições de experiência	125
Foto 38 - No semblante toda uma vivência de muito trabalho	131
Foto 39 - Vista lateral interna de um setor de supermercado	132
Foto 40 – Intenções negociadas	134

Artes de Fazer a Feira: práticas e representações
de negociação na Feira Central de
Campina Grande (PB)



INTRODUÇÃO

Serra acima está Campina - Grande é a sua feira
Tem gente de toda classe - Da primeira a derradeira
Uns traz fardo na cabeça - No balaio no caçoá
Trouxa, embrulho, saco, cesta - Tudo serve é só pegar
Vem o caminhão roncando - carroceria entupida
De gente que compra, vende - e sofre, mas ama a vida...¹

No conjunto dos trabalhos sobre as feiras livres no Nordeste, esta dissertação busca distinguir-se pelo esforço em tornar manifestas algumas das práticas cotidianas de negociação entre feirantes e fregueses, práticas que revelam formas particulares de sociabilidade e que são constitutivas do espaço - ou dos múltiplos espaços - da feira. Sem deixar de considerar o contexto mercadológico (mais aparente) de compra e venda de produtos, optou-se por evidenciar os aspectos simbólicos (gestos, ações e discursos) das interações sociais e das trocas que se desenvolvem no espaço da Feira Central de Campina Grande. Neste sentido, este trabalho procura “negociar uma passagem no lugar mesmo onde termina o mercado e começam as relações pessoais”², onde o consumo é compreendido como uma busca de significados ou de sentidos, posto que, no âmbito da Feira Central, os produtos assumem o caráter de comunicadores, ou emissores de sinais através e pelos quais os sujeitos (negociantes e consumidores), interagem uns com os outros, ampliando o escopo deste trabalho para além dos circuitos de produção e comercialização.

A escolha da Feira Central de Campina Grande como lócus da pesquisa para este trabalho justifica-se, em primeiro lugar, pela amplitude de seu significado histórico, econômico e sócio-cultural, não apenas para o município, mas para toda a região do agreste nordestino. Por outro lado, a Feira Central configura-se como um mercado permanente e diversificado, já distante das feiras livres tradicionais, marcado pelas inúmeras contradições resultantes do processo de modernização das redes urbanas nordestinas.

A Feira, como lugar privilegiado em que se revela a sabedoria, inventividade e criatividade do nordestino, cristalizada nas imagens da região tradicional, teve que ser

¹ Fragmento retirado do texto para teatro, *A feira*, de Lurdes Ramalho.

² Sigo aqui na orientação de Douglas (2004: 45), tema que será desenvolvido mais adiante.

confrontada, ao longo da escrita deste trabalho, com as ações de seus diferentes personagens com vistas a transformar e a (re)significar objetos e práticas em função das mudanças decorrentes das transformações no espaço urbano, nos gostos e padrões de consumo e nas formas de interação e sociabilidade.

Ao longo de várias gerações, a Feira Central tem respondido às necessidades de abastecimento de considerável contingente populacional da própria cidade e também de sujeitos oriundos de diversas localidades e municípios paraibanos, mantendo, ainda hoje, características peculiares que remetem a tempos áureos de seu devir. São formas de interação social e trocas econômicas cuja história se confunde com a história da própria Campina Grande.

Ocupando uma área próxima ao centro de Campina Grande, a Feira distribui-se por várias ruas, tendo o Mercado Central como núcleo espacial desse complexo mercadológico, conhecido por todos os campinenses como a Feira Central, onde os sujeitos que a percorrem e as ações que desenvolvem, tendo seus espaços como palco e cenário para os enredos de negociação, são considerados, neste trabalho, como objeto (lugar) de análise sociológica, uma vez que, a partir das formas ou manifestações de negociação, que envolvem trocas simbólicas e mercadológicas, é possível se compreender a recorrência e/ou manutenção da Feira como lugar de interações sociais, face às especificidades e forças sócio-históricas que clivam seus micro-espacos sem que, no entanto, sejam capazes de desarticulá-los ou desagregá-los.

As pessoas que cotidianamente percorrem e espacializam, (ou seja, que através de suas ações, práticas, delimitam um território) a Feira Central, é que realmente injetam e distribuem vitalidade, cor e alegria a este lugar, e que, junto com a capacidade criativa e inventiva de interagir (negociar) com o outro, a transformam numa imensa textura social, uma trama tecida em situações de trocas, interações face-a-face, capaz de fomentar uma forma mais duradoura de relação, socialmente reconhecida através do personagem “freguês”.

Em todos os espaços pululam sociabilidades, astúcias de negociar interações e mercadorias, onde negociante e consumidor concorrem conjuntamente, através de suas práticas, para a efetivação cotidiana da Feira. A multidão de sujeitos e suas ações constituem um imenso *bricoleur* móvel e múltiplo de cores e odores que se misturam com os produtos, animais e coisas.

Feirante e freguês ocupam, respectivamente, as linhas centrais deste trabalho, na medida em que as práticas de figuração (impressões) desenvolvidas entre estes

personagens numa situação de interação face-a-face, marcada pela negociação. Negociar remete à manutenção de um quadro de impressões e informações, coerentes com as intenções necessárias a um bom ou positivo desfecho da interação. De outra forma, negociar diz respeito às astúcias discursivas e simbólicas (gestos, expressões faciais, comportamentos) características de uma situação interacional, que tem como centro gravitacional “mote” algum produto.

O ato de negociar não se circunscreve à efetivação da venda de algum produto, num mercado de consumo, mediante o pagamento em moeda corrente. Garcia argumenta (Garcia, 1984:180) que, o “saber negociar” está circunscrito a um quadro que articula e restringe as interações e relações construídas neste espaço, ou seja, a aprendizagem do “negócio” é tratado aqui como “um fato socialmente determinado”.

Na feira, a venda de um produto, muitas vezes, está condicionada à dedicação com que o negociante “apresenta” a mercadoria ao consumidor, garantindo, através da palavra, a qualidade do produto. A confiança do consumidor na narrativa do vendedor está ancorada numa situação de negociação que envolve o produto em questão e a capacidade dos personagens envolvidos em controlar e manipular a situação da melhor forma possível, a fim de que o resultado ou a expectativa sobre a prática da negociação seja positivo e satisfatório, para comprador e vendedor.

A noção de negociação não se refere apenas à realização de uma troca mercantil, com interesse velado no lucro ou vantagem capitalista. Sujeitos negociantes trazem em sua bagagem as astúcias cotidianas do *fazer a feira*, evocando saberes constituídos, agenciando hábitos e costumes, ações e táticas engendradas, e, por vezes, consolidadas nas práticas e interações do dia-a-dia na feira.

Neste trabalho, a prática de negociar na feira é analisada sob a perspectiva da microsociologia e da interação simbólica, onde as ações e representações dos atores sociais, os rituais de trocas que desenvolvem em público, são os objetos de minhas indagações sobre a recorrência/manutenção do lugar sócio-espacial da Feira Central.

Meu interesse não recai sobre a organização da feira e a circulação dos produtos, ou simplesmente na apresentação ou descrição dos principais produtos, representantes de cada setor da Feira, enfatizando sua forma ou qualidade, tampouco busco quantificar o lucro e o volume dos produtos comercializados neste espaço de mercado. Procuo orientar ou ajustar o foco de minha análise, nas formas e práticas simbólicas de interação entre consumidores e vendedores, subjetividades em

negociação, entendendo-as como factíveis de fomentar a permanência sócio-histórica deste complexo mercadológico.

Atualmente, a Feira Central de Campina Grande não encontra mais a multidão abarrotando seus percursos, aparentando um verdadeiro formigueiro multicolorido. Alguns de seus espaços e personagens já desapareceram ou foram substituídos por suas “versões” mais modernas, como os barbeiros conhecidos como “pela-porcos” (substituídos pelos cabeleireiros e seus salões de beleza) e os “balaieiros” (personagem cada vez mais raro no cenário da Feira), sempre dispostos a transportar as compras de algum consumidor por todo seu percurso através da Feira, até sua residência ou ponto de ônibus mais próximo.

Não temos mais na feira a voz dos cantadores, dos conjuntos de forró. São raros os repentistas que se atrevem a versejar na feira por alguns trocados. A arte popular cantada e versada na feira desgarrou-se de um de seus lugares mais tradicionais. Parte significativa da produção cultural, como a poesia popular, é retomada numa nova arena cultural, onde é enaltecida e discutida por estudiosos, produtores culturais e literatos, em teatros e “casas” de poetas repentistas, encarregados de difundir as peculiaridades das culturas locais, em escala global.

Todavia, as interações e as práticas de negociação, abundantes na Feira Central, continuam marcando seus espaços, como significantes referentes de sua importância. Cada sujeito contribui indistintamente para a cotidiana efetivação da feira, com seu lugar social disposto e identificado a partir das ações que desempenham. São verdureiros, marchantes (açougueiros), queijeiros, “sulanqueiros” (vendedores de roupas), “raizeiros” (vendedores de raízes), consumidores, negociantes diversos e distintos em suas atividades.

A cotidianidade recorrente das práticas de negociação, na Feira, expressa seu valor para uma gama de sujeitos oriundos de diversas localidades urbanas e rurais, que abrangem a região de influência de Campina Grande, e que lá encontram a realização de suas necessidades de consumo, através de trocas, materiais (produtos/mercadorias) e simbólicas (trocas discursivas, gestos e ações/comportamentos), sendo as diversas e distintas práticas de negociação, um dos fatores fundamentais para a permanência da Feira nos dias atuais.

A Feira Central é uma instituição que tem no fluxo, na diversidade e na heterogeneidade de seus espaços e de seus sujeitos sociais, os elementos característicos

deste contexto mercadológico, onde trocas de sociabilidades (negociadas) específicas constituem parte central do objeto de minha investigação.

No caso particular de Campina Grande, ainda sob o título de Vila Nova da Rainha (1790), a Feira confunde-se com o seu surgimento³, sendo de importância fundamental, nesse momento histórico para seu desenvolvimento. Destacando-se no cenário paraibano e nordestino, rapidamente a Feira Central de Campina Grande se tornaria um importante centro polarizador do comércio regional que, associado à cultura algodoeira, estruturaria o mercado interno campinense favorecendo o seu desenvolvimento da economia local, devido à sua abrangência e influência.

Considerando as alterações nos códigos de comportamento e conduta social geradas no clivo entre o “tradicional” e o “moderno”, foram de grande valia para mim as leituras e a orientação teórica, encontrada nos estudos de Coulon (1995) sobre a Escola de Chicago⁴, segundo a qual o espaço urbano intrínseco à vida cidadina modernizaria como consequência transformações no comportamento dos sujeitos, produzindo uma fragmentação das formas tradicionais de associação e interação, substituindo relações primárias por novas formas de inter-relacionamento, agora num nível secundário de interação. Assim, a percepção da Feira enquanto lugar de sociabilidades levou-me a abandonar, ainda no início da pesquisa, a perspectiva determinista presente em certa economia vulgar, que compreende o universo da Feira como uma estrutura subordinada e regulada pelos ditames do mercado.

Pretendo então, enveredar por uma perspectiva de abordagem da Feira, ou um outro ângulo possível de percebê-la, tomando como “mote” ou abertura para minhas buscas, a *qualidade* das relações que são engendradas nos seus espaços constitutivos, ou seja, as peculiaridades astuciosas simbólicas (discursivas e gestuais) que permitem a negociação entre freguês e vendedor, partindo do pressuposto de que estas inter-relações constituem o aporte sobre o qual a Feira adquire importância social e sociológica.

³ Diversos autores paraibanos narram e concordam com esta questão, como Epaminondas Câmara: *Os Alicerces de Campina Grande, 1999*; Irineo Joffily: *Notas sobre a Paraíba, 1977*. Estando localizada geograficamente numa posição privilegiada, servindo como parada obrigatória para as caravanas de tropeiros e aboiadores de gado e de ligação entre o sertão e o litoral por diversas vias, o pequeno núcleo urbano já tinha na atividade comercial sua principal fonte de aglutinação social e urbana. Nesse período, a produção agro-pecuária de subsistência, voltava-se para o abastecimento do mercado interno da então Vila Nova da Rainha, que por sua vez realizava um volume considerável de negócios, nos dias de feira de cereais e principalmente de gado, onde “ordinariamente são expostas à venda 1.300 cabeças de gado *vacum*” (Joffily, 1977: 145).

⁴ Designa-se por “Escola de Chicago”, o conjunto de trabalhos de pesquisas sociológicas realizados, entre 1915 e 1940, por professores e estudantes da Universidade de Chicago, tendo como centro de análise, os problemas gerados pelos fatores ou fenômenos citadinos, como as questões sobre migração, criminalidade e delinqüência urbana.

Nos supermercados e *shopping centers* - expressões características da sociedade do consumo de massa - é perceptível a solidão que invade o íntimo dos sujeitos que percorrem os corredores (paredões de prateleiras), com seus carrinhos de compras, absortos nos seus auto-suficientes desejos de consumo. Os clientes dos supermercados não interagem uns com os outros, não discutem juntos os preços dos produtos ou as suas qualidades, impressas nas embalagens, uma vez que esses atributos que informam as características e o valor dos produtos ratificam seus preços e vaticinam seus atributos. O processo de individuação na sociedade moderna pretende que o instante de interação no interior destes estabelecimentos, possíveis de retirar o sujeito de seu confortável estado de solidão, ocorra apenas como consulta a algum funcionário do estabelecimento comercial, para alguma consulta ou tirada de dúvida a respeito de algum produto. A interação entre indivíduos, nos supermercados, assume o caráter de prestação de serviço.

Minha perspectiva analítica procura expor que as relações na Feira (sobretudo sociais), são resultantes das práticas dos feirantes, e não seu termo inverso. Considerando que cada individualidade é o locus onde se amalgama uma pluralidade incoerente e por vezes contraditória de determinações relacionais, meu foco se assenta sobre os modos de operação (ações de negociação) e não diretamente sobre o sujeito feirante (comprador e vendedor) veículo e autor das práticas, e que investem de significado este micro-universo caracterizado como feira livre urbana⁵.

Dessa forma, o capítulo primeiro deste trabalho procura apresentar algumas das principais contribuições de alguns estudiosos sobre a ocorrência das feiras-livres no Nordeste, considerando que parte significativa destes trabalhos, remete o estudo das feiras ao universo camponês, utilizando categorias oriundas da teoria econômica marxista para explicar a organização, circulação e constituição dos produtos e espaços de comercialização. Meu olhar se detém sobre os aspectos simbólicos das interações e relações, entre consumidor e vendedor (negociante) que se engendram neste espaço de trocas.

⁵ Utilizamos aqui a noção de feira livre urbana, partindo da distinção primeira, na qual o princípio analítico observado por Marie France Garcia, que distingue as feiras de usina (no contexto das feiras camponesas) como um espaço gerenciado e controlado pelo usineiro, muito embora seja formalmente ligada a administração do município onde se localiza; das feiras urbanas organizadas em locais públicos e que está sob a administração dos órgãos públicos municipais. A autora acrescenta ainda que, apesar de os dois tipos de feira se prestar ao abastecimento das populações na cidade e no campo, estas não se constituem em realidades homogêneas entre si.

No segundo capítulo, trago uma breve discussão sobre as noções de *práticas espacializantes*, e de *negociação*, enquanto conceitos-chave para o desenvolvimento da pesquisa, a partir das contribuições teóricas de alguns pensadores ligados à perspectiva do interacionismo simbólico e da microssociologia. Este debate norteará toda a construção do meu objeto, na medida em que me fornecem parâmetros conceituais para abordar as ações e as formas de comunicação recorrentes neste universo de trocas. As lições de método me permitiram encaminhar e desenvolver as questões elaboradas para uma abordagem simbólica das práticas cotidianas de negociação entre os personagens, consumidor e negociante, bem como apresentar uma concepção dinâmica sobre a constituição espacial da Feira tomando justamente as ações e interações destes sujeitos, seus *percursos*, como elementos construtores e definidores da dimensão espacial da Feira Central.

O capítulo seguinte é dedicado ao resgate histórico da constituição da Feira, trazendo os aportes de diversos autores que ajudaram a compreender e a pensar a formação da cidade e de sua principal Feira, os elementos sócio-culturais que culminaram com a atual feição da cidade e seus habitantes; os conflitos, tensões e contradições geradas no processo de desenvolvimento urbano, responsáveis pela conformação, na urbe, de valores e costumes provenientes do campo, e os novos códigos “modernizantes”.

No quarto capítulo, trago uma exposição da atual Feira Central enfocando a composição sócio-espacial de seus principais setores, as formas de exposição dos produtos, bem como, as práticas cotidianas de alguns personagens que percorrem e constroem seus caminhos, as astúcias e as artes que envolvem o lidar com produtos e pessoas neste universo de trocas. O foco central das narrativas apresentadas busca sempre, trazer as práticas dos personagens observados, de forma a conduzir a apresentação dos espaços de negociação.

Encerrando a dissertação, o quinto capítulo aborda algumas das práticas de negociação que envolve a interação entre consumidor e negociante, os sentidos atribuídos às formas de comunicação instauradas entre estes, seus gestos, comportamentos e discursos, necessários à compreensão da recorrência da Feira Central. A análise dos sentidos atribuídos às interações (negociações), me permitiu um entendimento mais aprimorado sobre a noção de barganha, do mesmo modo, sobre a constituição do personagem conhecido como freguês. Logo, minha abordagem apresentada neste trabalho, procura resgatar estas dimensões simbólicas contidas nas

relações de negociação, entre os sujeitos que percorrem, praticam e contribuem de maneira efetiva e cotidiana, para a recorrência desta praça de mercado.

CAPÍTULO I

Re-visitando os estudos sobre a ocorrência das feiras no Nordeste

Enquanto fenômeno passível de ser investigado, a feira vem sendo analisada por historiadores, antropólogos, geógrafos, sociólogos e economistas, entre outros especialistas. Sua recorrência, no Nordeste, é tema de trabalhos acadêmicos que ressaltam sua importância para as economias locais, considerando as transformações ocorridas nas relações entre o campo e a cidade.

Alguns desses trabalhos têm como eixo orientador de suas análises a importância da pecuária (feira de gado) e da agricultura familiar ou pequena produção para a consolidação das praças de mercado e das respectivas cidades que cediam esses eventos sociais. Os trabalhos analisados tomam o universo rural como *locus* principal para o questionamento da Feira, enquanto lugar privilegiado para comercialização da pequena produção e como expressão das transformações na relação entre grande proprietário e morador (Vieira, 1980; Garcia, 1984; Galvão, 1994; Andrade, 1994; Pazera Jr., 2003).

Tratando-se do desenvolvimento de uma praça de mercado, é extremamente perceptível a ancoragem ou influência marxista presente em alguns trabalhos sobre feiras no Nordeste (Galvão, 1994; Garcia, 1984). Em outros trabalhos, particularmente naqueles que apresentam uma vertente mais antropológica ou que procuram um suporte etnográfico em suas pesquisas (Pazera Jr, 2003; Andrade, 1994), as discussões sobre as mudanças nos códigos de valores e comportamentos do homem do campo face às reivindicações geradas no contexto citadino giram em torno da noção de mercado e suas derivações macro-conceituais, como modo de produção camponês, capital comercial, economia camponesa e processo produtivo.

Nestes trabalhos, as formas de circulação/distribuição da produção e dos produtos (agropecuários, manufaturados e/ou industrializados) comercializados são apresentadas de maneira a ter sempre o homem do campo como “motor” ou principal protagonista do movimento, que tem a feira como palco e cenário central. A ênfase nas estruturas que moldam os lugares, ou a dificuldade em se escapar ao caráter mercadológico que envolve a noção de praça de mercado, encobre a percepção sobre as ações e representações dos sujeitos que praticam a Feira ou seus espaços.

Mas onde estão mesmo os personagens? O que fizeram das ações socializantes de negociação, das experiências que injetam vida e sentido aos processos que envolvem a troca mercadológica, uma vez que a descrição da organização dos produtos, sua produção e circulação, assim como a renda gerada neste processo, deveriam ser enunciadas a partir do esclarecimento sobre as práticas (ações e representações) que as engendram?

São escassos os trabalhos que buscam analisar os fatores urbanos como fundamentais para a compreensão das interações sociais e das práticas de negociação, na feira, e que incidem diretamente na efetiva construção do lugar/contexto em que estas ações são engendradas.

1.1. Liberdade ou exploração via mercado?

A dissertação de Sulamita Vieira, *Feira: espaço de liberdade ou de ilusões?* (1980), traz uma abordagem sobre a feira enquanto instrumento de apropriação que fortalece o processo de acumulação do capital. Seu olhar incide na circulação de bens agrários oriundos de pequenas unidades produtoras.

Buscando situar a feira dentro da questão agrária, a autora buscou analisar de que maneira a feira, do interior cearense, participa no processo de reprodução do sistema capitalista. Para Vieira, as relações que se processam no espaço global da feira são, antes de qualquer coisa, de caráter estritamente econômico:

A Feira, objeto de estudo nosso aqui, diz respeito à rede de relações que se desenvolvem entre diversos agentes, na dinâmica da economia camponesa, tendo como principal objetivo a compra e venda de produtos agrícolas (...). Nesse sentido, a feira não é somente algo plausível, visualizado numa praça, em determinados dias, mas sim, é um conjunto de relações econômicas, algumas vezes embotadas por uma série de artifícios, o que nos pode levar a, erroneamente, considerá-las como relações "não-econômicas". (Vieira, 1980: 04)

Ela busca analisar quais os elementos que lhes possibilite traçar "ligações da Feira com o sistema global, bem como as suas vinculações com a estrutura de produção" (Vieira, 1980: 08). Como se trata de uma Feira do interior do Ceará (no município de

Itapipoca), o trabalho tem como eixo central uma sociedade tomada como um conjunto dinâmico de relações sociais, situadas num espaço estruturado em classes sociais.

A análise de Sulamita Vieira está diretamente vinculada ao conceito de modo de produção camponesa, à dominação existente entre pequeno e grande produtor e as transformações ocorridas com a quebra dos vínculos de sociabilidade entre morador e proprietário. Nesse sentido, a autora aponta a feira livre como sendo o lugar onde o produtor pode comercializar seu produto com um maior grau de liberdade. Sendo esta liberdade *relativa* (grifo meu) e consequência das alterações na estrutura da relação que unia arrendatário e grande proprietário.

A autonomia ou liberdade do pequeno produtor (arrendatário) na praça de mercado, em face da fragmentação dos laços tradicionais constitutivos da relação morador/latifundiário é confirmada pela autora:

(...) se um pequeno proprietário ou arrendatário consegue se livrar dos empréstimos ao grande proprietário (seja crédito à dinheiro, seja sob a forma de gêneros ou de ferramentas), mesmo tendo que pagar a 'renda' pelo uso da terra, ele será mais 'livre' para vender sua produção. (Vieira, 1980: 87).

Com o afrouxamento dos laços personalizados de reciprocidade e dominação, que caracterizavam a relação entre morador/proprietário, as obrigações entre ambos são substituídas por uma *relativa* liberdade de mercado.

A possibilidade de o pequeno produtor cultivar os bens alimentares de subsistência, retirando-os da parcela de terra arrendada (perante acordo de parceria) do grande proprietário, em troca da força de trabalho e de parte da colheita ou produção, é paulatinamente substituída pela possibilidade de vender o resultado (excedente) de seu trabalho na feira livre, sem que esteja subordinado aos ditames do senhor de usina.

Os produtores/comerciantes, mergulhados numa estrutura de dominação mais geral, e que exerce poder de determinação sobre a estipulação dos preços dos produtos e as formas de comercialização dos mesmos, teriam na feira apenas mais uma maneira de perpetuar a exploração do mercado.

A novidade de Vieira decorre de sua perspicaz metodologia, que associa depoimentos de agricultores e/ou feirantes (característica comum nas abordagens etnográficas) a uma análise histórico-materialista, como âncora na corroboração de suas

afirmativas sobre a subordinação do produtor/feirante a um sistema capitalista, que encontra na produção e na circulação (na feira) de mercadorias as condições necessárias à sua reprodução.

A Feira ou praça de mercado apresentada pela autora está inserida numa macro-estrutura capitalista, à serviço da exploração, produção e dominação da força de trabalho ou mão-de-obra do pequeno produtor que, em decorrência do “barateamento de sua força de trabalho”, não consegue escapar aos imperativos das leis do mercado. A Feira termina sendo, na análise de Vieira, um espaço “condicionado pela dinâmica global do sistema, (...). Assim, os preços não se formam em nível local, mas se definem em decorrência das leis do mercado” (Vieira, 1980: 101).

A autora argumentará, recorrendo ao fatalismo característico de uma análise fortemente ancorada numa perspectiva economicista, que os produtores, uma vez livres das amarras da grande *plantation*, como um paradoxo à liberdade para se comercializar a produção oriunda da pequena propriedade, encontrariam novas formas de dominação, agora advindas da exploração mercadológica.

De acordo com a autora, apesar da liberdade, o produtor/feirante encontra determinados limites para comercializar sua produção, aparecendo como uma concessão, uma flexibilização das regras de mercado ou mais uma maneira fetichista que o capital encontra para mascarar a dominação e a exploração na esfera do trabalho, da produção e da circulação de produtos num contexto de mercado.

Assim, a reforça, “esse intrincado de relações, em que a exploração (no momento da produção e no momento da circulação) é levada a efeito por canais diversos, o próprio sistema deixa escapar certos espaços que, aparentemente, garantiriam uma ‘liberdade’ maior ao camponês para comercializar seus produtos” (Vieira, 1980: 101).

Ocorre que a liberdade discutida no estudo, ou as relações de sociabilidade que se instauram neste espaço complexo de trocas materiais e simbólicas, controladas e enquadradas pelas leis gerais do sistema capitalista, encontram pouco espaço para as astúcias cotidianas ou as diversas formas encontradas pelos sujeitos sociais para se exporem e negociarem suas mercadorias.

A qualidade ou as maneiras através das quais os sujeitos, consumidor e negociante, interagem na Feira, mesmo considerando as regras e padrões de estipulação dos preços no mercado, pode influenciar não só na venda de um produto, mas no

estabelecimento de um tipo de parceria ou relacionamento social entre vendedor e comprador que se caracteriza pela instituição do personagem chamado de “freguês”.

1.2. A feira de usina no contexto da grande *plantation*.

As pesquisas relacionadas às praças de mercado, desenvolvidas pela cientista social Marie France Garcia, a partir de 1972, utilizam um extenso trabalho de campo que resultaria, em 1984, na tese de doutorado em antropologia social cujo título, *Feiras e Trabalhadores Rurais: as feiras do brejo e do agreste paraibano*, deixa entrever seu foco de análise centrado no universo camponês.

Na tese de Garcia, a reflexão sobre a relação da feira (enquanto instituição) e sua importância para a reprodução sócio-econômica trará como corolário a desarticulação das formas tradicionais de relações personalizadas existentes entre morador e proprietário, característica da grande *plantation* e o concomitante desenvolvimento dos mercados ou feiras urbanas.

Garcia, analisando um “circuito” de cinco feiras (nas cidades de Areia, Remígio, Arara, Pocinhos e Barra de Santa Rosa), apresenta a importância destas para a economia local, procura centrar seus estudos nas feiras de usina, situadas na região canavieira do Brejo ou Zona da Mata paraibana e também no Agreste. Seu olhar, incidindo sobre a problemática geral das transformações sociais, no âmbito da usina açucareira, passa em revista uma vasta literatura⁶ sobre as relações sociais, o desenvolvimento e as transformações ocorridas nas feiras ou praças de mercado camponês.

Segundo Mary France Garcia, as feiras escondem realidades sociais distintas por conta das práticas que seus agentes desenvolvem e suas atribuições de significados. Sendo um “lugar de trocas”, a feira também se caracteriza como “um elemento de articulação social, e pode adquirir diferentes significações segundo a estrutura em que se insere” (Garcia, 1984: 04).

A feira garante Garcia (1984: 06), é para os trabalhadores rurais e pequenos produtores “um local privilegiado de abastecimento, de realização do valor da pequena produção e de exercício de uma atividade complementar de compra e venda”,

⁶ Ver Redfield, 1960; Kautsky, 1968; Polanyi, 1975; Smith 1974, Hodder, 1971.

ênfatizando ser a feira-livre urbana “um espaço social”, onde “o trabalhador é mais livre” e “autônomo em relação aos grandes proprietários”.

Lançando mão de um estilo bastante descritivo, a autora apresenta, de maneira peculiar, uma antropologia das relações de dominação (simbólica), ou seja, a forma através da qual o poder do senhor de engenho se expressa. O barracão de usina, nesse sentido, é caracterizado como o *locus* onde o grande proprietário exerce seu controle sobre as atividades dos moradores, que procuram vender sua produção familiar, como afirma Garcia (1984: 04): “os trabalhadores da usina ou de engenhos próximos eram mais facilmente controláveis na feira da usina do que naquelas situadas nas cidades”.

Nas feiras, instaladas nos barracões de usinas, são os grandes proprietários que ditam e autorizam quem negocia no barracão de sua propriedade, o que se negocia e por quanto se vende o produto, dentre outras prerrogativas ou deveres dos feirantes. O trabalho de Garcia permite compreender a distinção básica entre as feiras urbanas, a partir da noção de liberdade de mercado, e as feiras ou praças de mercado camponesas.

A autora apresenta uma etnografia dos produtos na feira, descrevendo suas categorias (cereais, hortifrutigranjeiros, carnes, peixes e manufaturados), seus lugares e condições de exposição ancoradas numa hierarquia de gênero, e a forma de circulação desses produtos, envolvendo diversos meios de transporte (animal, ônibus e carros alternativos), responsáveis pelo transporte de feirantes, intermediários e produtos, refazendo o circuito de feiras entre o Brejo e o Agreste (Garcia, 1984: 73).

Logo no início do segundo capítulo de sua tese, Garcia afirma ser a feira, em sua atualidade, concebida como um evento periódico, realizado em lugar determinado (mercado), e em seu redor, apresentando a partir de distinções e divisões de tempo e espaço, três pontos que correspondem a uma definição funcionalista de feira, como sendo:

(...) principalmente lugares de escoamento e de trocas regionais da produção agrícola de bens de subsistência; de compra e venda no varejo de produtos alimentares e manufaturados; de prestação de serviços. (Garcia, 1984: 57)

Procurando escapar das armadilhas do determinismo econômico, a autora afirma que só pode haver troca de produtos quando indivíduos - ou grupos de indivíduos - realizam estas trocas e que toda relação mercantil é ao mesmo tempo uma relação social. Seu argumento demonstra serem as relações sociais que engendram as práticas

feirantes determinadas em razão da troca que se efetiva, sendo, dessa forma “uma relação construída a partir das próprias transações mercantis” (Garcia, 1984: 69).

A autora chega a sugerir ser “necessário questionar e redimensionar a dicotomia campo/cidade” (1984: 80), ensaiando uma integração entre estas duas dimensões da vida social através da feira, considerando os hábitos relacionados à compra e venda de produtos por sujeitos moradores do campo e da cidade, assim como os diversos tipos de usos e significados que estes atores (feirantes) desenvolvem, tendo a feira como espaço - hierarquizado de acordo com a renda e categoria social – para as práticas heterogêneas de abastecimento doméstico.

Para a autora, através da feira opera-se uma divisão social entre o trabalhador rural e outras categorias sociais, sendo responsável pelo esboço de uma identidade diferencial (alteridade) que não contempla as práticas e o mundo citadinos. Nas palavras de Garcia (1984:117), “é na cidade que os trabalhadores rurais sentem-se matutos”.

Um dos momentos mais interessantes, no trabalho de Garcia e importante para minha pesquisa, referem-se à definição e discussão sobre a noção de negociar, introduzida no capítulo III e desenvolvida no capítulo VI, que, apesar de não ser específica ao universo da feira, expressa claramente seu ponto de vista sobre as relações aí desenvolvidas e estabelecidas, assim como o caráter social atribuído às trocas mercantis, para a qual, “negociam na feira todos que comprem regularmente produtos para revender em busca de uma renda.” (Garcia, 1984; 96)

Mais adiante em seu trabalho (cap. VI), a autora chama a atenção para a questão da experiência nas práticas de negociar ou para “montar o negócio”, sendo de importância capital “para aprender a negociar” na feira. (Garcia, 1984; 173)

Na concepção de *negócio* da autora, a participação do consumidor desaparece ou não é questionada como integrante dos processos interativos na feira, não participando do êxito econômico dos vendedores negociantes. Dessa forma, “a afluência maior ou menor a um dado ponto se relaciona, neste caso, apenas à sua localização ou a qualidade dos produtos oferecidos, fatores que criam o hábito de frequência a certo vendedor” (Garcia, 1984; 173).

Vivenciar as distintas circunstâncias da feira, estar na feira, quer comprando, quer negociando, passeando, olhando, prestando determinados serviços, são elencados como elementos fundamentais para o negócio prosperar, uma vez que, fornece condições para maximizar a utilização dos fundos de que dispõe o vendedor, beneficiando-se da rede de relações construídas e disponíveis na feira.

O saber negociar (principalmente alimentos), fica restrito ao universo do produtor/negociante, “sobretudo dos trabalhadores rurais, que lidam com eles na produção e, portanto, conhecem bem as fontes de abastecimento e as técnicas de conservação” (Garcia, 1984: 96). Dispensando a participação do consumidor na construção do saber negociar, a autora discorre sobre as artimanhas e as múltiplas técnicas de apresentação do produto. Conhecimentos restritos e específicos a um saber prático cotidiano, a exemplo do “marchante”, responsável pela compra, abate e esquartejamento do animal (boi, bode, porco, etc.) em diversos pedaços menores que indicam sua qualidade.

A autora procura extrair das histórias de vida dos informantes, um *nexo explicativo* para a aprendizagem do *negócio*, enquanto “um fato socialmente determinado” voltado à maximização do lucro e, que encontraria nas “redes de relações pessoais”, o êxito para a prosperidade nos negócios. (Garcia, 1984: 180)

Garcia não se compromete em problematizar a utilização do termo *negociar*, tampouco questiona a negação ou rejeição dos próprios negociantes, quanto ao seu pressuposto de um saber negociar ancorado num cálculo racional e estritamente mercantil. Não procura analisar e interpretar a própria narrativa de seus informantes, considerando ser o consumidor o objeto principal da relação de troca que se institui e não o produto em si, mas conforma-se apenas em descrever suas palavras (dos vendedores) segundo as quais, a atribuição de seus sucessos nos negócios “remete ao acaso, a um dom da natureza, parte de uma história individual (...) uma estrela do negócio.” (Garcia, 1984: 180/181)

Termos adjetivados como compromisso, honestidade, lealdade e confiança, são utilizados por Garcia para ratificar o saber negociar dentro de um quadro que articula e restringe as interações e relações construídas neste espaço às potencialidades (forças) e condições de acesso, a padrões ascendentes de renda e poder econômico, concernentes com as práticas de negociação. Nesta dissertação são os fatores econômicos que orientam e fomentam as relações, instituindo cálculos racionalizados que concebem valores sociais como um “crédito” ligado à noção de honra e moral capazes de fornecer ao negociante “nome na praça”. Para confirmar sua concepção quanto ao valor do negócio, para o vendedor, a autora toma a citação, segundo a qual: “A lealdade, no sentido que lhe damos aqui, só se torna uma possibilidade e uma necessidade a partir do momento em que o conjunto da economia se resolve em uma série de relações contratuais, desprovidas de todo caráter pessoal. Em outros termos, a

moral que nos interessa aqui é a moral dos contratos e das convenções” (Sombart, *apud* Garcia, 1984: 179).

Neste trabalho, utilizo a discussão sobre a noção de negociar ou negociação, considerando-o antes de qualquer conjectura, como uma maneira ou prática de interação entre consumidor e vendedor. Mesmo considerando a negociação a partir da noção nativa (próprio das relações na feira) dos vendedores, a concepção que adotamos sobre as negociações que envolvem negociante e freguês, as compreende como formas de comunicação eminentemente simbólicas. Dessa forma, são as interações entre consumidor e vendedor que informam a feira enquanto lugar de sociabilidades.

1.3. Identidade feirante: entre a tradição e a modernidade

Emprestando à sua análise um tratamento antropológico, a cientista social Maristela de Oliveira Andrade apresenta um estudo fortemente descritivo sobre a Feira Central de Campina Grande, contribuindo sobremaneira para ampliar o debate a respeito das feiras nordestinas, quando procura descrever, de forma criteriosa, os aspectos socioeconômicos, seus personagens (feirantes e fregueses, “balaieiros”, prostitutas, etc.) e produtos, bem como suas formas de organização espacial classificadas como frações da feira (feira de peixe, feira de verduras, de mangaio, etc.).

Por outro lado, seu trabalho torna-se provocativo ao fomentar a discussão sobre a construção de uma identidade social regional, num contexto de mudanças e tensões, engendradas no choque entre o tradicional e o moderno. De maneira geral, a construção de uma identidade feirante está associada a uma identidade regional delimitada a partir das características particulares ao meio ambiente que, por sua vez, seriam responsáveis pela manutenção de costumes e valores ligados a uma dada tradição cultural local, um jeito de ser que se remete ao universo camponês:

Assim a identidade que emerge na comunidade compreendida pela região de Campina Grande, está portanto inserida num certo modo de ser sertanejo. Daí a importância da feira, por constituir-se num espaço privilegiado aonde eram vivenciados, exercitados e atualizados os elementos que compõe este modo de ser sertanejo (...). (Andrade 1994: 40)

Entretanto, devido a diversos problemas no decorrer da pesquisa, a autora acaba optando “por construir uma visão panorâmica da Feira Central de Campina Grande” (Andrade, 1994: 06). De acordo com os argumentos teóricos de Andrade, a construção de uma identidade social (regional) seria interrompida quando da substituição paulatina de valores e costumes camponeses, bem como das funções econômicas que tinham na Feira o centro comercial de toda a região.

No trabalho de Andrade (1994), a modernidade urbana, expressa principalmente pela ampliação da malha rodoviária (responsável pela descentralização de Campina Grande, como centro abastecedor regional), e pela consolidação do pólo universitário na década de 1970 (UFPB e URNe, atualmente UEPB) traria consigo uma nova concepção urbanística, valores e costumes citadinos, ou seja, a racionalização e apropriação pela modernidade dos bens simbólicos e materiais considerados tradicionais a uma cultura específica, bem como sua adequação à uma sociedade de consumo que se desenvolvia.

O confronto com o “novo” a partir da introdução de novos parâmetros, paulatinamente estabelecidos, considerando os códigos de conduta e sociabilidade gerados pela urbanização, bem como as peculiaridades e contradições características aos processos de mudança na comunidade campinense, provocaria uma perda de referencial e a reorganização da orientação identitária regional, em face de uma “assimilação rápida de elementos estranhos a essa tradição cultural” (Andrade, 1994: 44).

Para desenvolver seu texto, a autora procura, inicialmente, construir um conceito de Feira, seguindo a tipologia sugerida pelos pesquisadores americanos Bohannan e Dalton que, estudando a ocorrência de mercados em diversas sociedades africanas, apresentam uma classificação de sociedade e mercado dividido em três tipos básicos: 1) as que não possuíam mercado; 2) as cidades onde existe mercado local, porém o princípio de mercado não está presente; 3) e aquelas denominadas pelo princípio de mercado (Andrade, 1994: 06).

Os antropólogos acima citados concordam ter a maioria dos mercados africanos características de mercado local ou periférico, onde apenas uma parcela dos víveres de consumo cotidiano doméstico da comunidade participa do sistema de trocas, sendo este tipo de mercado regido não apenas por uma lógica econômica, mas também por uma função social ancorada na busca por possibilidades de contatos sociais (Andrade, 1994: 06-07).

Andrade afirma ser a Feira Central de Campina Grande distinta do padrão das feiras analisadas, pela abrangência de sua influência econômica, sendo que as peculiaridades encontradas nos mercados periféricos africanos aproximar-se-iam mais das pequenas feiras rurais nordestinas.

Acredito ser o fato chamado de “barganha”, exposto a partir da dissertação de Paulo Monteiro Galvão⁷, um dos momentos mais importantes do texto de Andrade, embora não tenha sido do seu interesse desenvolvê-lo na pesquisa. Esta questão será retomada em minhas investigações como sendo a característica mais importante, inerente (mas não exclusiva) a essas formas de praças de mercado, segundo a qual “a barganha seria um reflexo da mobilidade ou flutuação dos preços nos mercados tradicionais e feiras, atribuído ao caráter perecível da maioria dos gêneros alimentícios comercializados na feira” (Andrade, 1994: 08).

As descrições de Andrade, em alguns momentos, remontam às imagens de infância referentes à “grandiosa feira”, deixando-se perceber, em sua narrativa, certo tom bucólico e saudosista, como apresenta o fragmento de seu texto:

Antigamente, ela exibia uma atmosfera agitada e animada, por um ir e vir constante de fregueses seguidos por seus balaieiros, carregando balaios cheios de provisões alimentares semanais de suas famílias (...). Hoje os fregueses não são mais os mesmos, ou seja, aqueles pertencentes às camadas mais favorecidas, de melhor condição financeira, já não se abastecem na feira, preferindo os modernos e bem sortidos supermercados (...). Da feira como centro do abastecimento alimentar das famílias, restaram os fregueses mais pobres, entre os quais boa parte proveniente dos sítios localizados nas proximidades da cidade. (Andrade, 1994: 14)

Todavia, a maneira descritiva utilizada em sua etnografia traz em seu texto diversas expressões de caráter valorativo, em meio à exposição dos setores, sujeitos, serviços e produtos, comercializados em seus espaços, assim como suas formas de organização. As descrições de alguns dos setores ou espaços constitutivos da feira são repletas de qualificações e adjetivações, como denuncia esta passagem sobre a feira de carne e de peixe:

⁷ Galvão, P. F. M., A feira-livre de João Pessoa: Evolução e mudanças sociais (período 60\90) – João Pessoa, Dissertação de Mestrado, MCS/UFPB, 1994.

Na primeira, predomina um odor adocicado e repugnante de carne fresca e de sangue, responsável pela atração de um séquito de habitantes incômodos como as moscas e os cachorros famintos e de aspecto miserável, rondando à espera das sobras imprestáveis à comercialização. Além do odor desagradável esta parte da feira é também precária em relação às condições de higiene, sendo ainda visualmente feia e bizarra, em virtude dos corpos esquartejados dos animais (...). A feira de peixe não apresenta o mesmo visual macabro da anterior, mas em compensação exala também cheiro desagradável, mostrando-se igualmente ou mais atrativa em relação às moscas. (Andrade, 1994: 15)

O trecho acima não expressa apenas as impressões colhidas em campo, característica inerente à pesquisa etnográfica, mas também uma postura particular, uma valoração em relação às formas específicas de disposição dos feirantes. Ao descrever alguns setores da Feira, a pesquisadora utiliza uma forma narrativa eivada de termos depreciativos e inadequados a um relato etnográfico, considerando o debate sobre a relação identidade e tradição. Nesse sentido, a forma como encaminha as suas inferências no texto, não contribui para a aproximação de sua descrição da Feira e a fundamentação teórica da identidade tradicional, deixando escapar a possibilidade de se questionar as condições materiais e sócio-econômicas que interferem diretamente nas estratégias de apropriação dos espaços da Feira e sua (des)organização.

Andrade (1994) percebe a importância de se desenvolver uma tipologia dos sujeitos feirantes, classificando seus usuários, suas respectivas atividades e espaços de organização/atuação, bem como os produtos e serviços. O “componente humano” da Feira é apresentado ancorado em categorias ou segmentos distribuídos entre fregueses, feirantes, funcionários, balaieiros, carregadores, cantadores e animadores da feira, mendigos e prostitutas.

Embora não correlacione as possibilidades de constituição dos espaços da Feira às práticas de seus protagonistas, nem traga depoimentos desses *feirantes*, no que diz respeito à construção de sua identidade, as descrições de Andrade (1994) mostram uma riqueza de características, importantes para se compreender a composição e a dinâmica existente nas práticas que fornecem sentido ao *jeito de ser feirante*.

Apoiando-se no embate entre tradição/modernidade, a autora pretende dar conta da constituição de uma identidade social, a partir da influência que a Feira proporcionava a toda uma comunidade compreendida pela região de Campina Grande.

Essa identidade seria construída seguindo parâmetros conceituais de permanência e unidade associados às noções de territorialidade e temporalidade que, ancoradas numa certa tradicionalidade dos valores e costumes oriundos das características particulares ao meio ambiente, seriam historicamente responsáveis pelo processo de diferenciação da identidade cultural da comunidade feirante, expressa nos “elementos que compõe este modo de ser sertanejo, inconfundível no seu falar característico, num gestual e num trajar próprios, bem como nos seus hábitos tradicionais de consumo, estabelecendo aí uma espécie de território da cultura sertaneja” (Andrade, 1994: 40).

Deixando transparecer certo “tom” saudosista em todo o corpo de seu trabalho, Andrade (1994) constrói sua noção de identidade social fundamentada em função da importância e influência exercida pela feira, num dado contexto sócio-histórico, centrada na tradição de certos costumes e valores, uma forma específica de (ser)tanejo. Essa identidade estaria fadada à sua desarticulação ou desagregação, face ao desenvolvimento e avanço das forças e imperativos da modernidade, uma vez que o choque entre o tradicional e o moderno provocaria uma ruptura nestes costumes arraigados nos sujeitos, ou seja:

(...) a comunidade compreendida pela área de Campina Grande e sua zona de influência, estaria vivendo uma crise de identidade motivada pela substituição paulatina de sua função econômica de pólo comercial pela função de pólo universitário. (Andrade, 1994: 40)

Sem procurar argumentar sobre a perspectiva teórica, utilizada para construir o conceito de identidade social, Andrade (1994) toma a feira como lugar/expressão da manutenção dos costumes sertanejos ou advindos do campo, que hoje estariam sendo paulatinamente esvaziados.

A partir da apreciação do trabalho de Andrade, considero toda identidade social⁸ construída a partir do sentimento de pertença do sujeito à identidade requerida e, nesse sentido, a posição referencial e social do sujeito em face de sua alteridade e as formas de interações sociais engendradas por ele, que por sua vez o localizam dentro de determinado grupo social.

Esse sentimento de pertença a determinado grupo, associação, facção, etnia, cultura ou classe, não está circunscrito necessariamente ao desenvolvimento de uma

⁸ Para uma maior compreensão a respeito do debate sobre identidade cultural em condições de pós-modernidade ver Hall, Stuart, 2002 e 2003; Bhabha, Homi K, 1998.

consciência de identidade, mas ao conjunto de representações, discursos e informações que diversos sujeitos podem emitir sobre uma dada pessoa ou identidade específica.

A identidade social que toma como centro de irradiação o universo da Feira Central de Campina Grande deve levar em consideração os processos de mudança nas práticas dos sujeitos sociais em espaços determinados que, em última instância, tendem a se ajustar às orientações e às transformações sócio-espaciais, demandadas pelo desenvolvimento modernista e urbanista.

Sendo a cidade o lugar da integração social, mas também o de fluxo cultural, a Feira corresponde certamente a um desses espaços de fluxos culturais, onde todas as identidades se misturam e se distinguem, em função das práticas que realizam, e dos espaços que instituem.

Assim, as identidades construídas em processos específicos de tensão, inerentes ao confronto de matrizes culturais distintas, são re-significadas em função da manutenção de suas práticas sócio-espacializantes, de modo a se adequarem às transformações sócio-culturais sem perderem, mas re-significando os elementos característicos da identidade cultural.

1.4. Mudanças e permanências espaciais no quadro das feiras camponesas

Seguindo a perspectiva teórica orientada para a ocorrência das feiras camponesas nordestinas, no contexto mais geral das transformações no campo, a tese de doutorado (Geografia Humana) de Eduardo Pazera: *A Feira de Itabaiana – PB: permanência e mudança*, representa um dos trabalhos mais interessantes e atuais sobre a questão da permanência das feiras no interior do Nordeste e os processos de mudança gerados no choque entre o campo e o desenvolvimento da modernidade urbana.

Sua perspectiva incide sobre a necessidade de se compreender as transformações recentes na dinâmica das feiras camponesas do Agreste paraibano, especificamente na cidade de Itabaiana. Para tanto, Pazera (2003) sustenta a hipótese de que as transformações sócio-espaciais, ocorridas no âmbito da Feira de Itabaiana, com o advento da modernidade, tiveram como corolário a desintegração desta praça de mercado fazendo como que os elementos representativos de um modo de ser camponês,

fossem re-configurados para atender às demandas oriundas das novas necessidades exigidas pela vida urbana.

Assim, Pazera apresenta a Feira de Itabaiana, como um lugar onde os pequenos produtores lutam pela sobrevivência, revendendo produtos, tentando adquirir meios para garantir a alimentação de sua família. Essa relação entre os comerciantes (pequenos produtores) e a Feira surge como conseqüências de uma estrutura fundiária desigual, responsável pela concentração da terra, na forma de latifúndios e empresas rurais, bem como de relações de trabalho baseadas na exploração do homem pelo homem.

Porém, segundo Pazera, a questão unânime dentre todos os seus entrevistados, refere-se à informação, através da qual, afirmam preferirem o trabalho na roça, do preparo à colheita, ao trabalho na feira, uma vez que esta é muito agitada e corrida, favorecendo muito risco de prejuízo, e ainda argumentam seus informantes feirantes que, precisam “brigar” pelo freguês, gritando mais alto e fazendo “negócio” para vender no mínimo a metade do que levou à feira, senão “não vale a pena” o trabalho na feira.

Contudo, apesar das transformações promovidas pelo desenvolvimento urbano e as reivindicações da modernidade, a Feira de Itabaiana, segundo Pazera, não perdeu suas características particulares mais importantes, enquanto lugar de abastecimento privilegiado para uma categoria populacional menos favorecida economicamente, seja do campo ou da cidade.

Enquanto lugar de sociabilidades, a feira encontra nas práticas espacializantes, referentes à negociação de produtos e afinidades, sua re-significação e adequação às reivindicações da modernidade. Na feira de Itabaiana, o consumo advindo com a modernidade demandaria uma crescente diversificação de produtos destinados à comercialização (agropecuários, manufaturados e industrializados).

Apesar da diversidade e da especificidade de certos itens encontrados nas feiras, os principais motivos que levam os consumidores a esses mercados livres ainda é o costume, e fazem dessa permanência um hábito constante. Expressando a postura teórico-metodológica do autor, a análise dos processos de mudanças ocorridos nas feiras está diretamente concatenada com a evolução dos espaços agrário e urbano municipais, envolvendo, assim, um contexto mais amplo de transformações do capitalismo. A feira aparece “como espaço de reunião cotidiana e de manifestações coletivas onde produtos são expostos com possibilidades de barganha e troca” (Pazera, 2003: 88).

Para Pazera (2003), os costumes transmitidos pela experiência não são apenas uma expressão “conservadora do passado”, mas uma forma característica de

“resistência” aos ditames de uma cultura voltada para o consumo de massa. Entretanto, na feira tudo se mistura e tudo se transforma o que a caracteriza como um espaço marcado pela diversidade e pelos contrastes, sejam eles, sociais, culturais ou econômicos. A Feira de Itabaiana, à parte o seu valor material, reconhecido desde o século XIX, tem revelado uma função cultural integradora da comunidade que a produz, tanto que contribui para a formação de uma identidade regional bastante expressiva.

A modernização e o consumo nas feiras estão sempre a exigir diversificação de produção de bens materiais e não necessariamente identificação com a região. Neste processo modernizador, a feira se enche de produtos para agradar o consumidor. Apesar da diversidade e da especificidade de certos itens encontrados nas feiras, os principais motivos que levam os consumidores a esses mercados livres ainda é o costume, e fazem dessa permanência um hábito constante. Além do interesse na compra do produto, há um outro, latente (imaneente?), resultante da troca de experiências consolidadas na afinidade social e cultural. O “dia de feira” é um acontecimento social, principalmente no interior, onde não se faz apenas o comércio.

Pazera encaminha suas observações e questões sobre as recentes transformações na Feira de Itabaiana, associadas às mudanças no contexto mais geral e estrutural da sociedade, propondo uma possibilidade de análise referente à resistência das feiras face à proposta de homogeneização dos mercados e do consumo.

CAPÍTULO II

A feira na perspectiva das práticas de negociação

Longe de pretender fazer uma análise da Feira Central de Campina Grande, que desconsidere a importância que a produção agropecuária, costumes e valores sociais provenientes do campo, tiveram para o seu desenvolvimento e consolidação. Considero, todavia, serem as práticas feirantes, objeto de nosso estudo, importante instrumento para compreensão da constituição dos espaços de trocas simbólicas e mercadológicas. Uma maneira factível de explicação sobre a dinâmica que envolve as ações cotidianas de sujeitos ordinários, que tornam a feira efetivamente um espaço social e culturalmente praticável.

Longe de almejar adentrar numa crítica às teorias que abordam a feira, utilizando o contexto rural como eixo central de análise, busco aqui evidenciar – sem querer cobrir possíveis brechas, falhas ou lacunas nos termos dos trabalhos visitados – os fatores urbanos e as diversas e distintas formas de se apropriar dos espaços constituintes da feira, uma vez que é na cidade o lugar onde se encontram os elementos culturais e sociais responsáveis por transformá-la não apenas numa praça de mercado, mas numa verdadeira rede constituída de práticas de sociabilidades.

Considerando as transformações nos espaços citadinos (e rurais) advindos com a nova ordem modernizadora e urbanística, procuro fazer referência, neste trabalho, às práticas de negociação na Feira, aos processos de modernização urbana e sua influência na manutenção/re-significação de costumes como elementos importantes para realização e permanência da feira, enquanto *locus* de práticas socializantes.

Este estudo contempla o atual lugar da Feira Central de Campina Grande, estabelecido a partir de 1941⁹, tendo como objetivo central a análise sobre a dinâmica das práticas cotidianas de negociação entre sujeitos, numa situação de interação em co-presença, tomando essas práticas como construtoras dos *espaços*¹⁰ e dos sentidos

⁹ A feira foi transferida definitivamente, para o atual espaço onde se encontra, em agosto de 1941, na administração do então prefeito Vergniaud Wanderley, quando passou a ser mais conhecida como Feira Central.

¹⁰ O conceito de espaço utilizado neste estudo é retirado da obra de Michel de Certeau: *A Invenção do Cotidiano* - 1994, para quem “o espaço é um cruzamento de móveis. É de certo modo animado pelo conjunto dos movimentos que aí se desdobram. Espaço é o efeito produzido pelas operações que o orientam, o circunstanciam, o temporalizam e o levam a funcionar em unidade polivalente de programas conflituais ou de proximidades contratuais.” (Certeau, 1994: 202).

atribuídos à noção de *se fazer a feira*, uma vez que, “praticando a feira”, - ou seja, negociando ações, gestos, linguagem, comportamentos e bens (produtos) - os sujeitos participantes investem este lugar de significado(s).

Corolários da questão central, esta dissertação pretende mostrar que é possível se construir uma abordagem da Feira Central de Campina Grande que, considerando o caráter economicista de uma praça de mercado, encontre nas práticas simbólicas de negociação entre os sujeitos que a invadem, um dos principais fatores de interação e efetivação deste micro-universo, transformando as esferas do econômico e do social em ingredientes de uma vivência e não os reguladores desta.

A efetivação ou construção dos espaços da Feira, concebida a partir das ações de troca ou negociação entre sujeitos em co-presença, recoloca a questão da constituição de uma identidade social (feirante), uma vez que a dinâmica das práticas ritualísticas aqui engendradas, fomenta relações mais estáveis ou duradouras entre sujeitos distintos, mas com papéis sociais convergentes ou contratuais, no que se refere à realização de seus interesses e/ou necessidades de negociação e consumo, característicos do cotidiano de uma feira livre.

Um dos maiores expoentes do interacionismo (corrente sociológica), Anselm L. Strauss, elabora uma definição de identidade dinâmica associada ao desempenho de diferentes papéis articulados a experiências específicas de vivências em mundos sociais particulares. Rejeita, dessa forma, uma visão estática de identidade estabelecendo relações relevantes entre biografias e processos sociais, trajetórias particulares e estrutura social situando-as, sobretudo, numa perspectiva histórica, percebendo os indivíduos como sujeitos e objetos de processos mais amplos. Esta perspectiva (Strauss, 1999: 15) busca identificar e apontar caminhos para lidar com diferentes níveis de realidade, enfatizando suas dimensões cognitivas e comunicacionais.

Quando um consumidor e um vendedor se encontram, não estão em jogo suas respectivas questões/posições sobre quem e o que eles são no que se refere à situação de troca que se instaura. Isso não significa que todas as questões de identidade recíproca estejam expostas, mas apenas que ambos (consumidor e vendedor) sabem quais de suas possíveis identidades, que seus possíveis ‘eus’ têm a probabilidade de entrar nessa situação desempenhada.

A autorização (gesto de consentimento ou chamamento) para um processo de interação, exige o compromisso de ambos os participantes relativos ao bom desempenho

do outro. O compromisso com a manutenção da interação pode ser rápido, como algumas situações na feira, porque a ação é temporária, mas o envolvimento dos participantes é fortemente comprometido. Estar envolvido com o desempenho e o curso da ação “é cuidar dela, preocupar-se, identificar-se com ela” (Strauss, 1999: 57).

Na Feira, a identidade social é construída numa relação de alteridade com o outro. Relação que, colocada sob o risco das contingências, está sempre eivada de tensões e conflitos, muitas vezes disfarçados no jogo das intencionalidades, num não-querer querendo; interesses criados e colocados no campo da negociação dialógica, associados aos gestos e costumes consolidados no cotidiano de trocas que representa a feira.

Considerando os vetores modernizantes que costumam os espaços, valores e atitudes dos sujeitos, as identidades seriam re-organizadas ou re-significadas no sentido de adequar as práticas aos modos de vida e às exigências da sociedade moderna. Nesse contexto de fluxo social intenso, as práticas feirantes de negociação não obedecem a uma ordem pré-estabelecida e exterior ao dia-a-dia da feira, seus percursos não seguem uma ordem mercantil normatizadora, mas se constituem a partir das regras próprias de sociabilidade, engendradas no âmbito das ações que espacializam a feira.

2.1. Praticando a feira: as artes do fazer

Neste estudo, a noção de negociar expressa um duplo sentido e uma dupla perspectiva sobre uma forma de interação social, inserida num contexto específico de mercado. De acordo com essa concepção, o primeiro sentido atribuído à noção de *fazer a feira* remete a ação de algum sujeito (consumidor) que se encaminha a uma praça de mercado, com o objetivo (ou intencionalidade) orientado para o abastecimento doméstico de alimentos e outros produtos.

A concepção da Feira enquanto lugar destinado ao comércio de produtos (fazer compras), em sua maioria para consumo doméstico, expressa e reforça a preeminência dos fatores de mercado na orientação das relações consideradas, nesta perspectiva, de caráter predominantemente economicista. Nessa forma de conceber o processo pelo qual a feira se efetiva, não é possível localizar as práticas dos sujeitos em negociação,

não se apreende ou se percebe as experiências, as subjetividades envolvidas e responsáveis pela realização, ou não, da troca mercadológica.

Não compreende, por exemplo, o ritual cotidiano de preparação/instalação dos bancos e organização dos produtos, como constituintes do cenário onde o enredo das trocas simbólicas e mercadológicas ocorre. Não aponta os valores, costumes e saberes dos negociantes, sua criatividade e a sua resistência às transformações neste espaço de mercado como elementos fundamentais, não só para a realização da troca produto/dinheiro, mas para a própria recorrência e manutenção sócio-econômico e espacial da feira.

O segundo sentido atribuído à noção de se fazer a feira, que dará o mote ou orientará o desenvolvimento de minha pesquisa, toma a noção de *fazer*¹¹ como sinônimo de praticar. Formas de ação que criam e recriam uma espacialidade. As práticas cotidianas de negociação na feira se organizam em modos ou maneiras de fazer, através de ações táticas de produção de sentidos avaliados e compartilhados nas operações de trocas que, ao se apropriarem de formas distintas e, por vezes, conflituosas do lugar da feira, o realizam.

A perspectiva analítica assumida neste estudo busca construir uma abordagem da Feira como um evento social e sociológico, detendo-se nas práticas não mercantis (simbólicas) das trocas efetivadas em seus diversos espaços. Evidencio aqui, aquelas *artes do fazer*¹² (Certeau 1994: 139) a feira, que envolvem negociações dialógicas ou discursivas num rico e peculiar processo interativo entre seus principais personagens (consumidor e negociante), bem como, algumas maneiras distintas de praticar (gestos e comportamentos) os espaços\cenários da Feira, fornecendo-lhe os múltiplos aspectos, cores e formas constituintes de seus sujeitos, espaços e produtos.

Na Feira, a intercomunicação entre consumidor (freguês) e vendedor (negociante), tomado como embate dialógico em função do reconhecimento do produto

¹¹ Criticando a racionalidade cientificista que trata isoladamente teoria e prática. Certeau (1994: 141) argumenta em defesa das artes do fazer: "Ao contrário, esse resto, abandonado pela colonização tecnológica, adquire valor de atividade 'privada', carrega-se com investimentos simbólicos relativos a vida cotidiana funciona sob o signo das particularidades coletivas ou individuais, torna-se em suma a memória ao mesmo tempo legendária e ativa daquilo que se mantém à margem ou no interstício das ortopraxias científicas ou culturais".

¹² Certeau (1994: 139) toma a definição etnológica apresentada por Durkheim ao problematizar a operatividade da noção de arte, para o qual "Uma arte é um sistema de maneiras de fazer que são ajustadas a fins especiais e que são o produto ou de uma experiência tradicional comunicada pela educação, ou da experiência pessoal do indivíduo".

(suas qualidades e origem) e da determinação final de seu preço, confirmada na noção de barganha ou pechincha, está no centro de minhas análises sobre estas práticas de negociação. Nela, a arte de pechinchar (ou negociar) o valor do produto em questão, as astúcias da conversação entre vendedor e consumidor, que qualifica ou deprecia o (bem) objeto do embate, faz parte da encenação ou representação em função da defesa de seus interesses, (diretamente relacionados ao produto/mediador da interação).

Enveredar por estas redes de sentidos compartilhados e negociados que instituem a feira, e descobrir as práticas sub-reptícias que vão articulando os micro-espacos (feira de carne, galinha, peixe, hortifrutigranjeiros, etc.), costurando relações de confiança, reciprocidade e afinidade, mas também de tensões, conflitos e inseguranças, podem revelar outras faces dessa mesma realidade, os aspectos simbólicos da troca, as nuances gestuais que me possibilitem, através da análise sociológica, uma compreensão mais abrangente sobre a natureza das interações realizadas neste lugar de vivências e sociabilidades. O momento que caracteriza e simboliza a troca, a permuta dinheiro/mercadoria, não é capaz de desvendar as distintas formas de se apropriar dos espaços, estabelecendo percursos e praticando sociabilidades que não são só peculiares, mas investem de sentido a feira.

Ao escolher olhar por baixo, buscando outras possibilidades de explicação para o fenômeno da Feira, não estou negando a influência dos fatores econômicos sobre o objeto em análise. Neste estudo, sigo na contramão das teorias visitadas que abordam o mesmo tema, tratando as práticas, como enunciados ou como uma texturologia¹³ que precisa ser lida nas entrelinhas, para se compreender (parcialmente) sua trajetória.

O caminho trilhado pelas práticas feirantes (ações de negociação) coincide com a recorrência da própria Feira, uma vez que a dinâmica das relações sociais aqui construídas e reconstruídas, transformam e mantêm este espaço, já que, os sujeitos que espacializam seus caminhos (da feira), compreendem e decidem participar dos códigos e regras que orientam suas representações e atuações numa situação de *interação face-a-face*¹⁴. Na Feira as intenções de consumo e venda, são mediadas por situações

¹³ Segundo Michel de Certeau, podemos tomar as descrições orais de lugares, como “operações sobre os lugares, os relatos exercem também o papel cotidiano de uma instância móvel e magisterial em matéria de demarcação” (Certeau, 1994: 207).

¹⁴ O conceito de *interação face-a-face*, desenvolvido por Erving Goffman, é apresentado na obra de Gastaud (2004: 54), como sendo “a influência recíproca dos indivíduos sobre as ações dos outros quando de sua presença imediata. Na obra de Isaac Joseph, a noção de interação face-a-face, é definido como sendo “uma estrutura de socialização fundamental, não como equivalente comportamental da

particulares de trocas ou negociação que, por serem tão característicos desse espaço, passam despercebidos ou irrelevantes nos estudos que abordam essas praças de mercado.

Emprestando voz às ações desses sujeitos e a suas trajetórias, estamos privilegiando os aspectos simbólicos das trocas (gestos, comportamentos, discursos, formas de organização e negociação de produtos e espaços) como constituintes da dinâmica das práticas de negociação. Estou confirmando sua importância sociológica para os estudos sobre modernidade e mudanças no espaço urbano.

A Feira apresentada em meu estudo certamente não é aquela dos urbanistas, uma vez que seu espaço é qualitativamente diferenciado, ou seja, apropriado e definido no jogo das relações sociais ou trocas simbólicas. Acredito, portanto, estar contribuindo com esta pesquisa sociológica para um conhecimento mais plural e aprofundado sobre as práticas de negociação na Feira Central de Campina Grande.

2.2. O caminho metodológico

Desenvolvo ao longo deste trabalho, acompanhando o caminho metodológico proposto por Certeau (1994)¹⁵, uma possibilidade de abordagem sobre a constituição da Feira Central de Campina Grande, adotando como objeto principal de análise as práticas cotidianas dos sujeitos ordinários. Formas de comportamento sub-reptícias que habitam a feira, utilizando-a para satisfazer suas expectativas de trocas. São *artes de fazer a feira* que, num contexto sócio-cultural de consumo, assumem uma *criatividade* dispersa, tática e bricoladora presente nas práticas feirantes.

intersubjetividade, mas pela presença ativa do público (testemunha, espectador ou participante). Ela é que mobiliza essa linguagem das aparências cuja fórmula seria: 'A natureza mais profunda do indivíduo está a flor da pele: a pele dos outros'" (Joseph, 2000: 49).

¹⁵ Brillhante pensador francês, Michel de Certeau não pretende fornecer, em sua teoria, um mapeamento detalhado das ações cotidianas. ao contrário, procura esboçar uma teoria das práticas, apontando algumas maneiras de pensar as práticas cotidianas dos consumidores, tendo como ponto de partida a hipótese de que são do tipo tático, ou seja, sua principal característica é a ausência de um lugar próprio, uma operação não planejada pela ordem urbanística e por isso não autorizada, uma subversão da ordem das coisas, da ordem dos espaços (Certeau, 1994: 46/49).

Tomar as práticas espacializantes (artes de negociar na Feira) como campo de investigação envolve, então, uma mudança de postura metodológica no que diz respeito à análise das ações e representações (discursos) de vendedores e consumidores, o que implica na observação e acompanhamento do cotidiano de alguns personagens negociantes, assim como o registro das situações de interação/negociação entre estes e seus potenciais fregueses, peculiar a este lugar de trocas.

Praticar não se restringe à idéia de produção material ou manuseio de alguma (objeto) mercadoria. Práticas não dizem respeito apenas a trocas econômicas, minha percepção das práticas está para além de uma relação material (econômica) e funcionalista entre consumidor e vendedor. Nesta perspectiva, as esferas do econômico e do social são ingredientes de uma vivência, e não os reguladores dessa vivência. A produção do espaço (social) da Feira e as diversas formas de interação entre os agentes feirantes propõem uma outra maneira de se pensar e abordar a Feira a partir de uma lógica tempo-espacial, de organização das tarefas, experiências (e vivências) dos sujeitos que a efetivam praticando-a.

O cotidiano expressa a dimensão da vida “produzida social e historicamente”, trata do “vivido” ou “da experiência, do praticado e do concebido” (Lefebvre, 1974)¹⁶, numa perspectiva singular e especificamente delineada. Ou seja, o cotidiano delimita tempos, espaços e interações particulares a um determinado modo de vida. Então, o que resulta das ações (táticas) ou dos modos de fazer e das representações (simbólicas) produzidas e expressas pelos indivíduos, denomino de *práticas feirantes*.

A Feira Central é concebida, neste campo de visão, como um espaço existencial, um lugar praticado, onde o cotidiano não se restringe apenas à compra de mercadorias. E, mesmo neste caso, a venda de um produto representa a última etapa (ou fase) de um conjunto de práticas de sociabilidades e vivências que transformam o cotidiano da feira, numa dimensão tempo-espacial da vida social dos sujeitos que a frequentam.

¹⁶ Na obra de Henri Lefebvre: *La production de l'espace*, o autor propõe uma definição do espaço socialmente produzido, tomando-o como síntese de três momentos distintos: sua materialidade (a concretude do espaço, das construções e conjuntos arquitetônicos, com as quais nos habituamos no dia-a-dia), sua concepção (planejamentos, urbanismo, adequação) e sua vivência cotidiana. Procurava assim superar a dicotomia entre o empírico e o conceitual na relação com o espaço.

Na Feira, o consumidor¹⁷ seleciona seus percursos, participa e consome de maneira diferenciada os produtos, códigos e costumes característicos desse lugar de trocas, vivenciando-a de forma individual e singular. Situações repletas de contradições, tensões e conflitos, trajetórias particulares que só têm em comum o fato de se reportarem a estes espaços para satisfazerem suas expectativas de consumo. O consumo na Feira caracteriza-se por um querer submetido à situação de interação, onde os bens negociados¹⁸ são tomados como elementos constituintes e mediadores do sistema de trocas que se instaura.

Os processos de sociabilidade na Feira correspondem, em Simmel¹⁹, a *play-form* (forma lúdica) da associação, uma vez que, estando relacionadas a interesses e necessidades específicos dos sujeitos em interação (negociante e consumidor), precisam de um “salvo conduto”, uma autorização para sua efetivação. São acordos implícitos de aceitação de normas simbólicas constituídas nas práticas cotidianas de negociação, às regras de reciprocidade mantidas e atualizadas no dia-a-dia de trabalho próprias dos espaços constituintes da Feira.

Momentos de trocas simbólicas, de relações negociadas, de trabalho árduo, mas também de lazer, “os momentos e seus homens”, e não, “os homens e seus momentos” (Goffman, *apud* Joseph, 2000), situações de ajuda mútua (reciprocidade) em tarefas que exigem demasiado esforço físico ou mesmo o ‘empréstimo’ de algum produto ao negociante vizinho para que possa realizar sua venda e os desejos do freguês, são indicativos de situações em que as associações na Feira, para além de seu caráter concorrencial e mercadológico, são fomentadores de formas específicas de sociabilidades, fundamentais para uma compreensão deste espaço de trocas, como argumenta Simmel:

Mas acima e além de seu conteúdo específico, todas essas associações estão acompanhadas por um sentimento positivo, por uma satisfação pelo próprio fato de se estar associado a outros e de a solidão do indivíduo ser resolvida através da proximidade, da união com outros. (Simmel, *Apud* Velho, 1986: 13).

¹⁷ De acordo com a cientista social Mary Douglas, “Devemos conceber o consumidor como escolhendo segundo suas preferências entre certos objetivos; decidindo mais ou menos como o empresário decide entre meios alternativos de alcançar esses objetivos. As mercadorias que ele compra são em sua maior parte melhor de alcançar os fins e não os fins em si mesmos.” (Douglas, 2004:119)

¹⁸ A noção de interação negociada ou *negociação*. Goffman (1985) é utilizada neste trabalho para referir-se às formas simbólicas de comunicação em co-presença, que constituem o arcabouço fundamental para as situações de interação face-a-face.

¹⁹ Ver em Gilberto Velho, 1986.

De fato, Goffman, assim como Simmel, compreende o mundo social como sendo o produto emergente das ações dos indivíduos, um processo ou “evento” onde a sociação consiste de indivíduos que orientam, modificam e influenciam uns aos outros, ou parafraseando Simmel, sociação é “estar um com o outro, um pelo outro, um contra o outro”.

O método da microssociologia, proposto nos estudos de Erving Goffman (1985) e Michel de Certeau (1994) me forneceu instrumentos importantes para adentrar e interpretar as práticas ordinárias dos sujeitos que percorrem os espaços da Feira, e que por vezes, se propõem a encontros, momentos circunstanciais de trocas simbólicas e materiais que, expressos na experiência cotidiana, encontram sua regularidade e sua organização próprias.

A observação das práticas, através das quais os atores espacializam e efetivam a Feira, demonstra que eles procuram reconhecer e julgar as situações de trocas, definindo condutas apropriadas para o bom resultado da intercomunicação ou negociação que se desenvolve. As interações de curto prazo, característico do universo de trocas linguísticas ou discursivas e trocas materiais, é o que torna a Feira um lugar de práticas espacializantes.

Na medida em que as lentes da microssociologia se prestam a fazer a sociologia das ações que circunstanciam e engendram os espaços da Feira Central de Campina Grande, procuro ajustar o foco dessa poderosa “lente” para captar justamente as astúcias ou *artes do fazer*. São práticas bastante recorrentes neste lugar de mercado, mas que, distintamente da natureza e da forma como se processa a venda de produtos no atual comércio varejista (seguindo determinações, regras e padrões de consumo ditados por instituições reguladoras e fiscalizadoras), são corolárias de um tipo específico de sociabilidade, posto que é fomentado e/ou negociado no âmbito de uma tradicional praça de trocas mercantis.

Práticas cotidianas, geradas e desenvolvidas num espaço plural de significados e intenções, colocadas à exposição pública, sujeitas aos riscos ou interferências das contingências que fazem da Feira Central de Campina Grande um lugar habitado e, possivelmente, razão de sua permanência enquanto lugar de compra e venda no varejo de produtos, em sua maioria, para a satisfação de necessidades domésticas.

Todo esse repertório se constitui numa maneira de abordar as interações ordinárias, as práticas de consumo de bens simbólicos e materiais, interrogando-as sob a qualidade de sua pertinência (a interação dialógica que a instaura) na situação, as astúcias que evidenciam a oportunidade (negociações, consumos e sociabilidades) e seus desdobramentos.

Na Feira Central de Campina Grande, aspectos reveladores de uma ordem interacional, orientada pela experiência cotidiana, estão diretamente relacionados com situações face-a-face (interações simbólicas) e as conversações que possibilitam a realização das trocas entre sujeitos co-participantes dessas práticas dirigidas às trocas de bens simbólicos e materiais.

Minha pesquisa procura considerar as peculiares formas de interação observadas no contexto (espaço) da Feira Central de Campina Grande, para revelar a recorrência das práticas espacializantes, ou seja, as formas (astúcias) simbólicas (gestos e narrativas discursivas) capazes de aproximar sujeitos e construir laços de afetividade entre os personagens freguês e vendedor.

A possibilidade de barganhar ou pechinchar o preço do produto; de se escolher, através da interação (negociação), não só o produto que deseje consumir, mas recorrentemente, o vendedor feirante com o qual se firmará relações de camaradagem, instituindo formas específicas e recorrentes de sociabilidades que enchem de brilho e alegria a feira, uma procissão de sujeitos trocando e consumindo bens, são fatores ligados à tradição sócio-espacial dinamicamente interligados pelos fios invisíveis das relações sociais.

Saio da multidão, recurso necessário, sem deixar a Feira. Procuo observar situações de co-presença que, em seu contexto, estabelecem formas distintas de interações de curto prazo. Na Feira, a compra de determinado produto pode concorrer para a instituição de laços de afinidades, amizades e compadrio entre negociante e consumidor, enquanto elementos definidos ou tecidos na trama cotidiana dos negócios. Modos de sociabilidades considerados sob a perspectiva apresentada, a tônica que investe de significado as práticas feirantes.

A intercomunicação dialógica que é instaurada entre consumidor e negociante, (enquanto formas de interação neste espaço público), envolve uma troca de saberes práticos sobre o produto a ser consumido. Esse intercâmbio comunicativo, em face da situação de negociação criada, é necessário não apenas à realização da troca, mas ao

reconhecimento das características referentes à qualidade e origem do produto, bem como o estabelecimento de seu preço final, negociado a partir das condições sócio-espacializantes e da bagagem cultural e simbólica acionada por cada um dos participantes em co-presença, ou seja, por cada um dos sujeitos em *interação focalizada*²⁰.

No mesmo curso metodológico, o interacionismo simbólico²¹ pode contribuir para a construção dos procedimentos e questões de caráter teórico-prático, constitutivo do processo de pesquisa, uma vez que permite perceber as condutas simbólicas dos feirantes no espaço imediato de uma interação do tipo *face-a-face*, instituído por suas práticas sociais. Busquei desvendar o sentido inscrito na linguagem simbólica ou captar a dimensão social do sentido, através da interpretação de algumas das práticas feirantes, da observação participante e das entrevistas semi-estruturadas.

A observação participante nos possibilita apreender o contexto – utilizei imagens fotográficas como auxiliar no registro de expressões simbólicas, situações singulares de prática feirante e dos espaços constitutivos da Feira - onde os sujeitos (pesquisados e informantes) estão inseridos e, através de um *olhar interessado*, alcançar os gestos, atitudes e comportamentos que indiquem percursos. O que pressupõe a constituição de um *modus operandi*, uma maneira ou formas distintas de se apropriar dos espaços da Feira, e que fossem significativos para a pesquisa. A observação participante serve como instrumento para o constante vaivém entre o “interior” e o “exterior” dos fatos: por um lado, captando o sentido de ocorrências e gestos específicos, através da empatia; de outro lado, recua, para situar esses significados em contextos mais amplos.

As noções de tempo e espaço são de fundamental importância para uma compreensão das estratégias discursivas e das ações táteis que sujeitos particulares projetam nos espaços da Feira, seguindo um movimento que, - não podendo ser determinado por uma força de fora - elabora seus percursos e enredos a partir das próprias experiências espacializantes, investindo de significados as trajetórias feirantes.

²⁰ Goffman define a interação focalizada como sendo “um processo de comunicação ligado à cooperação de dois ou mais indivíduos que tentam manter um mesmo foco de atenção gerando seu ‘tônus interacional’ e evitando a expressão de uma ausência ou de uma hostilidade no ajuntamento em questão.” (Joseph, 2000).

²¹ Goffman (1985) apresenta a noção de interação simbólica, em sua obra *A Representação do Eu na Vida Cotidiana*, como sendo um compartilhamento entre atores sociais, de expectativas recíprocas, num encontro face-a-face, onde a presença de outra pessoa no instante da interação influencia o curso da ação.

Partindo deste pressuposto, entendo que negociantes e consumidores ajustam suas expectativas de venda e consumo à própria dinâmica interna que envolve as relações engendradas cotidianamente nestes espaços de trocas.

Nesta pesquisa, concebo os espaços constitutivos da Feira Central de Campina Grande como uma criação cultural, uma maneira singular de lidar com produtos e pessoas, que em função da dinâmica sócio-espacial gerada neste ambiente mercadológico, transforma-o num espaço de vivências e sociabilidades. As ações táticas espacializantes, efetivada pelos sujeitos praticantes da Feira, fornecem os instrumentos ou dispositivos simbólicos (preferências, gestos mímicos ou teatrais, *arte discursiva*, etc), que me permitiram compreender e explicar a Feira Central, buscando com a pesquisa (re)construir o sentido inscrito na negociação (interação simbólica), captando sua dimensão social, através da interpretação de algumas das práticas feirantes.

Nesta perspectiva, os espaços da Feira Central são concebidos enquanto cenários móveis de ações distintas (artesanato, hortifrutigranjeiros, carnes, peixes, etc.), fundamentalmente baseados em táticas simbólicas e práticas discursivas, construídas a partir das trajetórias cotidianas neste espaço, o que remete a certa tradição nos costumes e nas práticas espacializantes. Por outro lado, essas práticas, sendo de caráter tático, não obedecem a uma ordem pré-estabelecida, constituindo-se a partir das regras de sociabilidade inerentes à dinâmica das interações que se desenvolvem neste lugar de trocas, proporcionando por seu turno, recursos necessários para a manutenção das práticas feirantes, através de uma adequação e/ou resistência às condições de mudança social (num contexto mais geral), que, exerce influência direta sobre a recorrência da Feira Central.

Urbanização e modernidade: elementos para historicizar a Feira Central de Campina Grande

Essa vontade, esse anseio de ser Nova Iorque que Campina Grande tem (...). Essa característica de entreposto, de eixo, de 'carrefour', de cruzamento do Nordeste. Cidade que recebia fluxos de todas as regiões. A cidade da feira, a cidade do mercado, a cidade do negócio, a cidade onde tudo se troca, tudo se vende, tudo tem valor e nada tem valor. Quer dizer, já símbolo da modernidade (...). Essa volatilidade, essa capacidade de tudo ser e tudo não ser ao mesmo tempo – típico do cosmopolitismo que Campina Grande tem (...)²²

Lugar de mercado, Campina Grande é a segunda maior e mais importante cidade do Estado da Paraíba; com uma população estimada em 365 mil habitantes, sendo 95% moradores da zona urbana²³. A cidade vem experimentando todas as transformações, contradições e tensões sociais inerentes ao processo de urbanização e modernização que caracterizou o início do século XX em todo o Brasil.

Notável pelo rápido desenvolvimento urbano e comercial (comparado com outras cidades do interior do nordeste, no mesmo período de 1920/50), Campina Grande construiria, em 30 anos, o status de importante centro comercial regional impulsionada pela feira, pelo desenvolvimento da cultura do algodão, e subseqüentemente, ancorada pela instalação da estrada de ferro Great Western (1907), que propiciaria o surgimento de novas formas de comunicação com outros Estados do Nordeste.

Desde cedo, por sua história, a Feira Central de Campina Grande evidencia uma ligação muito estreita com a cidade, confirmando sua pretérita vocação como empório comercial regional. A Feira, considerando as especificidades sócio-econômicas apresentadas, esteve presente no cotidiano de grande parte da população (urbana e rural) de Campina Grande, fazendo parte de seu desenvolvimento urbano e comercial, sendo,

²² Gilberto Gil, em entrevista ao jornalista Rômulo Azevedo.

²³ Fonte: IBGE (2003).

~ ~ ~ ~ ~

em seus primórdios (1864/1910), o ponto de partida, interseção e fomento desse processo.

Nesse ínterim, em Campina Grande, imperava os usos e abusos de poder político por parte das facções compostas pelas elites (comercial e agrária), onde as querelas e desmandos políticos excluíaam e marginalizavam sócio-espacialmente, moradores e pequenos comerciantes em função do “embelezamento” da cidade e dos egos de seus governantes. Entretanto os deslocamentos, ambigüidades e “silêncios”, gerados no desigual processo de modernização/urbanização, realizado entre as décadas de 20 e 50, não foram suficientemente capazes de desarticular ou desagregar as ações voltadas para as possibilidades de trocas ou consumo de bens mercadológicos e simbólicos, que se realizava e desenvolvia nos espaços (ruas) centrais da cidade.

3.1. As feiras de gado, os tropeiros e as origens da cidade

Até finais de século XIX, a auto-suficiência da fazenda e dos engenhos, na produção do necessário para a manutenção da grande propriedade (com seus moradores) e da casa senhorial, representava um pequeno núcleo onde se produzia tudo quanto fosse necessário à alimentação e sustento da família patriarcal. A pequena indústria caseira (com sede na fazenda), produzia desde gêneros alimentícios, como a farinha de mandioca, a carne de sol ou charque, a rapadura de engenho, aos parques móveis de madeira rústica que proporcionavam algum conforto aos moradores da casa grande, além de ser também na fazenda que se costuravam as vestimentas dos senhores e seus familiares.

Na Paraíba, essa condição criava dificuldades para o estabelecimento do pequeno comércio ou feira-livre, uma vez que, as primeiras experiências ou ocorrências de feiras, surgiram vinculadas à estrutura de dominação que o latifundiário impunha ao arrendatário, forçando-o a comprar os produtos vendidos no barracão ou na feira instalada em sua propriedade.

De acordo com Marie France Garcia (1985), com a derrocada do poder do senhor de engenho, na Paraíba, os trabalhadores rurais puderam negociar e comprar produtos nas feiras das cidades ou na “rua”, onde existia um maior grau de liberdade para comercializar os produtos oriundos da pequena produção familiar.

Por outro lado, o esforço representado pela *empresa tropeira* e pelas manadas de rebanhos bovinos, destinadas às feiras, enfatizam suas contribuições ao processo de povoamento dos núcleos urbanos, comunidades e vilas. Durante as longas rotas até atingirem o seu destino final, os tropeiros eram obrigados a realizar diversas pousadas para se abastecerem de provisões e víveres e descansar da árdua jornada que castigava homem e animal²⁴. Esses primeiros lugares de pousada e trocas, provenientes do tráfego tropeiro, receberam importante colaboração dos comboios de gado, que atravessavam o interior do nordeste com destino às feiras, contribuindo assim para ligação entre o litoral e os núcleos populacionais do interior nordestino.

Nesse sentido, o economista Roberto Simonsen²⁵ em sua obra *História Econômica do Brasil 1500-1820*, informa que a partir do séc. XVIII, diversas feiras de gado começam a se expandir no país. Segundo Simonsen, a importância atribuída aos transportes sobre o lombo dos burros, seria o motivo que fez surgir essas feiras de gado, uma vez que os “tropeiros” ligavam regiões distantes transportando não apenas mercadorias, mas também difundindo informações trazidas dos grandes centros comerciais ou cidades (Simonsen, 1944: 274). Foram os tropeiros que, aproveitando as rotas, trilhas e caminhos deixados pelas bandeiras, penetraram nos sertões e cariris paraibanos, transportando e negociando mercadorias entre as regiões e pequenos núcleos urbanos (geralmente gêneros alimentícios de primeira necessidade).

Nesse contexto, é historicamente notória a importância que a pecuária assume, na constituição da rede de estradas que, atravessando o Nordeste, interligava não só o sertão e o litoral, mas também uma gama de localidades, através do deslocamento de grandes rebanhos bovinos. Como afirma Carlos Studart Filho:

(...) Quebrando a monotonia daquelas ermas estradas setecentistas, surgiram, assim, ranchos, vendas e bodegas, primeiras manifestações de muitos hodiernos povoados sertanejos (...) E o rancho estradeiro, onde os tangedores de gado recobram alento para a nova caminhada, e as

²⁴ Para uma compreensão das condições de viagem do tropeiro e seus animais, *conf.* Freyre ao mostrar que “quando os tropeiros retiravam as cangalhas dos animais, viam-se em muitos deles feridas que iam até os ossos. Resultado de longas viagens por maus caminhos, sem que os homens se preocupassem com os animais” (Freyre: 1998: p.499).

²⁵ A obra *História Econômica do Brasil 1500-1820*, de Roberto Simonsen, destaca as feiras de Sorocaba, em São Paulo, considerada uma das mais importantes da época; Sant’ana, Curralinho e Candeúba na Bahia; Itabaiana e Brejo de Areia na Paraíba; Campos de Santana e São Cristóvão no Rio de Janeiro.

vendas que lhes refazem as parcas provisões de víveres, transmudam-se, a pouco e pouco, em lugarejos, que ainda hoje guardam fundos traços de sua remota origem. (Studart Filho: 1966: 153-154)

No caso específico do surgimento da feira e da cidade de Campina Grande, a participação da pecuária foi fundamental para o seu estabelecimento, enquanto lugar de trocas, como afirma a antropóloga Maristela Andrade, para quem “na medida em que esses pousos foram se tornando lugarejos voltados para atender as necessidades dos tropeiros, foram surgindo feiras para o abastecimento local de uma população em crescimento” (Andrade, 1994: 11).

Corroborando com as afirmativas sobre a importância do gado e dos tropeiros para o surgimento da feira e da cidade de Campina Grande, o historiador paraibano Elpídio de Almeida, confirma:

Campina Grande não era simplesmente um pouso, um lugar de descanso para os animais e tropeiros. Mas a estalagem, a parada obrigatória, o ponto terminal de longa caminhada. Aqui se operavam as permutas, as trocas comerciais. Vendiam-se os produtos do sertão, principalmente algodão, couros e queijos e compravam-se as mercadorias para o abastecimento das zonas secas, em maior quantidade, gêneros alimentícios, de preferência rapaduras e farinha de mandioca.

Entretanto, a fazenda pecuarista seria apontada como a principal responsável pelo período de estagnação social que a então Vila Nova da Rainha (futuro Município de Campina Grande) atravessaria, até meados de 1860 quando, ancorada nas tradições do regime patriarcal, a sociedade vivenciava os valores e costumes de um cotidiano, baseado na produção e exploração das riquezas que a terra podia proporcionar.

A fazenda ou a “casa”, em contraste com a Vila ou a “rua”, era o lugar do privado, da abundância de víveres e dos bons costumes. Era da fazenda que emanava o poder e o controle político das oligarquias rurais, representando nesse sentido o epicentro da vida social camponesa. Segundo Câmara, era costume dos fazendeiros “vir à ‘rua’ apenas em caso de necessidade”. A Vila era o lugar do suprimento de demandas, que a fazenda não oferecia; o local do comércio e paulatinamente, com a chegada dos

“Doutores Bacharéis” também se tornaria, o lugar da política e dos costumes “ditos” civilizados.

Ainda enquanto termo de Vila, o núcleo urbano não tinha despertado para sua vocação como importante entreposto de trocas de mercadorias, informações e vivências. Poucos eram os atrativos que a Vila podia proporcionar ao fazendeiro, ao viajante grande comerciante ou ao tropeiro, destacando-se a feira de gado e posteriormente a de cereais, que em dias determinados injetavam alguma efervescência social ao pequeno núcleo urbano. Contudo, de acordo com Câmara, a Vila estaria imersa numa pasmaceira, o lugar da degradação social e dos valores morais patriarcais, que só poderia ser superada com a intervenção dos grandes fazendeiros a partir do interesse pelos acontecimentos e costumes citadinos. Nas palavras de Câmara:

A vila de Campina, esse agregado de casinhas mal construídas, de aspecto triste, habitadas por gente humilde e semi-analfabeta, com uma vida social rotineira, de bate-papos e cochichos, de muito jogo de azar e pouca instrução. (Câmara:1999: 78)

Câmara registra de maneira bucólica e romântica o fascínio e a atração que a vida na fazenda representava nesse contexto (primeira metade do séc. XIX) patriarcal ruralista:

A abastança, a vida ao ar livre, o ingênuo primitivismo de certos costumes, as danças, os brinquedos de prendas, as novenas, as procissões, as pescarias, o queijo fresco, as apartações, a umbuzada, a canjicada, a coalhada, o requeijão, o mel de abelha, a panelada etc., etc., tudo se fazia num ambiente deleitável, num ambiente de pureza e de ternura, de simplicidade e de inocência. (Câmara, 1999: 84)

A velha e atuante oligarquia latifundiária resistiria aos encantos e fascínios que a modernidade e o progresso urbanístico traria com o advento das cidades. Neste ínterim a Vila nada ou pouco podia oferecer aos “forasteiros” que chegavam advindo dos vários cantos da Paraíba. Os parques atrativos que tinha (a feira de gado, as novenas e festas sacras), não eram suficientemente interessantes, para despertar no fazendeiro e no pequeno agricultor, vontade ou necessidade de instalar moradia na Vila.

Os fazendeiros percebendo o potencial intelectual e político que detinham os “novos” bacharéis da cidade, o que poderia comprometer sua ostentação e seu poder, ancorado no latifúndio agropecuário, acorreram logo a apoiar (econômica e

moralmente), junto com os comerciantes mais abastados, mascates e a nova elite intelectual que conquistara também prestígio político, o desenvolvimento urbanístico/arquitetônico da cidade. Afirma Câmara:

O fazendeiro campinense, depois de renunciar à ojeriza que votava à vila, concorreu numa escala mais vantajosa que o negociante para o desenvolvimento urbanístico da mesma (...) (Câmara, 1999: 80)

No século XIX, às formas de dominação no meio rural nordestino, expressas na relação entre o grande latifundiário e seus moradores, irão sofrer transformações substanciais que, ao romper com “alguns” laços de dependência no campo, promoverão uma explosão demográfica e o conseqüente desenvolvimento das cidades.

Independente das características climáticas e a rusticidade do meio físico-geográfico, o sujeito tinha agora que se adequar aos ditames provenientes da cidade sob pena de ser considerado arcaico e de emperrar o progresso da civilização. Como confirma Freire:

Daí os próprios senhores de engenho e fazendeiros mais opulentos não se apresentarem nas cidades senão vestidos burguesmente de sobrecasaca e cartola e burguesmente calçados de botinas. De chapéus de couro do sertão ou de palha grosseira, do tipo dos ouricuri, de sapatos do tipo, também rústico, de Aracati, quem se apresentava nas cidades era o matuto o roceiro, o criador sertanejo de cabra, o dono de engenho pequeno, homens a seu modo senhoris mais prejudicados, em sua condição de senhores, pelo seu excessivo arcaísmo. Os simples matutos e roceiros, os moradores “de engenhos grandes, os pequenos lavradores e criadores, os caipiras, estes as cidades tiveram de lhe impor suas modas de trajo, tal a insistência deles em se apresentarem aos olhos burgueses de camisas por fora das calças, à moda sertaneja ou caipira. (Freire, 1998: 384)

A formação e posterior desenvolvimento de diversos núcleos urbanos, no interior do nordeste, esta diretamente ligada à dinâmica das mudanças que se desenvolviam no âmbito dos valores e comportamentos tradicionais, através da qual se definiam as relações (de dominação) no campo, face às transformações geradas paulatinamente pelo avanço da modernidade capitalista.

Nesse sentido, podemos compreender a formação da configuração sócio-histórica que resultaria na constituição de Campina Grande, enquanto *cidade-mercado*, a partir do confronto entre múltiplas forças oriundas dos costumes e valores comuns ao meio rural e às novidades que o comércio e o meio urbano ofereciam.

Para essa nova sociedade que se erigia, sobre os escombros da velha sociedade patriarcal (alicerçada nas oligarquias rurais), fazia-se necessário a instauração de uma infra-estrutura econômica e industrial que tornasse possível, dar conta dos arroubos de consumo gerados com o progresso. Era necessário encurtar as distâncias, abrir estradas, incentivar a instalação das indústrias de bens primários e manufaturados, que respondesse às condições de consumo inerentes ao contexto urbano, que se anunciava.

A experiência da “feira” esteve presente na constituição da cidade, desde seu alvorecer ainda como Vila Nova da Rainha (1790), contribuindo de forma decisiva para a consolidação e posterior desenvolvimento da vida urbana campinense. A feira surge concomitantemente ao desenvolvimento da cidade e se desenvolve na medida em que a importância desta última é difundida por todos os cantos do Estado da Paraíba e parte do Nordeste, consolidando sua histórica inclinação ao mercado.

Diversos são os trabalhos que exaltam a altivez de Campina Grande narradas em histórias²⁶ sobre a cidade e seus personagens ilustres ao qual paira certa mítica que remonta aos áureos tempos em que a cidade era considerada a Canaã paraibana, em função do alcance regional de seu comércio.

Até meados de século XVIII, o meio rural representava o centro da vida social e moradia oficial dos grandes proprietários que, até então, detinham verdadeira ojeriza pelas questões citadinas e preferiam recorrer à cidade apenas para refazerem suas provisões, assistir aos festejos e solenidades.

A partir da segunda metade do século XIX, até meados de 1950, algumas formas habituais de relações sociais no campo, serão substituídas progressivamente pelos costumes e valores oriundos dos novos núcleos e centros urbanos, que se desenvolviam heterogeneamente por todo o Nordeste. A autonomia da fazenda ou do

²⁶ Seguindo o raciocínio do prof/doutor em história Fábio Gutemberg R. B. de Sousa em sua obra *Cartografias e Imagens da Cidade – Campina Grande – 1920-1945*, podemos informar que este tipo de bibliografia caracteriza-se por um ufanismo progressista, e enaltecimento ao poder dos grupos dominantes: fazendeiros, comerciantes e doutores bacharéis, “são obras que demonstram uma atração congênita pelos arroubos heróicos de parte das elites” (Gutemberg, 2001: 3).

engenho, enquanto unidade produtiva necessária ao sustento do grande proprietário e de seus moradores, vai rapidamente, perdendo o status de centro rural de produção agrária.

O progressivo esfacelamento das formas tradicionais de relações entre proprietários e moradores no interior da Paraíba, pode ser relacionado, de maneira mais geral, ao declínio das lavouras de cana-de-açúcar (zona da mata paraibana) e ao posterior desenvolvimento das formas de comunicação e das linhas férreas que, associados, acentuaram e facilitaram as relações de interdependência entre as áreas rurais e as cidades.

No início do século XX, Campina Grande, já vivenciava as transformações, conflitos e contradições sociais, característicos de um processo de modernização e urbanização, ao qual atravessava a maior parte das cidades brasileiras.

A feira e a cidade compreendem, neste contexto histórico, uma dinâmica social expressa pela diversidade e heterogeneidade dos sujeitos e do espaço urbano, na medida em que, migrando para este recanto da Serra da Borborema, sujeitos (tropiceros, mascates, feirantes, comerciantes, “doutores bacharéis”, matutos sertanejos, grandes fazendeiros, posseiros, etc.) provenientes de matrizes culturais distintas, ao se fixarem (estabelecendo moradia) e praticarem os espaços realizando suas necessidades de trocas mercadológicas e de sociabilidades, proporcionaram o desenvolvimento de uma feira e uma cidade específica um *lugar de mercado*²⁷.

A Feira é um fenômeno social, desde o Brasil colônia. Uma realidade presente na formação de diversos povoados, vilas e cidades brasileiras, fomentando uma intensa mobilidade social, através do fluxo de mercadorias entre comunidades, municípios e

²⁷ Max Weber, ao analisar diversos tipos de cidade, em seu texto *Conceitos e Categorias da cidade*, conclui ser esta o resultado de fatores ou forças históricas distintas, estando nas possibilidades do mercado ou na troca, o elemento dinamizador dos processos de sociabilidade num contexto urbano. Weber não só enfatiza a importância das trocas ou da circulação de mercadorias, como fator necessário para o desenvolvimento do capitalismo, mas também como principal vetor para a emergência de um indivíduo citadino livre e autônomo. Neste texto de Weber, a cidade surge como o lugar do mercado, ou seja, encontra-se na troca o fator dinâmico da vida urbana, sendo a cidade o lugar de produtores e consumidores. Centrada no comércio, a viabilidade da aglomeração transcende o caráter economicista da definição de cidade, ao privilegiar a circulação de mercadorias em vez de sua produção. Não existindo um ‘tipo puro’ de cidade, para Weber, a relação campo/cidade também não é unívoca, podendo surgir cidades agrárias, sempre restritas as pequenas aglomerações ou aos pequenos burgos, ademais, o espaço urbano é visto como o lugar de gênese da burguesia, uma vez que será nesta que o campo econômico terá uma maior autonomia face os outros campos, como a política e a religião. Entretanto mercados periódicos e feiras anuais, considerando o seu caráter transitório e itinerário, não são suficientes para transformar uma ‘aldeia’ em cidade, para compreendermos a constituição da cidade mercado, segundo Weber, devemos levar em consideração: “a existência de um intercâmbio regular e não ocasional de mercadorias na localidade, como elemento essencial da atividade lucrativa e do abastecimento de seus habitantes, portanto de um mercado” (Org.: Otávio Guilherme Velho., 1987: p.68/89).

Estados por todo o território brasileiro. Sendo assim, a feira vem participando dos processos de mudanças por que tem passado à sociedade brasileira, não apenas como lugar de trocas comerciais, mas de um intenso intercâmbio social de informações (políticas e econômicas), difundindo saberes e fatos do cotidiano nas comunidades onde quer que exista.

A trajetória e as transformações históricas (e sócio-culturais), que culminaram com a substituição de uma sociedade mercantil (baseado na empresa rural), para uma sociedade urbana, desenvolvida e moderna, deram-se de maneira lenta e contraditória, em variadas partes do país. Os indivíduos que residiam nas diversas comunidades ou núcleos urbanos, espalhados pelo interior do Brasil (especificamente no Nordeste), vivenciaram de forma heterogênea, e por vezes, conflitantes, as mudanças em seus tradicionais códigos de conduta social, costumes e valores, em decorrência do novo modelo de sociedade que se instaurava.

3.2. Modernização e transformações urbanas

Considerando todas as tensões e contradições que envolvem os processos de ajustamento à situação de urbanização, a partir da década de 1930, em Campina Grande, o campo e a cidade podem ser compreendidos como realidades em afluência. A complexa justaposição entre os elementos oriundos do campo e os novos valores e costumes modernos associado às condições geográficas e ao meio social, no caso particular de Campina Grande, ganham contornos específicos que vão moldando e construindo uma sociedade urbanizada com forte inclinação ao comércio.

Em Campina Grande, essa modernização não só desencadearia uma transformação nos costumes e valores da sociedade, no sentido de sua adequação aos novos códigos sociais que se instauravam (o que por vezes provocaria sérias tensões e crises), mas também descentralizaria ou deslocaria da feira o status de principal lugar de abastecimento da população campinense e circunvizinha.

Entre as décadas de 1940 e 1960, a cidade experimenta um expressivo crescimento em sua economia relacionado, com o desenvolvimento da indústria têxtil, de alimentos, do sisal e do couro. Entretanto, como a maior parte das indústrias não ultrapassava o nível da manufatura, foram paulatinamente se retirando do mercado

campinense, em decorrência da crise da cultura do algodão (associado à praga do bicudo) subsequentemente a crise do sistema produtivo com o fim dos incentivos à industrialização (entre os anos 1958/60) a economia de Campina Grande enfrentaria um estado de inércia ou mesmo atrofiamento.

Mesmo com a intervenção da SUDENE (a partir da década de 1960), aprovando e criando novas indústrias no Nordeste, aonde Campina Grande viria a se beneficiar com a instalação de considerável pólo industrial, essas medidas não serão suficientes para consolidar sua frágil indústria e dar novo impulso à economia da cidade que, por sua vez, de acordo com Damião Lima (2000) já estaria em colapso desde a década de setenta, agravando-se nos últimos anos.

As discontinuidades e contradições entre as políticas desenvolvimentistas criadas pelo governo federal, e as diversas especificidades locais (com suas distinções regionais), acirram as tensões sociais, provocadas pelo desemprego e pela falta de incentivos ao desenvolvimento econômico, ao passo em que, mergulhou a cidade numa apatia econômica da qual a sociedade ainda padece nos dias atuais.

O antropólogo e cientista social Ruben George Oliven, fazendo uma análise dos fenômenos urbanos, especificamente dos estudos relacionados à migração campo-cidade, toma a obra de Antonio Candido "*Os Parceiros do Rio Bonito (1971)*", como argumento para sustentar, ser a conexão entre os diversos tipos de agrupamentos sociais, um fenômeno que ocorre através de uma série de gradações que vão se interpondo, dando lugar a uma continuidade do tipo *Folk/urbano* (Oliven, 1985: 23).

Nesse sentido, a obra de Candido chama a atenção para a incorporação paulatina dos padrões culturais gerados e difundidos a partir da cidade, afirma Candido na conclusão de seu livro: "Assim a proximidade dos centros urbanos, a sua penetração nas zonas rurais, o tipo de atividade econômica, a qualidade da terra, o sistema de trabalho e de propriedade são alguns elementos que, combinados de modo diverso, condicionam a reação adaptativa".²⁸

Analisando com maestria teórica o período histórico, compreendido entre finais de século XIX e início de século XX, Sergio Buarque de Holanda (1995), já informava que a passagem do rural ao urbano, não acarretaria a completa dissolução da ordem tradicional, utilizando-a, em vez disso, como âncora para a modernização que se

²⁸ Antonio Candido, op. Cit., pág: 217-218.

amejava, gerando contradições não resolvidas, suscitadas no nível da estrutura social e que se manifestaria nas instituições e idéias políticas.

O resultado dessa conjugação de forças estaria presente na dependência do domínio agrário ao campo de influência das cidades, como argumenta Holanda: “o desenvolvimento da urbanização – que não resulta unicamente do crescimento das cidades, mas também do crescimento dos meios de comunicação, atraindo vastas áreas rurais para a esfera de influência das cidades – ia acarretar um desequilíbrio social, cujos efeitos permanecem vivos ainda hoje” (Holanda, 1995: 145).

O esfacelamento dos velhos hábitos patriarcais substituiria o velho engenho pela moderna usina, contribuindo para o desmantelamento do antigo sistema agrário e para a ascensão de uma nova empresa rural, agora “concebida à maneira de estabelecimentos industriais urbanos”. Porém a progressiva onda de urbanização, que desarticulava a base rural, não logrou em substituir totalmente o antigo regime, sendo mantido pelo Estado como “reliquias respeitáveis algumas das formas exteriores do sistema tradicional, depois de desaparecida a base que as sustentava; uma periferia sem centro” (Holanda, 1995: 176).

Neste processo mais geral de mudança na paisagem urbana de diversas cidades do interior do Brasil, a feira e a cidade de Campina Grande, também passariam por transformações sócio-espaciais que repercutiria diretamente nas opções, perspectivas e desejos de consumo de contingente significativo da população urbana. Na feira, os sujeitos negociantes apreendiam as contradições geradas no confronto das novas forças sociais, sem abdicar necessariamente de alguns costumes e valores sócio-culturais de origem, sendo estes em grande medida re-significados e adequados ao novo contexto.

As transformações e oscilações, decorrentes das inovações na política e na econômica nacional (beneficiando o centro-sul), incluía o Nordeste no cenário de modernidade, integrando-o no quadro da nova divisão inter-regional do trabalho, voltado ao abastecimento do mercado externo. As alterações nova política econômico-financeira nacional, removia a autonomia dos municípios, investindo e incentivando o desenvolvimento das capitais²⁹. De fato, o germinar de uma sociedade com premissas modernizantes, como desejavam os gestores de Campina Grande, contrastava com a avalanche de sujeitos migrantes (rurais e urbanos) que procuravam escapar das intempéries da seca e do desemprego.

²⁹ Examinar Eliete de Queiroz Gurjão, Planejamento Urbano em Campina Grande: Alcance e Limitações. João Pessoa, Revista da Unipê, 1998.

Nesse interim, a dinâmica comercial de Campina Grande, estando sujeita às correntes migratórias que vinham se abastecer e vender seus produtos na cidade, até meados da década de 60, experimentará uma sensível redução em suas taxas de crescimento econômico e também urbano, com o declínio do algodão e a perda do status de pólo comercial, agora deslocada para a cidade do Recife, através da ampliação da malha rodoviária, que permitiria o escoamento, fluxo ou circulação de mercadorias através da Br 101.

Campina Grande paulatinamente vai desenvolvendo (ampliando) o setor educacional com a criação da URNE (Universidade Regional do Nordeste, atual UEPB), incorporando e conquistando nesse contexto histórico, o status de cidade culturalmente desenvolvida.

A racionalidade urbanística, seguindo ou mesmo copiando os padrões estéticos oriundos dos grandes centros urbanos (nacionais e europeus) da época, procurava redefinir, e por vezes apagar, nas novas linhas arquitetônicas da cidade e nos novos critérios de civilidade, impondo o que deveria agradar aos olhos e aos sentidos.

Novos enunciados espaciais são inseridos, como substitutos de velhas práticas, transformações que se exigiam e se faziam em Campina Grande, face o discurso cientificista, que justificava o avanço da modernidade para o progresso humano.

3.3. A ideologia modernizante e o deslocamento do espaço da feira

A Feira central de Campina Grande, permanece hoje exatamente no lugar onde, há 64 anos, um decreto lei (1941), a situaria em definitivo. Realizada até então na antiga Rua Grande (atual Maciel Pinheiro), as práticas feirantes rapidamente se tornariam um estorvo, uma forma de detrito que, sob o olhar de certa elite (comercial e política) urbana, emperrava o progresso e o desenvolvimento moderno da cidade. As mudanças e deslocamentos de poder (político e econômico) e do lugar da feira³⁰ vão paulatinamente inserindo os pequenos negociantes varejistas (especificamente) nos novos projetos e códigos modernizantes.

³⁰ A localização da feira estava atrelada aos abusos de poder político expresso nas disputas políticas entre as facções conservadoras e liberais atuantes na cidade, em consonância com as oscilações políticas na esfera do Império. Elpidio de Almeida, op. Cit. 1979:269-278, apresenta os deslocamentos de lugar ao qual sofrera a feira em finais do século XIX.

Concomitante ao desenvolvimento econômico da cidade, o crescimento dos espaços de feira transformaria as práticas mercadológicas, que se espalhavam pelas ruas Maciel Pinheiro (principalmente), Cardoso Vieira, Monsenhor Sales, Venâncio Neiva, e pelas praças Eptácio Pessoa e Lauritzen, num problema incompatível com os novos códigos de conduta, morais e higiênicos, que paulatinamente se instaurava no anseio e nos discursos de parcela importante da sociedade (elites políticas, econômicas e intelectuais). Incômoda, a Feira, ou melhor, as práticas feirantes tinham de ser deslocadas ou removidas dos olhares e olfatos mais requintados e exigentes das elites campinenses.

A transferência e o conseqüente estabelecimento da Feira no setor leste da cidade decorreram do re-ordenamento espacial urbano iniciado pelo então prefeito, Vergniaud Wanderley³¹, e estimulado pelo processo desenvolvimentista gerado para e através do comércio voltado para o abastecimento do mercado externo. Medidas de saneamento, higienização dos espaços públicos e o combate a algumas formas desviantes de conduta moral como a prostituição e a mendicância eram os principais argumentos e reivindicações, entre os que defendiam uma efetiva re-ordenação dos espaços urbanos centrais, como pré-requisito fundamental, exigido pela mentalidade modernista e burguesa que se construía (Sousa, 2001).

Denúncias de letrados locais eram publicadas e documentadas, através de crônicas, por alguns meios de comunicação da época (jornais e revistas), enfatizando as precárias e insalubres condições em que se apresentavam algumas artérias da cidade, nos dias de feira e, principalmente em dias de chuva.

O trecho que se segue abaixo, extraído de um artigo de jornal, confirma a afirmação/denúncia sobre a qual pesava os espaços de trocas mercadológicas e sociais da cidade, bem como o ambiente de tensão e a ânsia por reformas urbanas, que emanava de parcela da sociedade:

(...) Campina Grande, que é por excelência a fonte donde promana a mais valiosa contribuição econômica em prol do Estado, cuja veia arterial que é o comércio, se desdobra em múltiplas atividades – não podia continuar sem mercado. De outro lado, dotada de saneamento e culta que já é, se enxovalha com a permanência das feiras no dorso de sua rua principal [Maciel Pinheiro].

³¹ Vergniaud Wanderley teve dois mandados na cidade, governando-a de 1935 a 1937, e de 1940 a 1945. Foi considerado por muitos moradores e cidadãos da cidade, um gestor preocupado com o progresso e a modernização urbana da cidade. por outros residentes foi tido como um verdadeiro ateu demolidor do patrimônio histórico.

As feiras constituídas por uma justaposição heterogênea de tipos humanos, nos quais se vê uma variedade infinita de raças, cor, idade, sexo, cultura, etc. e ainda por um estoque de mercadorias, inequivocadamente, representam a mais visível expressão de promiscuidade. Nesse ambiente, laços que unem pessoas e bens, outros não podem ser, senão, as relações mercantilistas, interesseiras, de fundo puramente biológico. A praxe das feiras já não se coadunava com o progresso de Campina Grande. O deslocamento da troca, de vendedores e compradores para um ponto afastado, se fazia preciso. O mercado novo em construção vem dar à Campina Grande um serviço de ordem na sua economia. Sob o ponto de vista estético, não é menos notável o valor que representa desde que, com seu funcionamento se evitam aglomerações humanas periódicas que dão uma tonalidade provinciana de cidade sertaneja (...) ³² (Agra *Apud* Sousa, 2001)

É neste contexto sócio-histórico que a principal feira de Campina Grande começa a se constituir, como uma feira livre urbana, mas também, como um espaço de práticas indesejáveis, pouco salutares e até “promiscuas”, onde sujeitos e produtos são concebidos, em situações de trocas, num caráter puramente “biológico”. Concepção que acompanharia o imaginário da sociedade campinense até os dias atuais.

De acordo com os agentes modernizadores da nova *urbs* (planejadores urbanos, elites políticas e econômicas), os modos rústicos, costumes e valores difundidos e consolidados entre camponeses, práticas tradicionais de negociação ou troca de produtos, pequenos produtores e imigrantes, oriundos de diversas localidades (urbanas e rurais) da Paraíba e do Nordeste, deveriam adequar-se às demandas geradas no bojo das transformações que se processavam, sob pena de suas práticas serem deslocadas, demolidas ou apagadas, pelos gestores das mudanças urbanas em desenvolvimento.

O desenvolvimento comercial e urbano da cidade não comportava mais uma feira, incrustada em pleno centro da cidade, uma vez que a sua expansão e a mistura dos produtos expostos à venda, se constituíram em problema para as autoridades gestoras da cidade e para a saúde pública, na medida em que se tornavam constantes as queixas e denúncias contra a realização da feira, nos espaços (ruas) centrais da cidade.

O quadro que se formava da feira, ou seja, das práticas que a constituía, nesse contexto, transformavam-na em excelente objeto de controle e fiscalização sobre os procedimentos pouco higiênicos de exposição dos produtos, e sua comercialização,

³² Carlos Alencar Agra era importante letrado e promotor público em Campina Grande. Seu artigo foi publicado no *Jornal Voz da Borborema*, nº 35, 12/06/1940, p:01. (Sousa, 2001)

ações e comportamentos que, por sua vez, tinham conseqüências imediatas na degradação e na falta de asseio desse espaço público.

Em face da constatação desses “problemas”, dever-se-ia disciplinar ou mesmo coibir rigorosamente, as práticas de negociantes e consumidores, seguindo as novas reivindicações estabelecidas pelo higienismo profilático. Odores pútridos de frutas e seus restos: de abacaxis, cascas de bananas e mangas, bagaços de laranjas, seguiam o habitual costume popular de experimentar o produto (geralmente oferecido pelo vendedor) e jogar as sobras no chão, tornava-se também insuportável comprar confecções e tecidos próximos ao cheiro forte dos peixes e das vísceras que eram jogadas aos cachorros e gatos que infestavam os arredores.

Nos dias chuvosos, a situação dos espaços da feira tornava-se insuportável às praticas comerciais, posto que os sujeitos disputassem os percursos, com burros, galinhas, porcos e cabras destinadas ao abate ou simples negociação, junto à lama que se formava somada as cascas de frutas e fezes de animais, o que tornava os ares putrefatos, repugnantes aos olfatos e aos olhos refinados da sociedade que se erigia.

Considerando o desenvolvimento e crescimento da cidade, neste contexto de mudanças nos espaços (de poder) e nas práticas de negociação, no âmbito do que se constituía a feira, redefiniam-se também seus espaços tornando-se necessário a compartimentação da feira, em feiras menores ou diferentes.

Foram surgindo espaços diferenciados na Feira, com diferentes feiras (frações), organizadas em setores distintos, ainda que precariamente ou sem uma infra-estrutura adequada à comercialização de produtos alimentícios, como a feira de frutas e verduras, a feira de cereais, carnes, queijos, etc.

Retirou-se a feira do centro da cidade, mas não foi possível destituí-la do status de principal centro de abastecimento alimentar de Campina Grande, de lugar privilegiado onde a troca e difusão de informações, sobre as coisas da cidade (tal qual uma *ágora* grega) e da região, concorriam com a venda de mercadoria. Notícias de todo o Estado e até do exterior, tinham na feira, o lugar de seu comentário ou execração pública.

A feira saiu do centro, mas não deixou de fazer parte do centro. Concomitantemente ao crescimento da cidade e de seu comércio, associado à ampliação do setor de prestação de serviços, a Feira continuou a dilatar suas práticas e espaços de trocas simbólicas e mercadológicas, transformando-se em referencia histórica, econômica e cultural, com um alcance que excedia os limites do próprio Estado.

A feira paulatinamente começa a ser conhecida e “chamada”, por todos os campinenses, paraibanos, e sujeitos de outras localidades e Estados, como a Feira Central de Campina Grande. O planejamento urbano e o traçado arquitetônico que viria a definir seu lugar e espaço(s) de trocas, retirando-a do centro das atenções, costumes e valores da moderna sociedade que se construía, encontram o *germen* de sua configuração atual, duas décadas antes de sua inauguração no Mercado Novo, em 1941.

Tal qual um conceito, a construção e o sentido atribuído e compartilhado do nome próprio de Feira Central de Campina Grande, estar diretamente vinculada aos processos de mudança pelos quais atravessou a feira, culminando em sua retirada ou deslocamento, do que na época era considerado como, perímetro (principais vias da cidade) central, instalando-a na parte leste da cidade (no recém inaugurado [1941] Mercado Novo), numa situação de tensão, conflitos e contradições.

A constatação segundo a qual, a construção da identidade espacial da mais importante praça de mercado do Estado, consolidando-se paulatinamente pelo termo de Feira Central de Campina Grande, possa ser associada às outras práticas indesejáveis (prostituição e mendicância), devendo por isso ser também saneadas, retiradas das vistas e dos novos valores citadinos.

Entretanto a feira continuaria sua trajetória, canalizando para seu entorno, práticas distintas de negociação de produtos, de espaço privilegiado para a exposição de aspectos e elementos da cultura regional, espaço de trocas de sociabilidades, de tensões sociais, enfim, de situações diversas de interação social, numa configuração de mercado.

3.4. Permanências e transformações: a constituição da Feira Central

A Feira Central guarda hoje, diversos elementos desse passado recente, convivendo entre o velho e o novo, entre o tradicional e o moderno, uma forma de adequação/resistência a nova ordem, impresso na constituição arquitetônica de diversos prédios (velhos armazéns) que continuam resistindo às mudanças, na manutenção de alguns costumes e valores, assim como, na re-significação dos sentidos e valores simbólicos atribuídos a esses costumes, nas práticas cotidianas e na memória dos que negociam neste grande espaço de trocas, que compõe a Feira/mercado Central de Campina Grande.

Hoje em dia, atravessar a Rua Dr. Carlos Agra, comum e culturalmente conhecida por comportar um trecho específico à feira de galinhas e a feira de raízes, em direção a Rua Quebra-Quilos, pode se visualizar (no entroncamento das duas feiras observando à esquerda) a presença esquelética do que fora, outrora, o segundo maior prostíbulo da América Latina.

Resquício de um passado não muito lícito, no que se refere aos códigos de conduta moral instaurados por certa elite social urbana, a imagem deteriorada da fachada frontal do Cassino EL Dourado, cravado no meio da feira de galinha nos sugere uma noção sobre a mentalidade e os costumes morais e estéticos da nova elite econômica e política da sociedade campinense, confirmada na frase de um trabalhador da feira “lugar de boa ‘quenga’ era na feira de galinha”.

Diversos historiadores concordam que a modernidade do espaço urbano (central) em Campina grande fora experimentado, seguindo um novo código de estética e higiene, confrontando valores oriundos de uma moral burguesa e “civilizada” com a demolição, desapropriação e deslocação para a periferia, de todos os detritos sócio-espaciais que, na perspectiva do poder político estabelecido, feria e atarracava o progresso e o desenvolvimento.

A moderna *urb* campinense de hoje, encontra muitos de seus lugares urbanos (particularmente do centro da cidade), erguidos por sobre os silêncios do passado, através da lapidação de um patrimônio histórico considerado importante para a memória sócio-cultural da sociedade campinense. Os novos códigos de conduta e comportamento social, considerados civilizados, foram induzidos à mentalidade social, naquele contexto específico “justificado através de argumentos sofisticados, legitimados pelo saber científico e técnico que os fundamenta”.

Essa ideologia progressista que procurava impor aos outros estratos da sociedade uma nova racionalidade urbanística estava legitimada, pela conformação de interesses entre arquitetos, planejadores urbanistas, Prefeitura e Câmara Municipal, ancorados em argumentos exigiam a substituição de velhos valores agrários e comportamentos considerados rudes e rústicos aos parâmetros ditos civilizados. De acordo com o historiador Amaral Lapa, o advento da modernidade resultou:

(...) em confinamento compulsório de pessoas subtraídas da circulação das ruas de mendigos, indigentes, loucos, prostitutas, bandidos, pois com seus comportamentos vistos como desviantes abalaram os alicerces de uma

modernidade desejada e que se tentava impor. (LAPA, 1996: 20)

A cidade, instaurada através do discurso urbanístico, pode ser definida pela conjugação de forças centrípetas, ou seja, pela operação tríplice de:

1º) Se produzir um espaço urbano onde a organização racional que envolve seu planejamento e sua efetivação, deve recalcar todas as poluições físicas (estruturas arquitetônicas ou construções que não se enquadram nos padrões de modernidade desejados), mentais (memórias ou lembranças de espaços) e/ou políticas que por ventura viesse a comprometer o devir do progresso.

2º) As resistências (elementos de uma tradição) que não podem ser apreendidas ou normatizadas pela ordem urbanística, devem ser substituídas por um não-tempo ou um sistema sincrônico: artifício que reduz e nivela todos os dados, através de discursos e estratégias científicas unívocas.

3º) Erigida de acordo com esses critérios, a cidade organizada por intervenções classificatórias e “especulativas” que associa, numa disposição funcionalista, gestão e eliminação. Privilegiando o progresso, a cidade faz esquecer sua própria condição de possibilidade, o espaço que passa a ser, lugar de transformações e apropriações, objeto de intervenções, mas incessantemente enriquecida com novos atributos e predicados.

Esse processo de modernização urbana trazia em seu cerne conflitos e contradições, expressos através da exclusão e da segregação sócio espacial dos detritos gerados na dinâmica desse processo. Como argumenta Silêde de Oliveira Cavalcante:

O cemitério, o “roi-couro” (bordel), a cadeia, a feira, foram retiradas da vista e do olfato da rica classe de comerciantes e empresários campinenses; A feira, com sua sujeira, seu barulho e a mistura de “vozes e cheiros” que lhe são característicos, era realizada na atual Maciel Pinheiro, antiga rua Grande, e foi reconduzida para a periferia Leste, no conhecido “Beco das Piabas”, lugar para onde foi também o chamado “roi-couro”, antigos bordéis da rua 4 de Outubro (atual Major Jovino do O). (Cavalcante, 2000:72/73)

Apesar do deslocamento de seu espaço físico, e também de práticas espacializantes consideradas ilegítimas e imorais aos olhos do poder e da administração pública, a feira central de Campina Grande não perdeu sua importância cultural e histórica, práticas de sociabilidade e de costumes tradicionais, remanescentes de um

tempo agrário que temperam os espaços numa multiplicidade de símbolos e signos transitando entre o atual e o usual, o moderno e o tradicional.

A Feira Central não ocupa mais hegemonicamente o centro das necessidades de consumo, no que se refere ao abastecimento da população de Campina Grande e circunvizinha. Seu poder de atração foi significativamente reduzido em face da expansão urbana e o desenvolvimento e descentralização comercial, bem como, pelas políticas externas que privilegiam as grandes capitais, através de investimentos na indústria, transformando-as em centros distribuidores de produtos industrializados ao mesmo tempo em que fortalece suas funções político-administrativa e comercial.

Entretanto, a descentralização econômica não retirou sua importância sócio-cultural, histórica e econômica para grande parte da população campinense, e também de moradores e comerciantes de outras localidades, que a tem como principal locus para a realização de suas trocas mercadológicas e simbólicas.

A Feira resiste aos solavancos da modernidade, porque seu espaço ou os subespaços que a constitui, sendo de caráter público, encontra um sentido para sua recorrência e efetivação, nas práticas dos sujeitos ordinários que a invadem cotidianamente. Enquanto o lugar físico da feira pode ser perfeitamente gerenciado e controlado, demolido e deslocado em função dos interesses de seus gestores, através das estratégias e forças da organização urbanística; a multidão que a constitui, conferindo sentidos múltiplos ao “fazer a feira”, não pode ser torna-se difícil de ser normatizada, quantificada ou qualificada, salvo, através de um mergulho por entre a multidão, detendo-se justamente na qualidade, ou seja, as maneiras peculiares pelo quais os sujeitos interagem neste espaço de trocas.

O novo traçado urbano da cidade e suas sucessivas redefinições, através de planejamentos, deslocamentos e demolições, visando adequar suas ruas e conjuntos arquitetônicos (prédios) como protótipos da moderna *urb* que se erigia, não contemplaram a Feira Central, enquanto importante espaço sócio-econômico. Apesar de seu espaço público ser administrado através do poder público Municipal, a feira não vem recebendo investimentos em infra-estrutura, necessária a adequação de suas instalações às exigências sanitárias do moderno consumo.

O crescente desenvolvimento do setor de prestação de serviços e o surgimento de novas áreas de comércio concorrem para a gradativa diminuição do raio de ação da Feira Central e, conseqüentemente, de sua importância socioeconômica, não apenas para a cidade de Campina Grande, mas também, para todo um contingente humano

(imigrantes negociantes e consumidores de diversas regiões da Paraíba) que, se dirigirem a esta praça de mercado, para trocar e consumir bens materiais e simbólicos, transformando-a num grande evento sócio-cultural e econômico.

Estabelecimentos comerciais e de prestação de serviços como açougues, frigoríficos, mercearias, mercadinhos e bodegas (estabelecimentos de pequeno porte com pequeno sortimento de produtos e funcionando geralmente num espaço da residência), bares, lanchonetes, salões de beleza ou barbearias, técnicos reparadores para diversos tipos de produtos e utensílios domésticos, proliferam-se por toda a cidade, na medida em que se amplia sua área urbana, com o surgimento de novos bairros, favorecendo a descentralização comercial na cidade.

Notório então que, segregação espacial, econômico e social vem desenhando o cenário urbano de Campina Grande, a partir de um (re)manejamento de seus elementos arquitetônicos (logradouros e prédios, públicos e particulares) e sociais (sujeitos e práticas), de acordo com as diretrizes e planejamentos normatizadores, elaborados e efetivados pela ordem gestora da cidade.

Nesse contexto, a Feira central assume o caráter de “detrito”, ou nas palavras de Michel de Certeau:

De um lado, existem uma diferenciação e uma redistribuição das partes em função da cidade, graças a inversões, deslocamentos, acúmulos, etc.; de outro lado, rejeita-se tudo aquilo que não é tratável e constitui portanto os “detritos” de uma administração funcionalista (anormalidade, desvio, doença, morte etc.). (CERTEAU, 2002: 173)

Outros fatores ligados à expansão econômica e urbana da cidade, também provocariam mudanças substanciais na Feira Central, como a instalação de supermercados e grandes armazéns atacadistas de produtos industrializados (BORBÃO e RIO do PEIXE), no perímetro da Feira Central, e o surgimento das Centrais de Abastecimento Alimentar (CEASA's) responsável pela centralização e distribuição do maior volume de hortifrutigranjeiros negociados na feira e nos diversos estabelecimentos comerciais espalhados pela cidade.

CAPÍTULO IV

Espaços e percursos da Feira Central de Campina Grande



Foto 1: Vista da fachada lateral externa (leste) do Mercado Central e do setor (principal) da feira de hortifrutigranjeiros.

Ir à feira ou estar na feira é participar de um micro-universo sócio-cultural marcado pelas relações de trocas que são engendradas nestes espaços. Percorrer os caminhos da feira é participar “de dentro” de todo um repertório de valores e costumes, procurando compreender sua composição física e humana, bem como a dinâmica das práticas que transformam e consolidam este lugar de mercado.

Convido o leitor a adentrar neste lugar de mercado, localizando os micro-setores que o constituem, observando alguns elementos pertinentes à sua composição e organização. No interior da feira, imensa “texturologia multicultural”, os sujeitos caminhantes se misturam e se espalham entre os mais diversos produtos, sabores, cores e cheiros. Lugar de inventividade e criatividade, mas também da obstinação de costumes contrastantes, com as precárias estruturas físicas e as condições e formas

deletérias em que alguns produtos são expostos à negociação. Na feira, os momentos de interação são manifestos em situações minúsculas e efêmeras, quase imperceptíveis para os menos atentos.

Diversas são as estratégias utilizadas para se reconstruir os espaços da Feira Central de Campina Grande, considerando as práticas cotidianas de negociação, que envolvem formas específicas de interação. Assim, lancei mão, na pesquisa de campo, de instrumentos e recursos diversos, como a iconografia e a (re)construção gráfica de cartogramas ou *figuras* que não só ilustrarão, mas localizarão e informarão a narrativa (descrição etnográfica) sobre seus espaços.

Para compreender sua composição, foram necessárias diversas inserções nos espaços da feira: observações meticulosas sobre as condições dos prédios, das bancas, boxes e barracas; mapeamento dos principais pontos de paradas (embarque e desembarque) de transportes urbanos (ônibus) e outros meios “alternativos” de *vir fazer a feira*, que, por sua vez, fornecem indícios sobre quem são estes sujeitos que a invadem. Registramos também os principais estabelecimentos de distribuição (vendas) de produtos no atacado, bem como os principais supermercados que margeiam o perímetro da feira.

Seguindo a orientação de Michel de Certeau, estabeleci uma distinção inicial entre as noções de lugar e espaço, para que fosse possível definir um campo de possibilidades à minha análise. Nesse sentido tomei o *lugar* da feira como uma ordem urbanística através da qual são distribuídos elementos (arquitetônicos), numa configuração imediata de posições inseridas (atuando como balizas ou marcos) nas relações de coexistência (no âmbito da feira). “Os elementos considerados se acham uns ao lado dos outros, cada um situado num lugar ‘próprio’ e distinto que define. Um lugar é portanto uma configuração instantânea de posições. Implica uma indicação de estabilidade” (Certeau, 1994: 201).

Por outro lado, quando utilizo a noção de *espaço*, no âmbito da feira, estou me referindo, seguindo a orientação de Michel de Certeau, a um lugar praticado, ao “efeito produzido pelas operações que o orientam, o circunstanciam, o temporalizam e o levam a funcionar em unidade polivalente de programas conflituais ou de proximidades contratuais (...) Em suma, o espaço é um lugar praticado” (Certeau, 1994: 202). Assim, a Rua Manoel Pereira de Araújo, geometricamente e urbanisticamente definida, é transformada em espaço de trocas, pelos caminhantes consumidores e negociantes, recebendo o nome de feira de galinhas e raízes, da mesma maneira, que a leitura

transforma-se em espaço, através da produção do lugar constituído por um sistema de signos, ou seja, uma escrita.

Merleau-Ponty chama de “espaço antropológico” o que considera uma outra espacialidade, distinta do espaço, “geométrica”, homogênea e isotrópica. Sua distinção determina-se por uma “fenomenologia do existir no mundo, onde se fazia necessário à separação entre a experiência para e através do qual o ‘espaço é existencial’ e onde a ‘existência é espacial’” (Merleau-Ponty, 1976).

Com estas diretrizes e estratégias básicas, orientando-me através da observação etnográfica, (re)construí o lugar da Feira Central e seus micro-espacos ou setores. Procurei seguir a trajetória de alguns negociantes, suas práticas cotidianas de organização, bem como apresentar brevemente seus produtos mais característicos.

Não é meu interesse desenvolver uma tipologia completa dos personagens, produtos e espaços da Feira Central de Campina Grande, uma vez que estes, sob certo aspecto, se interpenetram e se complementam mutuamente. Tampouco procuro levantar uma relação quantitativa associados a gráficos, tabelas e demonstrativos a respeito do volume de sujeitos que comercializam e dos que consomem na Feira, associados a suas respectivas rendas.

Busco apenas aproximar o leitor, ou familiarizá-lo com a Feira, enquanto espaço de práticas de negociação numa situação pública e peculiar de mercado. Artes de negociar que descrevem percursos de sociabilidades, de trocas envolvendo tensões e conflitos, caminhos que espacializam a feira, na medida em que são compartilhados ou disputados com outros participantes consumidores e negociantes, costurando relações de trocas e consolidando este espaço de vivências.

4.1. O lugar da Feira Central

A heterogeneidade dos espaços e personagens constituintes da Feira Central de Campina Grande expressa a dinâmica que engendra as relações e interações entre negociantes e consumidores. Uma perspectiva panóptica, que procura enxergar os personagens a partir da multidão, sem se deter às suas especificidades, pode tomar este micro-universo como um lugar caótico e desorganizado. Entretanto, uma percepção mais aguçada da Feira, por dentro das práticas de negociação que vão enredando as

interações, revela ao transeunte mais cauteloso, aspectos bastante interessantes e peculiares deste ambiente caracterizado pelas trocas.

Tomei então alguns espaços, bens e personagens na Feira Central, como elementos construtores e balizadores do meu objeto. As práticas de negociação, os aspectos sócio-espacializantes, determinados gestos, comportamentos e discursos vão ganhando corpo no texto, na medida em que apresento ao leitor algumas características de cada setor.

Em se tratando de modernidade urbana e das mudanças nos padrões de consumo, geradas em função de seu desenvolvimento, o significado atribuído ao termo *fazer a feira* assume sentidos distintos, de acordo com o costume e o lugar social dos sujeitos que percorrem seus espaços de trocas. Nos dias de hoje, o consumo de produtos na feira e as astúcias de *negociar*, procuram adequar as transformações nos costumes e práticas às exigências advindas dos valores modernos. Nesse ínterim, aspectos diversos e tradicionais de costumes ou hábitos de se abastecer na feira, de praticar a troca ou negociar interações e produtos, são re-significados e atualizados numa dinâmica que envolve certo apego à prática cotidiana de *fazer a feira*, utilizando-a para a satisfação de necessidades que vão para além do mero empreendimento mercadológico capitalista.

Atualmente, os moradores da cidade não buscam mais a Feira, no sentido de abastecer-se de todos os bens necessários à manutenção doméstica, não se vai à Feira fazer compras para o decorrer da semana ou do mês. O cotidiano citadino, com suas necessidades mais urgentes, reduz e fragmenta o tempo em pequenas unidades, capazes de dar conta da atribulada agenda de atividades que torna o sujeito urbano protagonista principal dos valores e costumes modernos.

Percebi que as formas e tipos de consumo nos diversos setores da Feira revelam e expressam também distintos níveis sócio-econômicos. Há consumidores que ali fazem todas as suas compras, enquanto outros vão à Feira apenas para adquirir alguns produtos, complementando suas compras ou outros bens de consumo não imediatos em outros locais como supermercados, lojas do centro da cidade e até nos *shopping centers*.

Na presente configuração social, parcela importante dos consumidores moradores da cidade, que procuram a Feira, o fazem apenas para realizarem alguma necessidade de consumo doméstico ou prestação de serviço, inserido nas prerrogativas elencadas na agenda do dia. Novas formas de se pensar as necessidades cotidianas, conformam outras maneiras de praticar ou *fazer a feira*:

Quando estou na cidade (centro), me lembro que preciso ir na feira comprar **alguma coisa** que esteja faltando em casa. (...) Sempre que **está faltando alguma coisa** lá em casa, lembro de passar na feira pra comprar (consumidor). grifo meu.

Esta declaração, obtida na própria Feira, expressa mudanças paulatinas nos hábitos e costumes dos moradores, no que diz respeito às formas de abastecimento da família ou do ambiente doméstico que, por sua vez, refletem e traduzem as transformações nas formas de sociabilidades construídas no âmbito das relações de negociação na Feira.

A Feira Central, distinta das demais feiras da cidade e de seu entorno, realiza-se todos os dias, da terça-feira ao sábado, sendo a quarta-feira, a sexta-feira e o sábado os dias de maior fluxo de produtos e sujeitos, oriundos não só de Campina Grande, mas, também, de outras cidades, distritos e comunidades próximas a cidade.

A prática de se *fazer a feira*, despertando logo nas primeiras horas do dia e geralmente nos dias de maior movimento, com o intuito de encontrar os produtos (hortifrutigranjeiros) ainda frescos ou aparentando bom estado de qualidade para o consumo, é um ritual que se repete entre os consumidores mais tradicionais, ou seja, aqueles que buscam as dependências da feira para a prática da troca, criando e consolidando uma forma de relação social e econômica que envolve códigos de reciprocidade e confiança, importantes para se construir uma forma de interação entre os personagens do negociante/feirante e do freguês/consumidor, central para uma análise da manutenção e re-significação do espaço da Feira.

Espaço que se renova em práticas de consumir e de negociar, a Feira se distribui em diversos setores ou micro-espços de negócio, onde cada setor de atividade está relacionado com um tipo de saber específico, que constitui um suporte de identidade, reconhecível nos modos e costumes ligados às práticas cotidianas.

A Feira é um lugar de fluxo de sujeitos e mercadorias. Mesmo considerando a fragmentação de seus espaços em micro-setores (feira de carnes, de cereais, de hortifrutigranjeiros, etc.), é o trânsito incessante de caminhantes (consumidores de percursos) nestes espaços o responsável pela produção e reprodução de formas inusitadas de comunicação e trocas de subjetividades numa dinâmica cotidiana que, tendo como mote o “fazer a feira”, transforma e efetiva este lugar, em sua totalidade, num lugar habitado, um espaço de sociabilidades.

A Feira Central não pode ser compreendida como uma feira-livre comum, uma vez que, a estrutura mercadológica, e os espaços por ela compreendidos a configuram como um verdadeiro complexo mercantil, composto por um mercado varejista e um comércio atacadista. Seu espaço público, de forma hexagonal, traz ao seu centro uma estrutura coberta com aproximadamente 8.000 metros quadrados, conhecido como Mercado Central, onde, tradicionalmente, se concentra a venda de carnes e cereais. Seu lugar é delimitado pela Avenida Floriano Peixoto (norte), uma das principais artérias da cidade e via de acesso (ligação) ao sertão; pela Rua Quebra-Quilos (sul), setor onde funcionam diversos armazéns de estivas, ração para animais, implementos agrícolas, instrumentos e equipamentos para panificação, dentre outros estabelecimentos comerciais; pela Rua Vila Nova da Rainha (oeste) e pela Avenida Janúncio Ferreira ou Avenida Canal (leste), que liga a cidade ao brejo paraibano e o litoral.

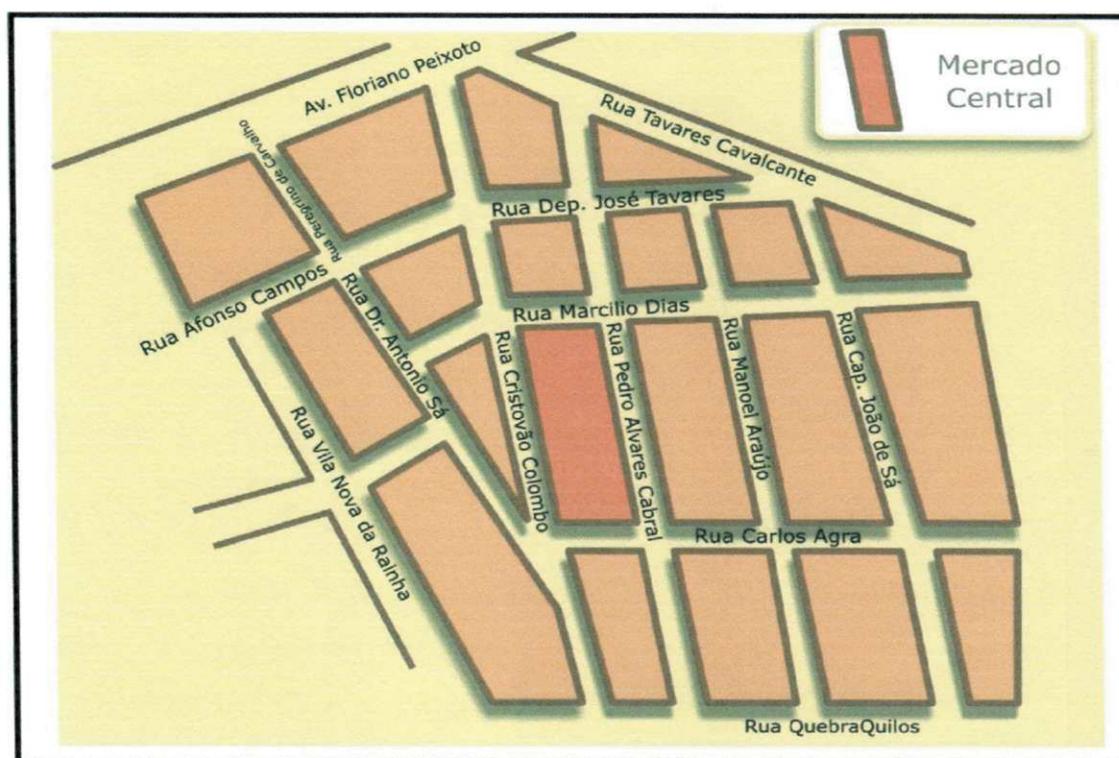


Figura 1: Área da Feira Central 75,000 m²

Entretanto, as práticas de negociação extrapolam os marcos físicos da Feira Central, que compreende hoje mais de 4.400 pontos comerciais, segundo estimativas da SEPLAN (Secretaria de Planejamento), considerando também os sujeitos que negociam seus produtos nas calçadas e no chão “na pedra” da rua.

Apesar de seu lugar estar sumariamente delimitado e enquistado (a Feira começa e termina em pontos determinados) por importantes vias de tráfego, como uma maneira

de controlar sua expansão, as práticas feirantes (ações de negociar) não encontram fronteiras físicas ou marcos urbanos que definem e delimitam espaços de percursos e permissões de acesso.

A Feira Central de Campina Grande transformou-se e consolidou-se, estendendo-se pelo perímetro (leste) central e comercial da cidade onde ocupa uma área de aproximadamente 75.000 metros quadrados distribuídos por nove ruas e parte da Rua Peregrino de Carvalho e Afonso Campos, como mostra a Figura 1.

Considerando as diversas transformações históricas pelas quais atravessou, associadas aos processos de modernização nos espaços e costumes citadinos, a *feira grande* como ainda é chamada por alguns negociantes e consumidores mais antigos, chega hoje a seus sessenta e seis anos, um pouco “desarrumada e abandonada”, mas mantendo certa vitalidade e um dinamismo característico dos cenários mercadológicos mais tradicionais da cidade, responsável em certa medida, pela sua recorrência e permanência na sociedade, na cultura, na memória e, principalmente, nos costumes de consumo (produtos e lazer) de diversos sujeitos sociais, que se apropriam de seus espaços em práticas cotidianas de *negociar e fazer a feira*.

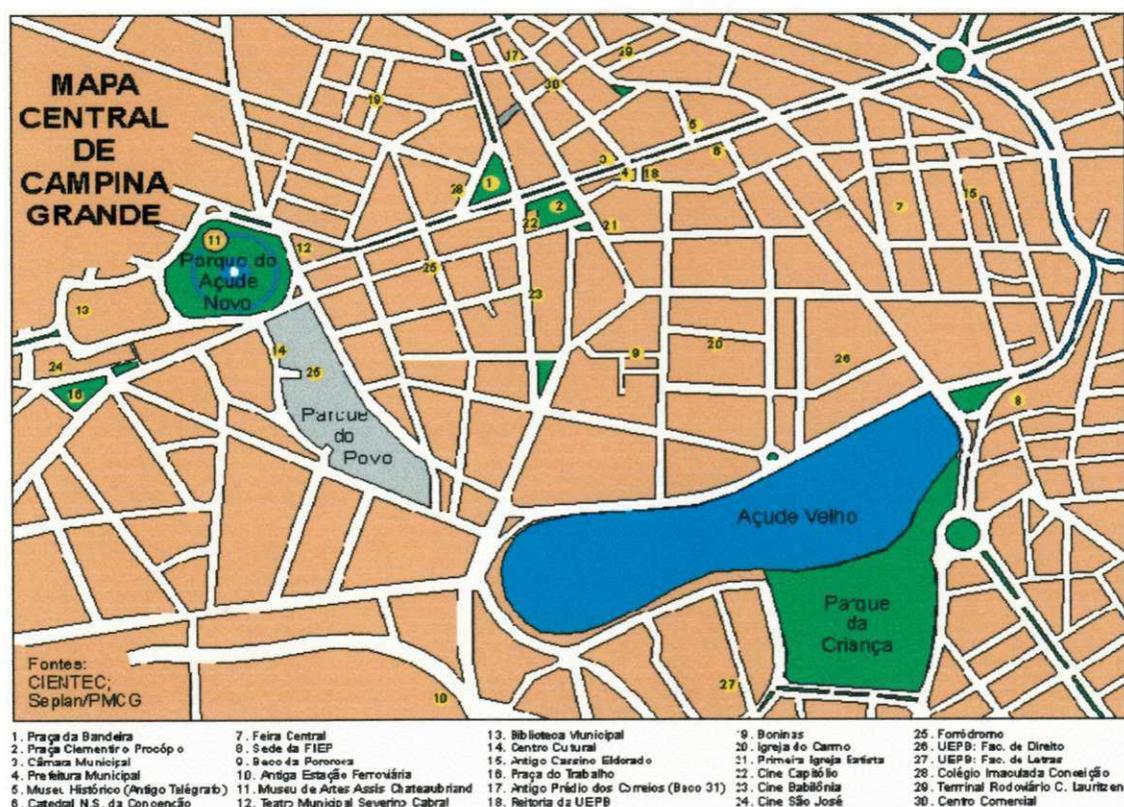


Figura: 2 – Apresentação dos principais espaços, logradouros e instituições públicas da cidade.

O crescimento demográfico, e concomitante desenvolvimento urbano de Campina Grande (ver figura 2) e de outras cidades pertencentes à sua micro-região de influência, gerou também diversos contextos de descentralização econômica, com a instalação de vários outros instrumentos e meios - cada vez “mais modernos” - de vendas no varejo.

Dezenas de mercearias e mercadinhos se espalham por toda a periferia da cidade, ao passo que a Prefeitura Municipal, procurando suprir a demanda crescente de consumo, investe na criação de diversas feiras nos bairros (ver Figura 3) ao longo dos últimos 30 anos, sendo a última instalada no bairro das Malvinas. Atualmente, apenas algumas destas feiras permanecem em atividade, como as tradicionais Feiras da Prata e a Feira da Liberdade.

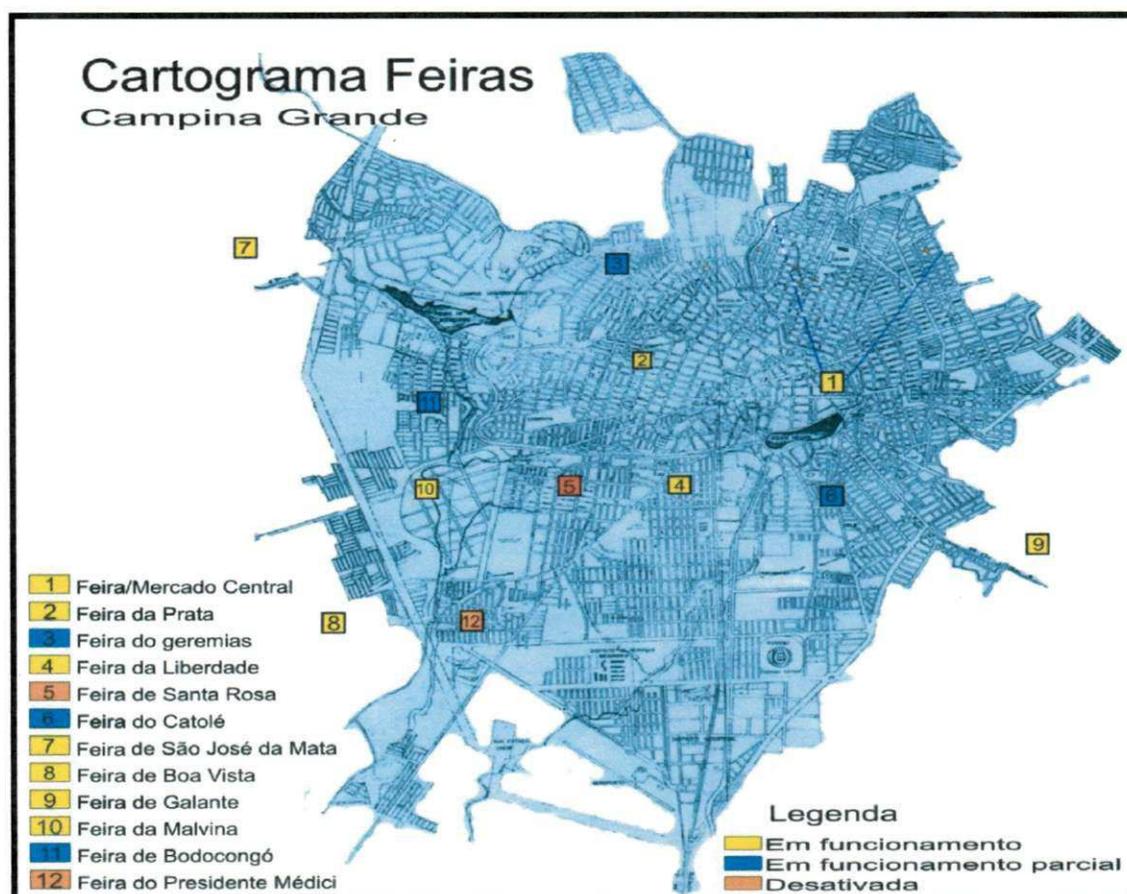


Figura 3 – Principais Feiras de Campina Grande – Fonte: Seplan/ reconstruído pelo autor.

Outros modelos de feiras-livres têm sido criados, para suprir padrões e costumes (gostos) de consumo, mais refinados ou mesmo “naturais”, como as feiras agroecológicas. Entretanto a Feira Central de Campina Grande guarda especificidades, que a distingue de todas as demais feiras da cidade, a começar pela sua constituição sócio-espacial.

4.2. Os percursos e os múltiplos espaços da feira

Para muitos sujeitos negociantes, a feira é espaço permanente de ocupação, para outros, apenas uma “viração” ou complementação da renda familiar. Subjetividades em trânsito, que percorrem semanalmente este espaço vivencial da cultura nordestina. A Feira se constitui e é representada através dos personagens e momentos de negociação que engendra, no tipo de vestuário da maioria de seus praticantes negociantes, nas construções das barracas, nos apelos verbais, nos pedintes deficientes físicos e visuais, nos momentos de lazer, nos descontraídos jogos de brincadeira ou de azar.

Os acontecimentos do dia-a-dia na Feira desdobram-se na profusão de vendedores ambulantes que invadem suas artérias, buscando cativar os transeuntes curiosos com os mais diversos tipos de produtos que vão de temperos secos à miudezas ou utilidades domésticas (pentas, sabonetes, lâminas de barbear, cremes, dentre outros); carregadores e “balaieiros” com suas cargas pesadas às costas ou na cabeça, correndo e abrindo passagem por entre a multidão; nos pequenos negociantes organizando seus produtos (preparação) em bancos de madeira, caixotes, carrinhos-de-mão, enquanto aguardam ou despertam – como num *teatro*³³ *de negociar* - o interesse de algum possível freguês.

Tal qual um evento público, a Feira Central permite a livre concorrência e comércio de bens nos seus espaços, desde que os participantes da “arena” concordem (tacitamente) com as regras que orientam o bom andamento do jogo ou da *negociação*. Os espaços de interação (na Feira) vão se construindo à medida que os praticantes ordinários, em situação de co-presença, permitam certo *continuum*, um acordo de intencionalidades necessárias à pertinência da representação e da interação.

A feira é circunscrita ou delimitada por prédios comerciais, redes de farmácias, farmácias veterinárias, supermercados, boxes para venda de rações, produtos de limpeza, bem como cereais vendidos no atacado e no varejo. Algumas residências das proximidades, na Avenida Floriano Peixoto, por exemplo, foram substituídas por farmácias, lojas de tecidos e outras transformadas em auto-escolas e escolas de idiomas, como é o caso da Farmácia dos Pobres e o Mascate.

Várias dependências da Feira (calçadas, esquinas, becos, trechos de ruas, etc.) estão tomadas pelo lixo apesar da limpeza diária deste lugar; o odor de urina humana se

³³ Utilizo aqui o termo teatro, seguindo a orientação interacionista de Irvin Goffman em *A representação do Eu na vida Cotidiana*.

mistura aos de escrementos de animais que ali transitam à procura de restos de alimentos. Outros setores apresentam prédios sucateados (supermercados e boxes), que outrora (até vinte anos atrás) foram estabelecimentos comerciais, recebendo fregueses de vários cantos da região, mas que hoje se encontram abandonadas. Instalados em suas dependências ou mesmo em seu entorno, encontro os tradicionais Supermercados Bompreço, Rede Compras, Rede 3B (antigo Pechinchão) e os Supermercados Ideal.

As paradas de ônibus urbanos, no perímetro da Feira (ver figura 4), concentram-se na Avenida Floriano Peixoto, na Rua Tavares Cavalcante e também na Rua Vila Nova da Rainha: os ônibus da linha amarela (202, 222, 022, 660, etc.), da linha verde (303, 300, 263, etc.), da linha azul (101, 111), etc. Os ônibus vindos dos distritos de Campina Grande margeiam as ruas fronteiriças da Feira, como a Vila Nova da Rainha (São José da Mata, Jenipapo, Pocinhos, Queimadas etc.) e a Rua Cap. João de Sá (Maçaranduba, Fagundes, etc.).

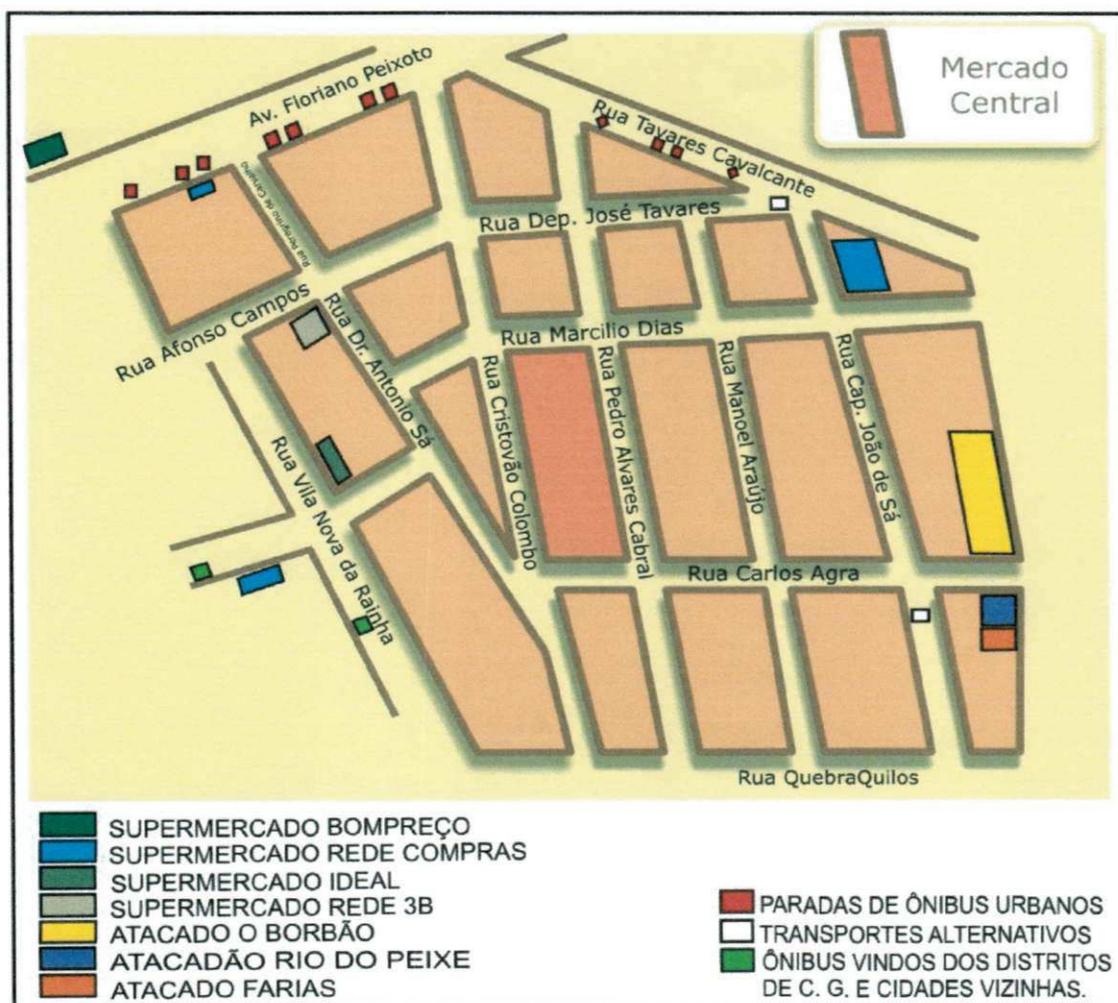


Figura 4 – Principais supermercados, paradas de transportes alternativos e coletivos urbanos e armazéns atacadistas de estivas.

No cruzamento da Rua Tavares Cavalcante com a Rua Dep. José Tavares, funcionam vários pontos de transporte de passageiros dos chamados “carros alternativos”, quase sempre uma caminhonete coberta com um toldo de lona com capacidade para, aproximadamente, quinze pessoas que se espremem entre compras e animais destinados à comercialização na feira. As placas dos carros alternativos (Maçaranduba, Ingá, Serra Redonda, Matinhas, Caiçara, etc.) fornecem indícios das trajetórias e cidades dos usuários desses transportes, até chegarem ao destino ou ponto final de parada, nas mediações da Feira Central.

É na madrugada da sexta-feira, véspera da grande feira do sábado, que pequenos produtores de frutas e verduras, pequenos criadores e/ou vendedores de carnes, negociantes e trabalhadores da feira, organizam seus estabelecimentos: descarregam caixotes e caçuás de cima de caminhões, caminhonetes e carroças-de-burro, abarrotados de frutas e verduras que são levados nas costas, na cabeça ou mesmo transportados em carrinhos de mão, até os bancos, boxes, barracas ou qualquer outro espaço onde serão comercializados.

Por toda a extensão do espaço que hoje compreende a feira de hortifrutigranjeiros, de forma mais aparente, o resultado de um dia-a-dia intenso de trabalho está impresso nas esquinas e ruas, pelo visível acúmulo de muita folha de bananeira seca – empregada no armazenamento e transporte, para acolchoar as frutas e verduras dentro dos caçuás e caixotes -, casca de abacaxi, laranja e outras frutas, junto às cascas de feijão-verde deixadas ao chão pelos negociantes debulhadores.



Foto 2 – Trabalho coletivo na Feira

Nos espaços constituintes da feira Central de Campina Grande, nos diversos boxes, armazéns, barracas e quitandas, práticas feirantes concorrem pela preferência do comprador, na medida em que instauram maneiras particulares de percorrer, concorrer e conviver com outras formas de mercado que compartilham espaços e fregueses.

Uma norma comum a lugares públicos, a possibilidade de acessibilidade para todos os transeuntes, na feira, é também um princípio de ordem (igualdade de acesso) e uma restrição de uso. Ao se perguntar, a um feirante, como se faz para chegar à feira de galinha (um dos setores da Feira Central) obteve-se a seguinte narrativa:

_ Para ir à feira de galinha, é melhor descer pela feira de queijo com a feira de verdura e frutas. Fica do lado da feira de raiz.

A circulação dos transeuntes nos espaços públicos constituintes da Feira orienta-se através de normas e regras que gerenciam os espaços públicos, sendo distintas as situações, diferentes serão também as regras aplicadas. Concebo situações particulares de negociação na Feira Central, como cenas de um enredo que se desenvolve diante de um público, e nas quais *os atores* são investidos de um poder estratégico de gestão ou arranjo das aparências, necessário a manutenção ou controle da interação que se desenvolve.

A Feira Central se compartimentaliza, ou se subdivide, em diversos setores ou micro-feiras (ver figura 5). O setor de hortifrutigranjeiros destaca-se dos demais como principal lugar de abastecimento de parcela significativa da população urbana, e espaço privilegiado para a negociação da pequena produção familiar e ainda garantia de renda para muitos desempregados que encontram lá seu sustento. São mais de quinze setores que recebem seus nomes de acordo com o produto mais tradicional e característico, como a feira de queijos e doces, a feira de flores e a feira de galinhas.

Por toda a extensão da chamada feira de frutas ou hortifrutigranjeiros, pode-se encontrar também verduras, leguminosas e outros produtos e serviços sendo oferecidos a todos os possíveis consumidores que ali transitam. São barracas de vendas de lanches, de vestuários, de Cd's e fitas K7 "piratas", granjas e boxes de cereais que constituem um quadro bastante diversificado.

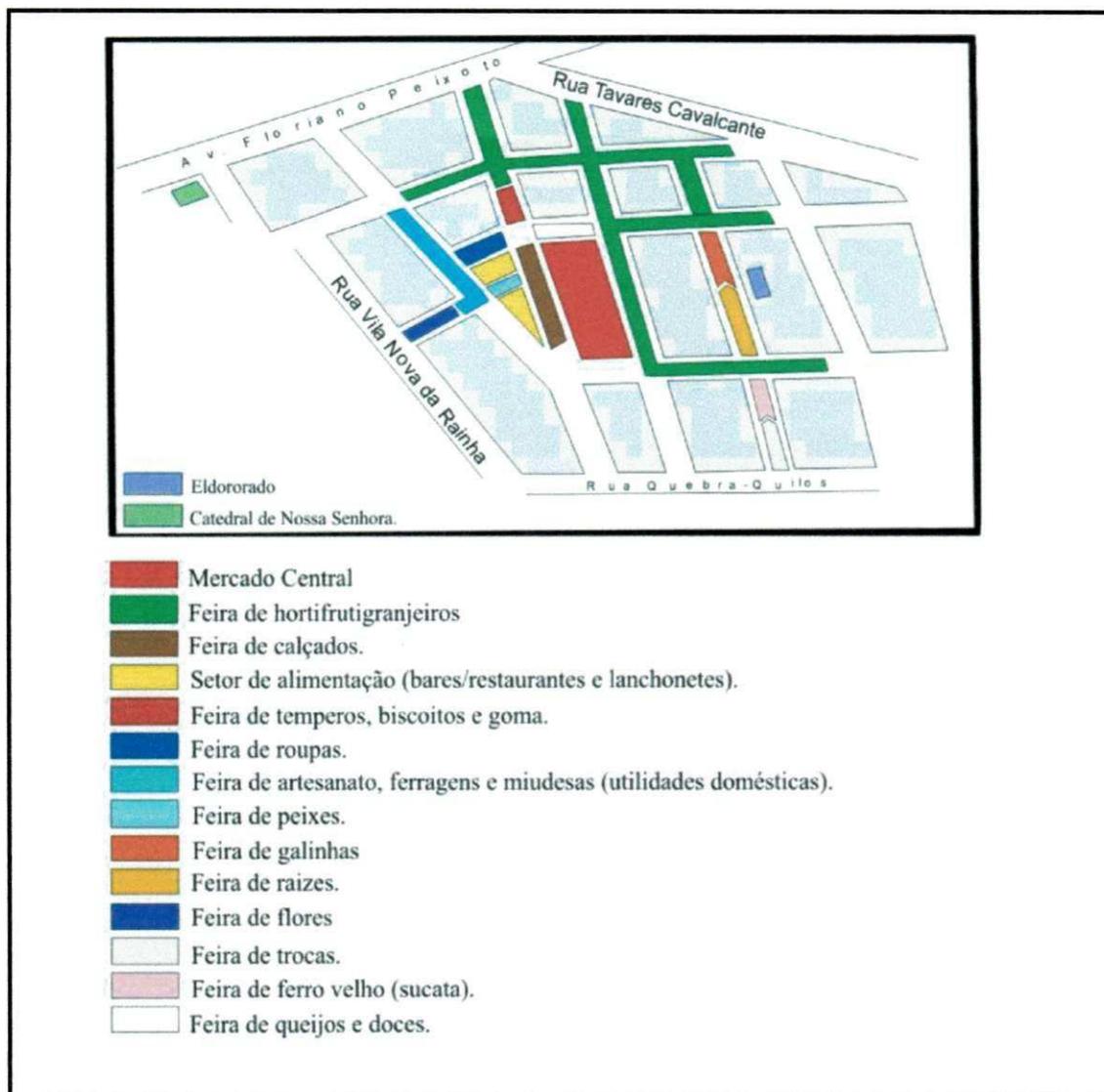


Figura 5 – Subdivisão da Feira Central e seus diversos compartimentos.

Em minhas observações, percebi que o setor ou a feira de hortifrutigranjeiros foi, ao contrário dos demais setores, o que mais cresceu em espaço e práticas de negociação, uma vez que os produtos pertencentes a esta categoria, são os mais representativos do colorido e da diversidade da Feira. A organização seletiva de todas as frutas verduras e leguminosas, a disposição dos produtos em pequenos lotes sobre as bancas e/ou barracas (ver Foto 3/4/5) de forma a tornar a exposição atraente aos olhos dos passantes, transformam estes espaços num dos cenários mais fascinantes da feira.

De fato, adentrar na Feira é deixar-se contagiar pela multiplicidade de situações de trocas simbólicas, formas específicas de interação, de abertura para o outro canalizado através da possibilidade de negociação, que fomentam no mais desinteressado transeunte o interesse por algum produto.



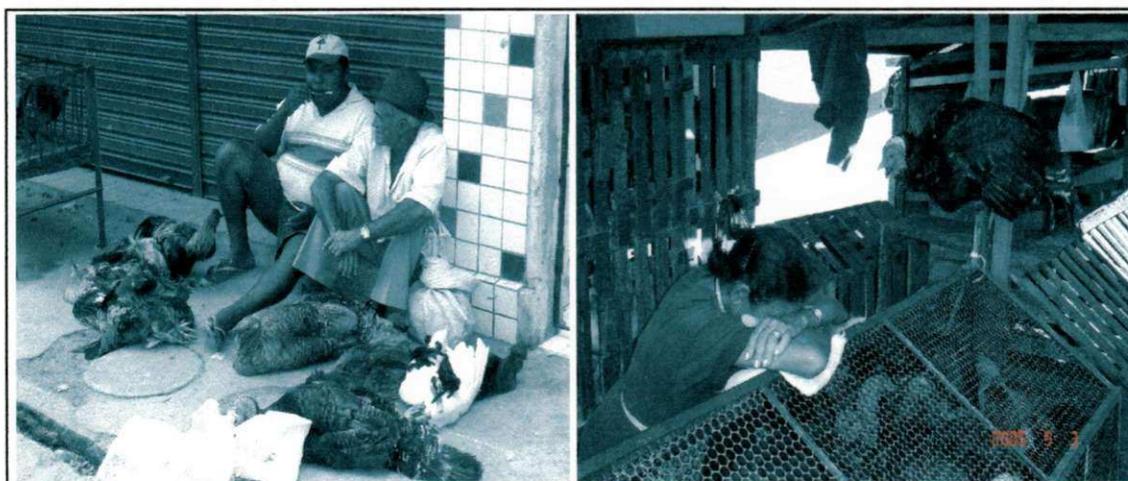
Fotos 3/4/5 – Detalhes de maneiras e arranjos de organização da diversidade de produtos.

Em suas trilhas, jovens negociantes ambulantes se misturam à multidão de transeuntes; carregadores e “balaieiros”, abrindo caminho por entre a aglomeração trazendo às costas ou na cabeça carcaças de bois abatidos ou pesados sacos de cereais, enquanto, num canto de calçada, uma família trabalha em conjunto na debulha do feijão-verde. Mais adiante, uma vendedora de verdura apressa-se em pesar, pequenos lotes de tomates, enquanto noutro banco de frutas um vendedor manipula malabaristicamente algumas laranjas, ao mesmo tempo em que convida os consumidores a experimentarem e, adquirirem seus produtos. Ações que engendram modos e astúcias cotidianas de fazer a feira, numa dinâmica própria às contingências deste lugar de trocas.



Fotos 6/7 - Negociantes de raízes e seus produtos.

Alguns setores da Feira dividem o mesmo espaço de negociação, como a feira de galinha e raízes, e a feira de ferro velho e feira de trocas, ambas localizadas na Rua Manoel Pereira de Araújo. A feira de galinhas e raízes é um dos setores mais prejudicados com as mudanças introduzidas na Feira (ver Fotos 8/9), posto que, em seus espaços fossem comercializados diversos outros animais como porcos, bodes e perus. Com a criação do Parque de Exposições de Animais Carlos Pessoa Filho, no bairro do Ligeiro, e as constantes investidas da Vigilância Sanitária no sentido de coibir a comercialização destes animais sem o seu devido “controle”, este setor deixou de ser freqüentado por muitos pequenos criadores que traziam seus animais, para serem negociados ali. Seus poucos freqüentadores são os que procuram, talvez movidos pelo costume, uma boa galinha de “capoeira” ou mesmo uma galinha “matriz”, como substituta do habitual “galeto”.



Fotos 8/9 - Negociante de aves da feira de galinhas

Ainda na feira de galinhas e raízes, na Rua Manoel Pereira de Araújo, mais próximo à Rua Quebra-quilos, desenvolvem-se a feira de ferro velho e sucata, a feira de passarinhos e a feira de trocas, novamente dando uma demonstração da coesão espacial existente na feira, destarte a organização de diversas atividades distintas, mas, de alguma maneira, complementares. Dessa forma, transitando por estes espaços é possível deparar-se com os mais variados e inusitados objetos usados, como vasos e pias sanitárias, grades, basculantes, portas e janelas de ferro ou alumínio expostos em frente à oficinas serralharias que também reformam e adaptam estas peças aos gostos do consumidor.

Em seu meio a feira de ferro-velho e sucatas, em dias específicos desenvolve-se atualmente a feira de trocas que, até finais da década de 1980, funcionava em espaço externo a área da Feira Central e que foi desocupado pela Prefeitura Municipal, sob o argumento de desobstruir o tráfego automotivo neste setor urbano. Desagregou-se o lugar, mas não foi possível acabar com as práticas destes personagens que agora invadem a Rua Pedro Álvares Cabral, transformando-a em “feira do troca-troca”, onde se pode comprar ou trocar, enfim, negociar toda a sorte de produtos como relógios, celulares, pulseiras e cordões, vestidos de noiva, tênis e sapatos usados, roupas, bicicletas, tocas-fitas, aparelhos de som, vídeo cassetes, ventiladores, etc. Boa parte destes produtos é de origem duvidosa, já que geralmente não se apresentam as notas fiscais referentes à aquisição dos objetos expostos para a venda, podendo ocorrer inclusive algum desafeto com o vendedor quando da solicitação de algum documento comprobatório da compra. Assim, os que adentram suas dependências em busca de algum utensílio ou objeto, evitam alguma pergunta sobre a origem do produto.

A maioria dos sujeitos que freqüentam estes espaços são os menos abastados da cidade, cuja renda não possibilita adquirir objetos novos nas casas comerciais. Caso se precise fazer alguma reforma ou consertos domésticos, recorrem à feira do troca-troca a certeza de encontrarem o objeto de consumo que se desejam, mesmo que já usado, mas com valor acessível às suas posses ou renda.

A feira de doces e queijos localiza-se em frente à entrada principal (norte) do Mercado Central (Foto 10) e também em alguns boxes de frente ao bloco principal de barracas deste setor. Distribuídas por suas doze barracas ou bancos, estes estabelecimentos negociam os tradicionais queijos de coalho e de manteiga, a manteiga-de-garrafa ou manteiga-da-terra que tem consistência líquida e é muito utilizada nas comidas regionais como a macaxeira com carne-de-sol ou o cuscuz - além de doces quebra-queixos, bananadas,

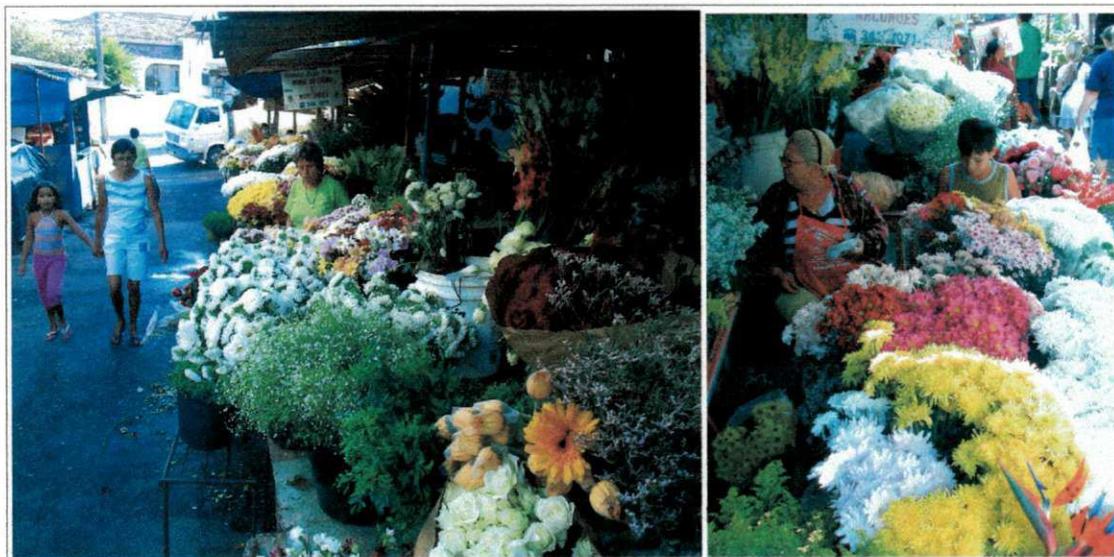


Foto 10 – Perspectiva de um banco de queijos e doces.

goiabadas e doces de jaca, fabricado de forma caseira e exposto em bandejas, feitas com latas de tinta cortadas ao meio.

As inovações também se fazem presentes neste setor da Feira Central, posto que seja possível encontrar outros tipos de produtos, como os queijos de coalho pasteurizados e com baixo teor de sal - indicado às pessoas com problemas de hipertensão ou colesterol alto - e também os queijos de cabra, que são mais difíceis de serem encontrados na feira, por ser de qualidade superior aos demais e também de valor mais elevado. No meio do percurso entre a feira de queijos e o Mercado Central, diversos transeuntes disputam os espaços entre alguns bancos de verduras.

A instalação desordenada de pontos de comercialização nos espaços da feira provoca constantes desconfortos e até desentendimentos, entre alguns negociantes e pedestres mais exaltados, sem que, no entanto, desemboque em maiores agressões. Entretanto, apesar dos esforços da administração local para coibir estas práticas, é quase inevitável que ambulantes com produtos de toda natureza, invadam os espaços públicos da Feira, devido às dimensões da área da Feira associados aos índices de desemprego no município que arrastam sujeitos da cidade e do campo para o trabalho informal.



Fotos 11/12 – A diversidade de flores, cores e aromas traduzem a riqueza da Feira.

A feira de flores (fotos: 11/12) localizada na Rua Manuel Farias Leite, representa um dos setores da Feira mais belos de se ver, por conta da variedade de flores (inclusive orquídeas) e plantas que são comercializadas nas cinco bancas dispostas à

principal entrada da Feira, pela Rua Vila Nova da Rainha. Segundo as informações colhidas em campo, é durante as datas sacras e comemorativas que este setor recebe mais consumidores e visitantes em busca de arranjos para presentear um afeto, ou enfeitar as recepções.

Em seus caminhos ou percursos, a feira de flores compartilha seus espaços com algumas bancas de fumo de rolo onde os vendedores agregam a este produto a exposição de outros artigos como fósforo, cachimbo e papel para cigarro “pé de burro” ou, o fumo picado embalado em saquinhos plásticos, e outras casas de venda de artigos em couro e ferragens, com a exposição de enxadas, pás, picaretas, celas, chocalhos, esporas, arreios, estribos, gibões, chapéus, guarda-peitos, botas, perneiras etc., e peças feitas de barro como potes e panelas.

Cada feira é um espaço que tem especificidades próprias que se revelam em mínimos detalhes, nos gestos, comportamento, práticas e organização dos produtos e espaços. A astúcia de se posicionar e organizar setores e produtos distintos, mas de natureza complementar, expressa e traduz a coesão e articulação entre as práticas e os

espaços da Feira Central. Assim, paralelo à feira de flores, alguns comerciantes expõem no chão, forrado com uma lona plástica, jarros de plantas ornamentais, enquanto que numa casa em frente às bancas de flores, um outro exhibe gaiolas com pássaros silvestres e aquários com diversas espécies de peixes, além de adubos, rações e utensílios para jardinagem. Dessa forma,



Foto 13 – Arte regional em barro

negociantes deste setor se

beneficiam ou tiram algum proveito da articulação espaço/produto, para oferecer aos possíveis consumidores, produtos que não estavam previstos em suas intenções de consumo.

O setor de artesanatos (fotos: 14/15) encontra-se também em complementaridade espacial com os setores de ferragens e miudezas e, apesar dos poucos estabelecimentos localizados, estes setores, em seu conjunto, continuam sendo

representativos da criatividade da cultura regional. Nestes espaços, podem-se encontrar os mais diversos e criativos produtos artesanais que vão de bonecas de pano e bonecos esculpidos em madeira e barro representando personagens típicos do meio Nordeste, a utensílios como lamparinas, candeeiros e ralos para triturar alimentos de nossa culinária, (como é o caso da macaxeira e do milho), confeccionados com latas de óleo vazias, além de esteiras de palha, bolsas, chapéus, uma diversidade de brinquedos (carrinhos, piões, confeccionados em madeira e lata), e artigos para decoração.



Fotos: 14/15 – Criatividade e especificidade local do artesanato regional .

Muitos desses produtos, apresentados aqui de maneira breve, são procurados por turistas em busca de alguma lembrança da cidade. Outros bancos e estabelecimentos, como as lojas de ferragens disponibilizam aos consumidores uma variedade de instrumentos (alicates, chaves de fenda, serras para cano) e utensílios para pequenos consertos, além de ferramentas como pás, picaretas, foices estrovengas e enxadas, muito procuradas por moradores da zona rural de Campina Grande e cidades circunvizinhas.

O setor de alimentação fica localizado entre a feira de calçados e roupas e a feira de peixes, compreendendo pouco mais de uma dezena de barracas e bares. Apesar de existirem espalhados pela feira várias barracas, bares e lanchonetes, este espaço *sui-generis* absorve a maior parte destes estabelecimentos destinados ao consumo de refeições, de bebidas e de lazer (prática da prostituição). Algumas barracas apresentam estado físico e higiênico bastante precário, estando muito próximos à feira de peixes, absorve desta, seus odores característicos, chegando a incomodar os narizes mais

desatentos. Restos de alimentos, peixes tratados e vísceras jogadas ao chão, concorrem de maneira irresistível na atração de gatos e cachorros que habitam os becos e vielas daqueles setores.

Este setor (Foto 16), como toda a Feira Central, atende a um público consumidor bastante heterogêneo, encontrando-se em seus domínios estudantes universitários, funcionários públicos, diversos prestadores de serviços, negociantes da própria feira, prostitutas, empregados de estabelecimentos comerciais das proximidades (da feira e deste meio). Sujeitos consumidores de outras cidades circunvizinhas que recorrem a este complexo mercadológico para fazer a feira, além da pluralidade dos moradores dos bairros periféricos da cidade.

Porém, os personagens mais importantes destes cenários são os consumidores. Funcionando de segunda ao sábado, as barracas do setor de alimentação recebem cotidianamente sujeitos oriundos das camadas populares, mas é possível se encontrar em seus



Foto 16 – Um dos diversos estabelecimentos de lazer e refeição.

percursos, sujeitos pertencentes a outras categorias sociais, como políticos locais, cantadores repentistas e até pequenos empresários que procuram este local da Feira, para se alimentarem, beberem algum aperitivo enquanto conversam com seus parentes, amigos ou companheiros de trabalho, ou até mesmo se dançar um forró com alguma das mulheres que por ali buscam atrair clientes. Prostitutas em busca de agradar os que por ali transitam, num misto de trabalho e diversão.

As refeições servidas compõem um cardápio básico da culinária nordestina, com feijão, arroz, farinha de mandioca ou cuscuz, diversos tipos e preparos de carnes (de bode, porco, boi e galinha ou “galeto”), que antes de serem servidas, são acompanhadas por uma “lapada” (dose) de aguardente ou outro aperitivo, tudo ao gosto do consumidor que em sua maioria é formada por trabalhadores da própria Feira.

A feira de roupas e calçados ocupa um espaço particular na Feira Central, sendo que, devido à sua composição e organização, não permite que se instalem outros

bancos ou barracas com produtos distintos dos dali encontrados, mantendo contigüidade apenas com as barracas de artigos variados, como miudezas e aviamentos, instaladas em suas margens. Diferentemente dos setores de hortifrutigranjeiros e carnes, cujos personagens negociantes necessitam acordar muito cedo para as tarefas de organização e preparo de suas mercadorias e estabelecimentos, o funcionamento dos estabelecimentos deste setor começa mais tarde, por volta das oito horas da manhã.



Fotos 17 – A arte regional nos produtos em couro

Os negociantes de calçados são bastante diversificados em relação aos modelos e estilos de sapatos que comercializam. Alguns são donos de pequenas fábricas instaladas na periferia da cidade, principalmente no bairro de José Pinheiro, outros são proprietários de vários bancos de calçados, com funcionários contratados e uniformizados, o que possibilita a identificação do estabelecimento, por parte dos fregueses. Podemos encontrar em algumas barracas e lojas de ferragens, neste setor da feira, artigos em couro que marcam a presença da arte regional nordestina. São cintos, gibões, botas, sandálias e chapéus confeccionados com o couro do bode, que remetem ao universo do vaqueiro sertanejo.

Reforçando o colorido que marca os múltiplos espaços da Feira, as barracas muito próximas e cobertas por lonas plásticas de cores diversas, protegem os produtos - popularmente conhecidos como “sulancas” - das chuvas e outras intempéries, ao mesmo

tempo em que transmitem certa coerência espacial. Alguns bancos, além da venda de roupas e artigos para cama, mesa e banho, desenvolvem outras tarefas como a reforma e o conserto de roupas principalmente vestidos juninos e abadás, muito procurados nas respectivas épocas de festejo. Na feira de roupas, as peças de vestidos, blusas, calças, redes, mosquiteiros são penduradas em ombreiras, em varais de cordões presos por pregadores ou mesmo expostos em cima dos balcões das barracas, fornecem um cenário multicolorido.

4.3. O Mercado Central: algumas práticas espacializantes.

No interior do Mercado Central, encontram-se as feiras de cereais e carnes, com setores devidamente compartimentados e hierarquizados contando com mais de 1.200 pontos de comércio. Assim, entrando pela ala superior oeste do Mercado (pela feira de roupas e peixes), e pela Rua Carlos Agra, encontramos diversos negociantes de cereais. Ao centro, é perceptível a distinção sócio-espacial considerando a classificação sobre a qualidade da carne negociada. A entrada principal (pela feira de queijo) os boxes e bancos de carnes de boi, de sol e de bode, consideradas “nobres” por serem consumidas preferencialmente por sujeitos mais abastados economicamente, espalha-se pelo centro do Mercado, dominando aproximadamente 65% de seu espaço interno.

No setor leste, ainda no interior do mercado, com entrada pela feira de hortifrutigranjeiros (Rua Pedro Álvares Cabral), encontram-se os bancos e boxes de carnes de qualidade inferior, ou menos nobres chamadas popularmente de “xaveco”, “miúdos” ou mesmo de “faúla³⁴”. Apesar da Vigilância Sanitária considerar as condições destes tipos de vísceras (carnes) impróprias ao consumo humano, a procura deste produto não está restrita aos sujeitos menos abastados, sendo também visitada por sujeitos oriundos de uma classe média e donos de restaurantes e bares que compram patas de boi e intestinos destinadas ao preparo de um dos pratos mais tradicionais da região, o “mocotó”, além de procurarem “carnes para feijoada” (tripas, patas e estômagos de bode recheados com pedaços pequenos de rins, pâncreas, sangue) e temperos que compõem a típica buchada nordestina.

³⁴ As “faúlas”, como ainda são chamadas, são os restos e pedaços pequenos de carnes, vísceras e tripas, que são salgadas e expostas à venda, compradas geralmente para complementar a ração de cães, mas também para o consumo da população mais pobre da cidade e do meio rural.

As práticas de dezenas de trabalhadores dos açougues e frigoríficos, responsáveis por descarregar em suas costas aproximadamente ¼ de boi (entre 40 e 60kg), com destino aos diversos boxes de carnes no interior do Mercado Central, é realizada durante a noite (entre 18:00 h e 22 h.), já na quinta-feira, transcorrendo por toda a madrugada da sexta-feira, são realizadas as ações de esquarteramento que envolvem a preparação da carne para a venda.

O preparo dessas carnes envolve um conhecimento prático, relativo às partes dos animais, que constituem os costumes de comestibilidade mais tradicionais da culinária e da cultura regional. Seus usos, ou consumo, respondem a hierarquias e situações de poder e *status* social.

Para a maioria dos negociantes de hortifrutigranjeiros, dos negociantes açougueiros ou *marchantes*³⁵ que comercializam *carnes quentes*³⁶, e também os vendedores de peixes, a rotina de trabalho ou práticas de negociação começa logo nas primeiras horas do amanhecer, entre quatro e seis horas da manhã, às sextas-feiras e aos sábados, dias de maior movimento de pessoas e produtos.

Na feira de carnes e na feira de peixes, no interior do Mercado Central (Fotos 18/19) as práticas que envolvem a limpeza e preparação destes produtos compõem uma cena curiosa onde indivíduos manuseiam foices, machados, trincheis e facas, numa *visceral* arte de *retalhar* a carne. Entre carcaças de bois, bodes e porcos, cachorros e gatos disputam os restos destes animais em meio ao sangue que escorre por entre os cantos das calçadas.

³⁵ É comumente chamado de *marchante*, aquele sujeito responsável por receber, e preparar (cortar) as peças de carne, classificando as respectivas partes (alcatra, file mingnon, lombinho, costela, etc.), em relação à determinação dos gostos ou dos padrões da comestibilidade local.

³⁶ São chamadas de carnes quentes, as carnes não congeladas e que, por isso mantém suas qualidades nutricionais e seu peso, diferentemente das carnes congeladas, segundo depoimento de alguns negociantes marchantes.



Fotos 18/19 – Arte e técnica em manipular instrumentos na arte cotidiana de negociar.

Os recursos disponíveis para atrair, conquistar e manter o freguês são organizados e efetivados em práticas simbólicas (artes de negociar) e habilidades de conversação, procurando superar as precárias condições em equipamentos e infraestrutura e a concorrência dos supermercados.

No interior do Mercado Central, alguns negociantes de cereais procuram organizar seus estabelecimentos de forma que grandes sacas de cereais (40 à 60 kg) são abertas e enfileiradas, como que formando um balcão na frente do estabelecimento, indicando a fronteira entre quem vende e quem compra.

A balança é situada de forma que o freguês possa acompanhar a pesagem do produto escolhido, que é realizada às vistas do consumidor. Nesse momento, geralmente o negociante deixa propositalmente transpor além do peso requerido uma certa quantidade ou algumas gramas registradas na balança, e observado pelo consumidor. Este pequeno exemplo faz parte do arcabouço das táticas de negociação onde, na feira, não acrescentar ao valor do produto, as gramas que ultrapassaram funciona como uma estratégia de conquista do freguês. Quando do somatório dos valores dos produtos comprados, o negociante não só ignora a quantidade (gramas) “a mais” no peso dos produtos, como também procura de alguma forma dar um “desconto” sobre o valor total dos produtos comprados.

4.4. Os personagens

Na Feira Central, as aparências dos sujeitos que percorrem a multidão transformam as contradições básicas de sua constituição em um fato: uma textura social

coesa formada por estranhos. Sujeitos em afluência, na feira a coesão social se realiza a partir de uma forma específica de coerência, ancorada na possibilidade de apreensão e controle das impressões recíprocas no momento da interação entre consumidor e vendedor negociante.

A pertinência ou a manutenção das práticas que institui o *ser* feirante, na Feira Central, está diretamente ligada às formas simbólicas de adesão social, fazendo com que sujeitos com bagagens sócio-culturais distintas, saberes consolidados no dia-a-dia da feira, continuem a realização de suas expectativas de consumo.

A existência da Feira Central e seu desenvolvimento não devem ser compreendidos apenas a partir das regras que gerenciam o lucro capitalista, como afirma Paulo F. Monteiro Galvão (1994), em sua dissertação sobre a evolução e as mudanças sociais ocorridas na feira livre de João Pessoa.

São os diversos personagens que a freqüentam (destaque para os negociantes e os consumidores) os responsáveis pela recorrência permanência de seus espaços (Fotos: 20/21). Os negociantes de hortifrutigranjeiros, de cereais, de carnes, de peixes, de raízes, de galinhas, de artesanatos, de ferragens, de flores, de roupas e calçados, enfim todos os negociantes dos mais diversos tipos de produtos que, associados aos caminhantes consumidores transformam a feira num enredo cotidiano de trabalho e descontração, mas também de tensões e conflitos.



Fotos 20/21 - Personagens na multidão da feira, consumidores e negociantes.

Entretanto, não são apenas as ações de negociação que engendram este lugar. Diversos outros comportamentos e atitudes menos higiênicos, apesar das constantes reclamações dos negociantes e transeuntes, fazem parte do cotidiano da Feira. Dessa maneira, a organização e o asseio do (estabelecimento) ou espaço de trabalho, e seus produtos, não se estende aos espaços de circulação de sujeitos transeuntes (potenciais consumidores). Em todas as ruas que constituem o perímetro da Feira Central, a prática de se soltar o lixo (restos de animais, vísceras, cascas de frutas, latas, etc.) nas vias e calçadas é recorrente entre diversos consumidores e negociantes que utilizam seus espaços.

Numa de minhas incursões, foi possível constatar, ao lado de uma barraca onde se vende comida (refeições e lanches), logo numa das entradas principais da Feira (no cruzamento da Rua Peregrino de Carvalho com a Rua Afonso Campos), que diversas pessoas se utilizavam da calçada, do poste e do muro do estabelecimento para urinar. O cheiro fétido da urina chegando até as bancas de verduras, chegando a incomodar os que por ali passavam, inibindo possíveis fregueses. Assim, na Feira, além da concorrência dos supermercados, mercadinhos e mercearias, espalhados por toda a cidade, seus espaços públicos sofrem ainda, com práticas que deveriam ser realizados em âmbito privado e adequados (sanitariamente), para suprir necessidades fisiológicas.

Por outro lado, pouco tem sido realizado, pelos poderes públicos, planejadores e gestores (Prefeitura Municipal e órgãos associados) em função de uma re-educação nos costumes e práticas de consumo, nesse ambiente. Assim como não há interesse por parte dos diversos segmentos de comerciantes, representantes da Vigilância Sanitária, Secretaria Municipal de Saúde e demais instituições responsáveis na manutenção e recuperação dos espaços (prédios, ruas, estabelecimentos comerciais, boxes, barracas e bancos) constituintes da feira.

Homens, mulheres, jovens e crianças participam cotidianamente da construção deste espaço, praticando rituais de negociação, desenvolvendo saberes, constituindo relações, estabelecendo processos de sociabilidades peculiares a este lugar de mercado. Nesta concepção, a Feira está no centro da vivência de diversos sujeitos negociantes que fazem dela uma extensão do ambiente doméstico, como afirma o Sr. Antônio:

Isso aqui é o coração de Campina Grande meu amigo,
isso aqui é centro, o Mercado Central é centro, o que falta
é organização, nós tamo bem no centro de Campina

Grande(...). Eu passo o dia aqui. A minha casa é aqui. Chego aqui 4:30 e 5:00 hs. da manhã. Saio daqui 5:30 no máximo, pronto só tenho a noite. Fico aqui a semana todinha durante o dia. Só não no domingo, no sábado até o meio dia. (Antônio da Silva Oliveira, 58 anos, vendedor de hortifrutigranjeiros)

Lugar público, a Feira é considerada para muitos que a realizam, como uma extensão de sua moradia, lugar de familiaridades e afinidades, de reciprocidades e concorrências, ou seja, de práticas concebidas como instrumentos construtores e definidores de espaços de negociação. A narrativa de um espaço constrói, mas também desloca os significados em face das circunstâncias, transforma a rua (espaços de enunciação) em casa (lugar comunitário). Em dias de maior movimento (quartas-feiras, sextas-feiras e sábados), as frações de espaços que constituem os diversos setores, artérias em fluxo, são inundadas por esses indivíduos, das mais diversas localidades.



Foto 22 – Três gerações compartilham o espaço e as práticas de negociar.

Assim como num núcleo familiar, a feira (rua) é transformada na casa (família, subordinação) e assume códigos de sociabilidades, inerentes àquele micro universo, como a troca de cortesias, trocas recíprocas de ajuda e relações de compadrio, como o empréstimo de um produto que não tenha no estabelecimento (no momento da

interação). Como no seio da família (foto 22), a feira prescreve um lugar social onde o sujeito (feirante) possa desempenhar seu personagem (comprador, vendedor, transeunte) e reconhecer-se entre os participantes consumidores.

A relação com o espaço, com o tempo definindo o ritmo das tarefas, transforma a percepção e os sentidos atribuídos à Feira (lugar de práticas cotidianas) e a casa (lugar de descanso, inércia). Estar na feira, em certa regularidade de tempo e espaço, permite construir distintas relações de reciprocidade entre sujeitos ordinários participantes e competidores, num espaço de consumo de bens simbólicos e materiais inerentes a este espaço de trocas. Na Feira Central, os sentidos atribuídos aos estados de afinidade e compadrio recíproco funcionam como amortizadores do contexto fortemente concorrencial, inerente a uma praça de mercado.

A troca recíproca de favores entre feirantes concorrentes pressupõe sua contrapartida de maneira similar ao serviço prestado ou ao bem de troca cedido. Quando um feirante recorre a seu vizinho, solicitando o empréstimo de um produto (que não dispõe em seu estabelecimento), para não faltar ao pedido de um freguês, ele deve estar ciente dos códigos implícitos, nas e através das regras ou acordos de interação em espaços públicos concorrenciais como na feira, que deverá retribuir em algum momento o benefício com igual presteza.

A Feira Central, pela própria natureza pública de seus espaços e pela constituição heterogênea de seus personagens e seus interesses, também é lugar de conflitos e tensões. As interações e relações entre consumidores e negociantes são orientadas por normas instituídas nas próprias práticas de negociação. Os códigos implícitos de interação e convívio, não permitem, por exemplo, que um vendedor interpele um consumidor quando este se encontra em negociação com outro vendedor, sob pena de criar um sério entrave nas relações de grupo, podendo ser acompanhada de insultos depreciativos (“invejoso, olho grande”) ou até agressões físicas.

Nas práticas feirantes, as ações agenciadas e negociadas, os modos transmitidos de fazer, de sentir, de interagir, são expostas a riscos empíricos, riscos das contingências e da casualidade que temperam essas relações, fomentando um complexo intercâmbio ou troca de informações, num intenso processo comunicativo. Entretanto as normas estão sujeitas à vulnerabilidade e à lógica das circunstâncias, onde os encaixes de significados ocorrem a partir das combinações entre o dito e o que ficou implícito, as trocas fortuitas de olhares aparentemente não-intencionais e os olhares clivados de interesse.

Assim é comum, ao se caminhar pelas artérias da Feira, procurar dar passagem ou a preferência do caminho a algum sujeito que trabalhe como carregador de compras “balaieiro”³⁷, carregador de estivas, de hortifrutigranjeiros ou qualquer tipo de condutor. Não se deve passar por entre dois sujeitos quando estes, através de conversação e gestos de aceitação ou negação, desenvolvem uma negociação. Outros espaços, como a zona de prostituição - conhecida também como rua do “rói couro” -, próximo à feira de galinhas e raízes, são simbolicamente e fisicamente interditados, evitados por pessoas (em geral mulheres e religiosos) com alto nível de julgamento de valor e padrão moral.

Para diversos negociantes que trabalham na Feira Central, como verdureiros, açougueiros/marchantes, carregadores e “balaieiros”, o horário de trabalho começa aproximadamente às quatro horas da madrugada e só termina por volta das dezesseis horas da tarde. Uma jornada de doze horas de trabalho, distribuídas em tarefas que vão desde a separação e seleção das frutas e verduras, lavagem e pesagem até a organização nos balaios e/ou caixotes, bem como a organização/apresentação dos produtos no estabelecimento ou banco(a).

De acordo com o Sr. Antônio (verdureiro), é necessário “estar logo cedo na feira, deixar tudo organizado, porque os fregueses também gostam de chegar cedo”. Mesmo morando na cidade, no bairro de Santo Antônio (zona leste), próximo 1 km do perímetro da Feira,

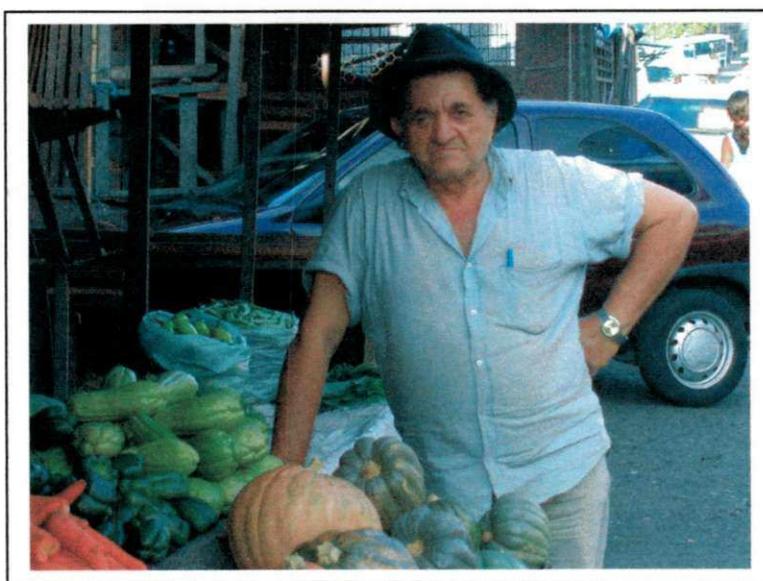


Foto 23 – Seu Antônio e seu banco de verduras.

ele (Foto 23) relaciona a construção das condições tempo-espço para realização das tarefas necessárias à preparação de seu banco, com as expectativas e costume de muitos de seus fregueses, que preferem comprar frutas e verduras logo cedo da manhã, na

³⁷ Hoje em dia, o personagem do balaieiro tem se tornado raro de se encontrar na Feira. Seus serviços e seus balaios foram sendo paulatinamente substituídos, por carregadores de feiras com carrinhos-de-mão.

certeza de encontrá-las mais frescas, com aparência mais saudável devido ao pouco manuseio por parte de possíveis compradores.

O cotidiano de trabalho na Feira não encontra hora certa para começar ou terminar. O ritual matinal exige, da maioria dos negociantes, uma grande disposição e força de vontade que supere as dificuldades e agruras de um dia-a-dia de árdua labuta. Uma personagem negociante, bastante reveladora de uma vivência construída em muito trabalho, Dona Maria Luzia da Conceição, que tem 67 anos de idade, sendo que trabalha na feira desde os sete, junto com sua irmã, Antônia Maria da Conceição, de 68 anos. Ambas trabalham debulhando feijão-verde, atividade que não tem hora certa para dar início, embora ocorra geralmente nas vésperas dos “dias de feira” (madrugada de terça para a quarta-feira, da quinta para a sexta-feira e da sexta para o sábado).

Apesar da idade avançada de dona Maria Luzia da Conceição e de sua irmã, dona Maria Antônia da Conceição, as práticas de debulhar feijão, que lhes toma grande parte de seu tempo - entre doze e quatorze horas, chegando a dezesseis horas da sexta-feira para o sábado, dia de maior movimento na feira -, ocorrem num clima de companheirismo, como que fazendo parte de uma comunidade ou grupo familiar, com interesses orientados em torno do trabalho (coletivo).



Foto 24 - Dona Maria Luzia e sua irmã, duas tradicionais feirantes.

Dona Maria Luzia afirma, com notável vivacidade e energia, que acorda muito cedo para o dia-a-dia de trabalho na feira (Foto: 24) mesmo morando em um sítio na localidade de Jenipapo³⁸, distrito de Campina Grande, pois não há atividade que mais goste de fazer do que trabalhar na feira, uma trajetória que marcadamente deixa suas impressões no olhar, nas rugas e na expressão facial, gestos e discursos que remetem às agruras do trabalho camponês no Nordeste brasileiro. “Eu me acordo às 10h, 11h, 01h da madrugada, segunda, terça, quarta, quinta e sexta, e domingo vou para a Prata (feira)”.

O conhecimento sobre os gostos e/ou preferência de determinados consumidores é construído na recorrência das ações de negociação, periodicidade dos encontros que envolvem a troca, em contextos sócio-espaciais de relativa estabilidade. A percepção e antecipação da satisfação das necessidades de consumidores consagrados, através de ações constituintes da dinâmica espacial da feira, não dizem respeito apenas a práticas cotidianas recorrentes num espaço mercadológico, estão antes, vinculadas às formas simbólicas através das quais os atores negociantes da Feira, canalizam ou atraem as atenções e intenções dos fregueses.

É a experiência prática e cotidiana de se trabalhar na feira, que fornece ao Sr. Antônio Oliveira, o conhecimento sobre os produtos que comercializa, a flexibilidade no cálculo do preço ou na margem de desconto que pode conceder ao freguês. Seu Antônio continua sua narrativa (entrevista) discorrendo, sobre a margem de lucro possível que lhe confere cada produto de sua banca. Com atenciosidade e dinamismo, característicos a diversos negociantes da Feira, seu Antônio passa a apresentar a diversidade ou variedade de produtos que estão expostos em seu banco, constando mais de trinta itens entre frutas, verduras e legumes.

Segundo o Sr. Antônio, a diversidade de produtos associada ao bom atendimento (Foto 23) favorece ou mesmo fomenta o interesse do comprador/freguês em adquirir outros produtos (além daquele de origem), ampliando a possibilidade de consumo e as vendas do negociante. É dele a explicação transcrita abaixo:

(...)veio atrás de batatinha, pra ver batatinha, da tomate levou a cenoura né, da cenoura levou o inhame, é o tipo da coisa, uma coisa chama a outra, e mais selecionado,

³⁸ De acordo com os dados de Costa (2003), aproximadamente 16% dos comerciantes da Feira Central de Campina Grande são de outros municípios; 2% são oriundos dos distritos; e 82% são residentes na própria cidade.

bem arrumadinho, que eu boto tudo no padrãozinho,(...)
fica à visão de todo mundo.

Em diversas situações, constatei que o trabalho na feira é uma prática que envolve a participação de um ou vários membros da família, apesar de, em suas narrativas, os negociantes mais experientes afirmarem o desejo de que seus filhos estudem e trabalhem em outra atividade, “algo melhor pra eles”, revela um negociante. Práticas de negociar vêm sendo informadas cotidianamente, conhecimento que passa dos pais para os filhos. Na própria feira de raízes encontrei um casal de jovens, onde o homem (esposo) havia herdado o banco do pai, que tinha falecido recentemente e com quem trabalhava.

Dona Tereza, uma simpática senhora negociante de carnes no interior do Mercado Central - vende miúdos, tripas e “buchadas” na parte leste do mercado -, trabalha na Feira há mais de 40 anos, sempre negociando com carnes, “ajudando” seu pai. Hoje, encontra-se na companhia da neta a qual transmite os saberes e a continuidade das práticas de negociação. Segundo ela:

Tá assim meio parada, mas a gente vai levando como Deus qué, porque meu pai deixou esse banco pra mim. Desde pequena que trabalhava com meu pai. Agora minha neta me ajuda a negociá. Quando eu for me embora (falecer) deixo tudo pra ela.

Alguns negociantes se queixam do pouco volume, ou seja, do trânsito de consumidores, principalmente nos dias de menor movimento (terça-feira e quinta-feira). Outros negociantes se queixam da desorganização e da quantidade de negociantes ambulantes que infestam os espaços da Feira. Porém, corroborando com a concepção de Dona Tereza, o Sr. Antônio Oliveira (visto anteriormente) que trabalha na feira de hortifrutigranjeiros há aproximadamente 28 anos, quando questionado sobre a possibilidade de a Feira vir a se acabar, relata com entusiasmo:

Acho que não, eu penso que não porque a família é grande, a família de comerciante é grande, então um vem quebra, deixa, outro vai e continua, mas eu acho que não. Pelo tempo que comecei aqui, com 16 anos, faz um bocado de era, e como diz a história, mantém a mesma coisa, mas evoluiu mais, tem muita gente negociando e não se acaba não.

Os processos que envolvem mudanças nos hábitos e costumes dos consumidores e vendedores feirantes são narrados, com certo tom saudosista, na medida em que, o confronto entre o moderno e o tradicional não responde as expectativas dos sujeitos que vivenciam cotidianamente os espaços da Feira. Aspectos e elementos tradicionais que representavam uma “cultura da feira”, como a literatura de cordel e os emboladores de côco, vão sendo paulatinamente perdendo a relação intrínseca com o palco e as práticas que as engendraram, sendo re-organizadas, re-significadas e incorporadas a esferas mais amplas da cultura.

A narrativa do Sr. Josebias Pereira torna-se extremamente reveladora da insatisfação gerada no âmbito das transformações que, pro sua vez, não trouxeram melhorias significativas à Feira. Sua descrição apresenta uma Feira que se transformava num grande palco, onde se apresentavam diversas e distintas expressões de nossa cultura regional popular.

Sendo socialmente ordenada, a descrição do Sr. Josebias segue um conjunto particular de vivências experimentadas no dia-a-dia das práticas de negociação. Traz fragmentos de memórias ou lembranças diferenciadas, na forma de organização do que se recorda e dos sentidos atribuídos as transformações ocorridas nestes espaços.



Foto 25 - O Sr. Josebias em sua barraca de miudezas.

O pessoal fala que a Feira é um ponto turístico, mas a feira não ta mais oferecendo aquele turismo que realmente é para ser, por exemplo, por exemplo, sumiu os emboladores de coco, você não vê emboladores de coco mais na Feira, você não vê os violeiros na Feira, as tradições realmente da Feira mudou, mudou completamente, você dá uma olhadinha, uma noção o que era antes, né, o que você vê, a gente ficava, eu quando era pequenino ficava naquela roda vendo os emboladores de coco, aquilo ali era um negócio que cativava as pessoas, mas agora, o que você vê é uma Feira que quando dá 3:00 hs. da tarde não existe mais, você para aqui, você não vê mais freguês entendeu. A Feira começa

aqui agora a partir das 8:00 hs. coisa que começava de 6:00 hs. da manhã, 5:00 da manhã, quando é 8:00 hs. é que começa a chegar gente, quer dizer, mudou bastante. (Josebias Pereira, negociante vendedor de miudezas também conhecido por Jandira Kellis)

A observação sobre a dinâmica das interações entre pequenos negociantes ambulantes na Feira e os transeuntes, permitiu-me constatar situações distintas na maneira como os sujeitos se apropriam dos espaços e percursos. Os espaços de circulação, na Feira, ou seja, as calçadas e ruas que não estão tomadas por bancos, barracas ou qualquer outra forma de exposição de produtos em meio aos espaços de trânsito dos pedestres, são disputados por distintos negociantes, consumidores ou meros passantes.

Diversas calçadas, esquinas e mesmo os cantos das ruas (meio fio) são transformados em espaços de negociação, que circunscrevem e informam as práticas dos sujeitos que instituem a Feira. Dentre os inúmeros caminhantes que percorrem e disputam seus espaços, observei vários pequenos negociantes, vendedores de hortifrutigranjeiros que expõem seus produtos em lonas plásticas, caixotes ou simplesmente transitam com seus produtos nas mãos, oferecendo aos fregueses potenciais.

São meninos e meninas, jovens que se juntam aos pais nas práticas da feira, pesando e embrulhando (embalando), debulhando, limpando, separando os produtos já deteriorados, enfim, participando do ritual cotidiano de *fazer a feira*. Pequenos vendedores ambulantes, bastante informados na arte de negociar, transitam por diversos espaços da feira com os mais diversos tipos de produtos, muitos abordam de maneira insistente os transeuntes sugerindo que adquiram algum(s) de seus produtos, elencando uma relação de itens que por ventura possam estar faltando na residência do possível freguês.

Os produtos negociados são adquiridos nos bancos e barracas dos próprios parentes, no caso de hortifrutigranjeiros - como tomates, cebolas, cenouras, laranjas, caju, etc. - são organizados em pequenos lotes, colocados em sacos ou bacias plásticas que, levados na cabeça ou atravessados às costas por uma espécie de cabo feito de madeira, bambu ou mesmo em tubos de PVC, percorrem os setores mais movimentados da feira. Outros personagens, jovens negociantes, embora, não tendo vínculos de parentesco na feira, mas, necessitando igualmente trabalhar e contribuir na manutenção

doméstica são arregimentados, por negociantes - geralmente de artesanato, ferragens e miudezas - que contratam o trabalho desses pequenos vendedores, em troca de uma pequena margem do “apurado” (ou lucro) contabilizado em um dia de trabalho.

Alguns desses negociantes ambulantes trazem à altura da cintura, produtos geralmente compostos de miudezas domésticas (lâminas de barbear, pentes, tesouras, sabonetes, canetas, etc. ;) organizados num tabuleiro de madeira compartimentado e seguro por uma espécie de correia feita de lona de pneu ou mesmo couro suspensa pelos ombros.

A mobilidade e a liberdade de transitar pelos espaços da feira, permitem a esta categoria ambulante certa vantagem em relação aos negociantes que tem seus estabelecimentos fixos em espaços determinados, uma vez, que permite ir ao encontro dos personagens consumidores, antecipando-se a estes, estão insidiosamente sempre oferecendo algum produto à compra.

Procurando captar (com auxílio da lente fotográfica) algumas situações que fossem representativas e reveladoras para minha pesquisa, percebi em meio à multidão uma jovem negociante de aproximadamente 16 anos empurrando um carrinho-de-mão, repleto de algumas variedades de verduras. Registro (congelado com a lente) a passagem da pequena vendedora e decido acompanhá-la mantendo uma distância de aproximadamente cinco metros, (Foto: 26) a fim de poder marcar alguma situação de interação desta com algum personagem consumidor. Esta entra no Mercado

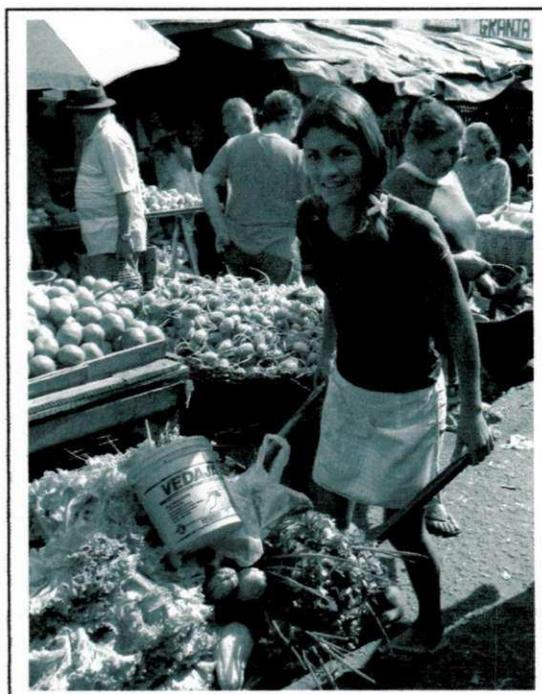


Foto 26 – Jovem vendedora ambulante

Central, pelo portão principal, em frente à feira de queijos e doces, quando uma e logo após outra consumidora a aborda. Uma destas abaixa-se pega um saquinho com verduras e pergunta-lhe o preço. A vendedora informa (a consumidora) o preço das verduras ao mesmo tempo em que pega uma porção de alface e o apresenta a consumidora, com leves sacudidos e aberturas das folhas da alface como se fosse

espanador ou um abanador (leque), provavelmente ratificando a qualidade de seus produtos.

De súbito e sem algum comentário, a consumidora que abordara a jovem negociante desiste da compra e se vai, apesar da insistência da negociante para que esta “dê uma olhadinha” em seus produtos, no intuito de que ela encontre algum do qual necessite. O interior do Mercado Central torna-se bastante freqüentado por estes vendedores ambulantes de hortifrutigranjeiros que, nos dias de maior entrada de consumidores, associam a compra de carnes à necessidade de se precisar de verduras para completar a compra.

Minha pequena vendedora³⁹ continua seu percurso no interior do Mercado Central quando, logo na entrada do setor de carnes de porco e bode, aproxima-se de uma senhora que parecia acabar de comprar carnes num box em frente. Ainda segurando o carrinho, a negociante aborda a consumidora, e de forma incisiva, num misto de insolência e meiguice, persistência e astúcia discursiva, rapidamente à pergunta:

- _ A senhora quer comprar alguma verdura?!
- _ Não menina, já tenho em casa!

Rapidamente retruca a menina, em tom insistente:

_ E cebola, coentro, cenoura, pimentão. Faço três “mói” pra senhora por dois e cinquenta. Compre senhora, pra me ajudar!

A senhora vasculha a pequena bolsa de dinheiro que já trazia à mão, pega alguma quantia de maneira a disfarçar o valor. Dirige-se novamente a atenção para a menina a sua frente, e pergunta:

- _ Quanto tá o “mói” de coentro?
- _ Tá de cinquenta centavos.

³⁹ Após a observação descobri que a jovem vendedora ajudava sua mãe a negociar as verduras que comprara na CEASA (central de abastecimento) para revender na feira. E que esta, não tendo banco ou barraca próprio, fixava-se em um pequeno canto no setor principal da feira de hortifrutigranjeiros, aguardando seu regresso.

A senhora, nesse ínterim, observa mais atentamente as verduras da negociante ambulante, organizadas em um carrinho de mão forrado com um plástico. Então, pergunta com certo tom de pechincha:

_ Minha filha, quanto dá pra você fazer nos “mói” de cebola, coentro e cenoura?

Como que simultaneamente a pergunta da senhora, a vendedora já pegava as três variedades ou “móis” de verduras, dispostas no carrinho (com o qual ela circulava por diversos setores ou espaços da feira) e oferece à escolha da consumidora, informando:

_ Faço os três pra senhora por dois e vinte e cinco!

A consumidora, já com o dinheiro em mãos, mas agora trazendo no rosto um semblante desinteressado ou desanimado, completa suavemente:

_ Ah! Minha filha. Só estou com dois reais trocados.

Sem perder tempo ou deixar-se desanimar, a jovem negociante, ainda com as verduras nas mãos, dirigindo-se à consumidora, não recusa ou esconde o sorriso e certo tom de euforia, responde:

_ Chegue senhora! Faço os três por dois pra senhora!

Situações como esta observada, se multiplicam na feira, mas não são apenas os mais jovens que exercem algum tipo de comércio ambulante, observei pessoas de idades diversas, percorrendo e negociando nos espaços da feira: de galinhas a tranças de alho, de café e chá a Cd’s “pirata”, aqui tudo é passível de negócio.

Mas nem sempre o negócio se realiza ou se concretiza, posto que, colocado sob o risco das contingências, as práticas de negociação (interação) podem ser desmanteladas ou não resultar no ótimo resultado da interação com certo grau de perda para um ou ambos os lados.

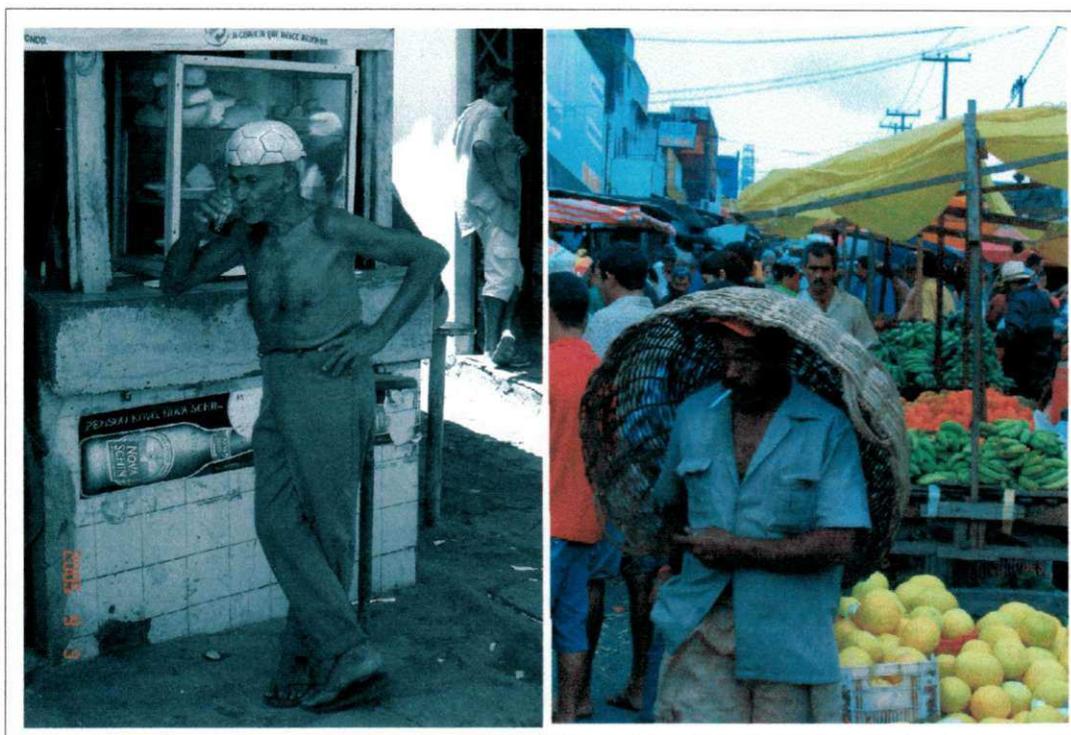
Poderia ocorrer de a jovem negociante decidir não aceitar a pergunta/proposta da senhora consumidora e não vender as verduras, ou informar como contra proposta, que retiraria o coentro dos itens escolhidos, sob o argumento de que assim não teria

“prejuízo” (sem lucro). Ou poderia mesmo acontecer de, a vendedora chegar de maneira abrupta, atrapalhando a negociação que se iniciara entre a consumidora e o açougueiro, sendo sua atitude de imediato repreendida pelo negociante. A senhora consumidora por sua vez, poderia ter uma atitude de desdém e menosprezar a presença da negociante, informando-lhe energeticamente e evitando dirigir-lhe sequer o olhar: *Quero nada não, obrigada.*

Carregadores e balaieiros representam tipos peculiares ao universo da Feira, uma vez que suas presenças dão suporte às transações realizadas no circuito superior e no circuito inferior presentes no complexo da Feira Central. Os carregadores concentram-se, em sua maioria, nas proximidades dos armazéns de estivas e cereais, espalhados por toda a Rua Quebra-quilos, parte da Rua Carlos Agra, Cristóvão Colombo, Pedro Álvares Cabral e Manoel Araújo. Estes trabalhadores são encarregados pela carga e descarga de produtos nos armazéns, supermercados e boxes de cereais, quando do abastecimento e também da venda a outros comerciantes menores, sitiantes e fazendeiros em busca de rações e implementos agrícolas.

Por outro lado, os balaieiros (Foto: 27/28), que até meados da década de 1980 eram personagens comuns de se encontrar por toda a Feira, praticamente desapareceram ou foram substituídos por outras formas de transportar as compras dos consumidores varejistas que procuram as dependências da Feira Central para realizarem suas expectativas de consumo. Estes personagens típicos da Feira Central, buscando a maior comodidade dos que procuram seus serviços, percorrem todas as dependências da feira, trazendo nos ombros seus balaios feitos com estrutura em cipó de vime (vara flexível) e taboca ou taquara (planta semelhante ao bambu), usado para o revestimento ou preenchimento em forma circular, do balaio.

Alguns trazem o fundo revestido com uma espécie de coroa de tecido chamada comumente de “rudilha”, que serve como amortecedor do balanço provocado pela tortuosa caminhada pelos percursos da Feira, além de trazerem geralmente à cabeça, uma espécie de chapéu em couro feito do reaproveitamento de restos de bola de futebol e, pelo qual, se pode reconhecê-los ao longe, em meio à aglomeração que pratica, de formas diversas, a feira.



Fotos 27/28 – Personagens carregadores e balaieiros.

Poucas dessas práticas e seus personagens sobreviveram às transformações urbanas dos últimos vinte anos. Durante esta pesquisa, localizei apenas seis ou sete balaieiros em atividade, mas existem também as versões mais “modernas” de transporte das compras dos consumidores mais cômodos, apesar de ser um incômodo para muitos transeuntes ou consumidores. São os carregadores com carrinhos-de-mão que, agora em maior número, transportam as compras dos consumidores por toda a feira, seguindo este enquanto ele realiza suas aquisições. Ao término da jornada que representa a idéia de se fazer a feira, estes carregadores balaieiros ou “chapiados”, como também são chamados, transportam as compras até o ponto de ônibus mais próximo ou mesmo até a residência do consumidor, que por ventura more nas imediações da Feira.

Pela natureza das práticas desses sujeitos, tendo que se deslocar por entre a multidão, transportando na cabeça seu balaio repleto de produtos diversos e organizados de forma circular, distribuindo o peso ao redor do grande cesto, estes sujeitos abrem alas atravessando a multidão, gritando palavras de ordem como “olha o sangue!, olha o pesado!” como uma forma de informação/autorização de sua passagem, como é o caso dos homens que carregam às costas as partes (metade) do boi abatido, para que sejam “retalhados” em partes menores, fazendo com que rapidamente os sujeitos transeuntes procurem sair do caminho, dando preferência a estes trabalhadores.

A feira é este universo inusitado de tensões e atenções, afetos e desafetos, situações múltiplas de negociação entre personagens até então desconhecidos, mas que se permitem, em meio à multidão, estabelecerem momentos *sui-generis* ou específicos de sociabilidades. Aqui, as interações e representações dos sujeitos (consumidor e vendedor), estão sempre sujeitas às condições imponderáveis que não puderam ser percebidas e/ou controladas no curso da negociação, fomentando uma intensa dinâmica social, condições intrínsecas ao *fazer a feira*.

CAPÍTULO V

As negociações na Feira Central de Campina Grande

“Já qui tu vai lá prá fêra/Traga di lá para mim
Agua do fulô qui chêra/Um nuvelo e um carrin
Trais um pacote de misse/Meu amigo a se tu visse(...)
Apois sim vê se num isquece/De trazê ruge e carnim
Ah se dinheiro desse!/Eu quiria um trancilin
E mais treis metro de chita/Qui é preu fazê um vistido
E ficá bem mais bunita(...)/Já qui tu vai lá prá fêra
Meu amigo traís/Essas coisinhas para mim(...)”⁴⁰

O fragmento acima, extraído de uma das mais belas cantorias do poeta e compositor Elomar, mostra um pouco da riqueza e da diversidade da cultura nordestina, expresso através de rimas encontra na feira o lugar onde as especificidades de uma cultura local se manifestam mais claramente. Este capítulo permite agora entrar neste micro-universo, apresentando aspectos de seu cotidiano e das práticas de negociação que vão costurando as tramas do enredo diário, que é *fazer a feira*.

A feira, essa multidão de sujeitos num contexto de troca, massa disforme que se movimenta por entre as estruturas definidoras e delimitadoras deste lugar de mercado, deve ser abordada mais de perto. Numa abordagem próxima da microssociologia, este capítulo resulta de minha imersão entre os sujeitos que constituem a feira, abordando a qualidade, maneira ou forma de suas interações ordinárias e os recursos táticos que permitem aos atores em situação de co-presença coordenar suas práticas, estruturando e controlando as impressões em função de um resultado satisfatório para as partes (consumidor e negociante) envolvidas na interação.

Na Feira Central de Campina Grande, um olhar por cima da multidão pressupõe a difícil tarefa de se reter o curso dos múltiplos significados instituídos nas artes de se *fazer a feira*. Disseminados na aglomeração da feira, os sentidos são como fragmentos fluidos de um colóquio, impossíveis de serem lidos, a não ser através da observação

⁴⁰ Fragmento do poema/cantoria “O PIDIDO” de Elomar, extraído do disco Cantorias de 1984.

interessada, detendo o olhar em alguma situação de interação, momento em que (através do que considero um acordo de pré-intenções) é autorizada a representação (práticas de figuração) de um complexo ritual ou teatro (dissimulação), onde o palco (a feira) é compreendido enquanto uma estrutura de cenários móveis e dinâmicos. Os personagens (negociantes) ou protagonistas principais dividem ou compartilham seus espaços/cenários com o público transeunte (consumidores) que preenche e fornece sentidos aos enredos encenados.

Um mergulho *por baixo*⁴¹, por entre a aglomeração que invade a feira, me revela aspectos de sua ordem interativa, momentos carregados de gestos e modos, aparentemente sub-reptícios, mas que, associados às habilidades da conversação, instauram uma situação de negociação ou de trocas simbólicas entre consumidor e vendedor, que são, nesta perspectiva, constituintes da própria feira.

Ao embrenhar-me nos interstícios da multidão, observando os sujeitos que percorrem e espacializam a Feira Central, percebo que os sujeitos consumidores não estão imersos ou dispersos desordenadamente no espaço, posto que seus passos estão orientados por um interesse, uma intencionalidade carregada de sentido. Seus passos, ao mesmo tempo em que escolhem os percursos: “Pra ir à feira de queijo, prefiro ir por aqui”, excluem outros por algum motivo particular: “não gosto de passar na feira de galinhas”, “Vamos por aqui, é mais perto do que por aí”. Se de um lado, o relato não se cansa de colocar fronteiras “aqui é a feira de peixe”, “não gosto de passar na feira de galinhas”, é através de uma situação de interlocução, que as fronteiras são transpostas, e limites são *autorizados* à superação.

As preferências por determinados percursos da feira permite um consumo dos espaços de acordo com atribuições de interesse e valores. Diversos passantes procuram evitar o odor de vísceras característico que envolve a feira de peixe, há menos que se pretenda comprar algum produto deste setor. As artes de *fazer a feira* trazem ou evocam de seus praticantes saberes constituídos, atualizados e consolidados no cotidiano. Seguem hábitos e costumes, ações táticas agenciadas sempre que se anuncia um possível comprador e/ou freguês.

⁴¹ Expressão cunhada por E. P. Thompson, no sentido de designar a emergência de se analisar os fatos sociais partindo da experiência humana. Um entendimento da história a partir das práticas dos sujeitos agentes, e não enquanto um *processo sem sujeitos*, em crítica dirigida à teoria marxista na obra *A Miséria da Teoria: Ou um Planetário de Erros*, onde Thompson recusa a história tomada como processos programados dentro de estruturas inflexíveis, em função da análise da “evidência singular” contida na *experiência humana*, “uma categoria que é indispensável ao historiador, já que compreende a resposta mental e emocional, seja de um indivíduo ou de um grupo social, a muitos acontecimentos inter-relacionados ou a muitas repetições do mesmo tipo de acontecimento” (Thompson, 1978: 15).

5.1 - Confiança na negociação: práticas significativas em situações de consumo

Neste capítulo, proponho descortinar práticas construtoras de espaços na Feira Central, o que me leva à análise dos significados contido nas ações e interações (negociações) entre os sujeitos (freguês e vendedor), sobre estas situações de troca. Não existe ação não-negociável, na situação/contexto da feira, uma vez que os códigos compartilhados operam como conexões entre as situações e as práticas espacializantes.

Minha idéia é mostrar que a barganha, longe de representar apenas a possibilidade de se obter alguma forma de vantagem econômica sobre o produto ao qual se debate ou negocia, é concebida neste trabalho e na Feira, como forma peculiar de interação entre sujeitos com interesses díspares, mas convergentes, pela natureza da situação que os institui. Para tanto, continuo percorrendo os espaços da Feira Central, buscando registrar alguns momentos singulares, na interação entre consumidor e vendedor, personagens centrais de minha pesquisa.

Todavia, considerando a dificuldade em se abordar os sujeitos na Feira, levando em conta o trânsito intenso e aparentemente desgovernado da multidão, associado às tensões geradas entre interesses de compra e venda, tornariam a realização de entrevistas mais longas uma tarefa quase impossível, decidi então, pela realização de pequenas entrevistas semi-estruturadas, tendo como “mote” ou abertura questões referentes à construção da noção de “freguês”,

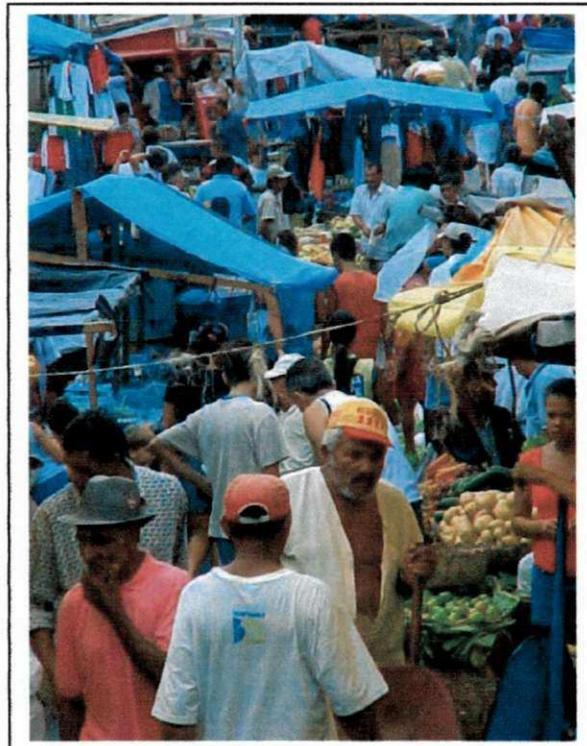


Foto 29 - A multidão que institui a Feira.

partindo da hipótese central segundo a qual um dos principais fenômenos sociais, observados em minha pesquisa, fundamental para a recorrência destes espaços de trocas, encontra-se nas interações ou negociações entre vendedores e consumidores que, pela natureza do próprio espaço, envolvem a *barganha* ou *pechincha*.

Procurei observar e explicar (interpretação) uma série sequencial de perguntas e respostas (ações de comunicação), decorridas numa particular conversa (negociação) entre consumidor e vendedor. Do mesmo modo, busquei reconhecer o conjunto de ações componentes do enredo da troca, como as formas de organização dos produtos nos bancos, as batidas de palmas para atrair a atenção dos consumidores e as expressões amistosas e convidativas dirigidas aos transeuntes, como uma licença à interação.

Para conseguir registrar alguns desses embates entre consumidor e vendedor, como estratégia de pesquisa, optei por gravar a fala dos sujeitos, conseguindo a permissão para esconder um pequeno gravador no meio dos balaios, por entre os produtos, ou mesmo aproximando-se como um consumidor interessado, com o gravador disfarçado no bolso da camisa. Dessa forma, tive a oportunidade de coletar narrativas bastante reveladoras para a pesquisa, com personagens pertencentes a setores distintos da Feira Central de Campina Grande, (como negociantes de hortifrutigranjeiros, marchantes/açougueiro(a)s, vendedores de artesanato e miudezas, de flores e alguns consumidores).

Também procurei apreender os gestos e comportamentos dos sujeitos negociantes interagindo, além de acompanhar um pouco do cotidiano de alguns destes personagens, seus costumes e expectativas em relação aos espaços que constroem com muito trabalho e práticas de negociação.

Para esta finalidade, a câmera fotográfica mostrou-se um recurso extremamente importante, não como acessório, mas como

importante instrumento de captação (congelamento) dos gestos e expressões nas situações peculiares



Foto 30 – Situações de negociação.

de trocas ou interações negociadas. Procurei mostrar que as relações na feira, em sua maioria de caráter circunstancial ou situacional, decorrem das práticas dos feirantes. Considerando que cada individualidade é o *locus* onde uma pluralidade incoerente e por vezes contraditória, onde determinações relacionais atuam. Meu foco se assenta sobre as práticas ou modos de operação, e não diretamente sobre o sujeito feirante (comprador e vendedor), veículo ou autor dessas práticas.

As formas de comunicação que se desenvolvem na Feira Central, considerando as condições circunstanciais da vida pública, nos obrigam a alterar constantemente nosso repertório semântico, sempre o adequando aos novos contextos que se constroem. Enveredo por um ponto de vista que busca, em meio aos caminantes (personagens feirantes), captar os significados que podem ser atribuídos às práticas de alguns desses personagens, interações em negociação, transeuntes interessados no consumo de bens e vendedores com suas astúcias, para atrair ou chamar a atenção dos fregueses/transeuntes para a troca mercadológica. Situações de trocas envolvendo bens simbólicos e materiais (mercadorias), criadas no contexto da Feira Central, implicam em disposições normativas específicas, e expectativas geradas no devir do comportamento (ação comunicativa) que se estabelece entre indivíduos particularmente interessados, e peculiares a um tipo específico de contexto, cuja importância é colocada em evidência, neste trabalho.

5.2. Situações de trocas: a interação comunicativa

A feira proposta em meu estudo certamente não é aquela dos urbanistas, pois seu espaço é qualitativamente diferenciado, ou seja, apropriado no jogo das relações de interdependência entre consumidor e negociante e instauradas no exato momento de sua interação, e não uma compilação cartográfica necessária ao gerenciamento/identificação do lugar. Os bens de consumo, no âmbito da Feira Central de Campina Grande, e as linguagens que os anunciam, dão base à organização simbólica dos espaços sociais, orientando a seleção dos produtos expostos à compra.

As ações comunicativas retêm a linguagem como instrumento ou recurso através do qual os participantes são conduzidos a intervir nas situações de forma a obter e/ou manter o curso esperado das ações que compartilham. Os cenários de práticas e

interações constitutivas da Feira Central, distribuídos ao longo do tempo-espaço e reproduzidos o momento irreversível das atividades cotidianas, integram a forma simbólica e materialmente estruturada da feira. Nesse sentido, a significação dos conteúdos engendrados na intercomunicação não poderia existir sem a intervenção da natureza *localizável* das práticas orientadas para o *fazer a feira*.

No teatro da Feira Central, os atores negociantes utilizam formas discursivas e gestuais de forma a afetar ou despertar o interesse (positivo ou negativo) no sentido da aceitação ou negação da enunciação que apresenta ao sujeito

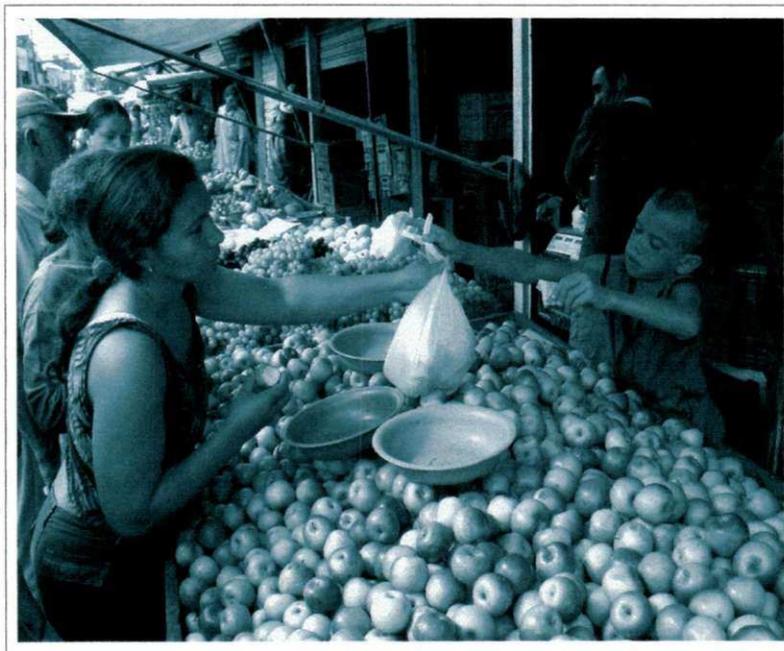


Foto 31 – Processo de negociação

consumidor, para algum produto ou bem, que até então não lhe representava a menor importância, ou não estava presente no rol de suas necessidades. Esses artifícios ou astúcias fazem com que o comprador/consumidor, ao se interessar pelo produto exposto, busque obter mais informações sobre o mesmo.

Ao aproximar-se do vendedor e perguntar-lhe o preço do produto de interesse, o sujeito comprador concede a abertura ou a permissão para a interação, trocando (negociando) um conjunto de informações e atitudes (gestos e comportamentos) que, tendo como argumento a possibilidade da vantagem ou desconto sobre a mercadoria (objeto do embate), é capaz de estabelecer uma forma mais recorrente ou duradoura de encontros, identificada no personagem do freguês. As formas de interação na feira, seus espaços, sujeitos e produtos funcionam como canalizadores de sua permanência ou manutenção sócio-espacial, numa associação entre ação e contexto. Como argumenta Giddens (1999), os contextos formam “cenários” de ação a cujas qualidades os agentes costumam recorrer para orientar o que fazem e o que dizem uns aos outros.

Nas situações de troca, como uma encenação de formas ritualísticas, há uma verdadeira coreografia que inclui, no contexto da representação, gestos e manobras malabarísticas envolvendo instrumentos e produtos expostos à compra, numa linguagem corporal observável, uma demonstração ao transeunte (espectador e alvo das performances), de perícia e técnica a serviço da platéia compreendida enquanto espectador/consumidor. Estas práticas de negociação descobrem, nos próprios espaços da feira, sua conformação e transformação, onde espacialidade e temporalidade são tomadas, como essenciais para a produção, reprodução e manutenção dos conteúdos significativos engendrados na comunicação (interação), no que se refere à ordenação dos cenários constituintes da feira.

O freguês, neste trabalho, assim como na própria Feira, divide com o comerciante o *status* de personagem central no enredo cotidiano de consumo de bens simbólicos e materiais, que aqui acontece, posto que, estes sujeitos ao realizarem suas expectativas de consumo e trocas, através de suas ações ou práticas (espacializantes) comunicativas, realizam como corolário, a adequação/consolidação do lugar da Feira, enquanto importante referencial na economia, na memória e na cultura da maior parte dos campinenses e de todos que praticam seus espaços de mercado, concedendo-lhe materialidade e dinamismo.

A construção do personagem “freguês”, no cenário da Feira Central de Campina Grande, é realizada considerando a dinâmica cotidiana que através das práticas de negociação a efetivam. Estas práticas de negociação dizem respeito ao estabelecimento de um embate discursivo entre pelo menos dois sujeitos (consumidor e vendedor), que tem como “mote” (motivo ou deixa) para a interação a possibilidade de conseguir um desconto ou vantagem relativa ao valor, qualidade ou quantidade na relação de compra/venda do produto.

A condição de freguês esta relacionada ao estabelecimento de uma forma de *status*, ou seja, estabelece-se uma forma de vínculo social que não só qualifica privilégios, demarcando níveis de afinidade e confiança na ação e na relação que se constitui entre sujeitos que estão em posições diametralmente opostas (negociante e consumidor), e exercendo papéis sociais muitas vezes conflituosas e repletas de momentos de tensão, mas que são, pela própria natureza dos espaços que as instituem, fenômenos sociais necessários à permanência e transformação (resignificação) do lugar da Feira Central.

Na feira, o consumidor mais assíduo, ou seja, aquele que costuma comprar determinados produtos num mesmo estabelecimento, de forma regular é tratado pelo feirante “como freguês”, situação que sugere certos privilégios ao sujeito que compra, como a guarda dos produtos já adquiridos enquanto o consumidor percorre outros espaços e estabelecimentos, descontos relativos à quantidade ou peso do produto e no valor final da compra – estipulados a partir da barganha - e até mesmo, dependendo da relação de confiança estabelecida com o freguês, a compra ter o pagamento prorrogado para oito ou quinze dias.

Ao fomentar a recorrência de práticas sociais nos espaços constitutivos da feira, sujeitos negociantes, através de astúcias retóricas e práticas gestuais, também constroem laços de afetividade ou vínculos de cordialidade, que



Foto 32 – Negócio realizado.

sobrepujam e concorrem (no mercado varejista de produtos alimentares) com os supermercados e outros estabelecimentos comerciais de médio e grande portes (boxes, mini-mercadinhos, shopping centers, etc.), pela realização da venda e pela atração e manutenção do freguês.

As práticas dos negociantes, em interação com o freguês, estão para além da simples venda do produto por um preço previamente determinado, ou mesmo, da intenção do lucro imediato nos moldes estritamente capitalistas. Suas ações são engendradas em grande medida, além do interesse na venda do produto, considerando frequentemente a possibilidade de se instaurar e manter uma forma de relação, capaz de lhe permitir alcançar uma relativa garantia de fornecimento (venda) periódico de produtos àquele mesmo consumidor.

5.3. Artes de fazer a feira: astúcias de negociar

Dentre o conjunto de possibilidades organizadas pela ordem urbanística - na Feira Central, há a feira de carnes e cereais, a feira de flores, a feira de raiz, de galinha, etc. -, o caminhante na feira elenca e atualiza apenas algumas dessas demarcações (ou possibilidades de práticas espacializantes), deslocando e experimentando outras possibilidades de consumo, jogos de lances variados, “vou por aqui, é mais perto”, “Não gosto de ir pra fila do Supermercado, prefiro comprar carne no Mercado Central”, “Prá chegar na feira de queijo é só descer na feira de roupas, que todo mundo informa”, “A feira de troca(...) é mais perto pela feira de galinha”.

Estas *formas simbólicas*⁴² que enredam a feira constituem o arcabouço pragmático, através do qual os sujeitos orientam seus percursos e seus desejos de consumo. A experiência humana, ao interpretar o mundo atribuindo-lhe sentido, seleciona e organiza dentro de um plano racional e subjetivo, o sistema de signos e símbolos que são, por assim dizer, a chave ou a senha para o acesso e para a realização de qualquer processo interativo.

Na feira, as diferenças quantitativas e qualitativas, no que se refere à formação dos preços e a noção de lucro, constituem variáveis importantes para o entendimento sobre a dinâmica das interações cotidianas. Aqui, a racionalização da noção de lucro (nos moldes estritamente capitalistas) é submetida às interações e



Foto 33 – Da arte de negociar

relações de negociação e barganha entre consumidores e negociantes, o que gera certa

⁴² Jonh B. Thompson, em sua obra *Ideologia e cultura Moderna: Teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa* (1990: 183), utiliza o termo *formas simbólicas* referindo-se “a uma ampla variedade de fenômenos significativos, desde ações, gestos e rituais até manifestações verbais, textos, programas de televisão e obras de arte”.

flexibilidade nos preços dos produtos bem como a instituição de laços de afinidade entre estes sujeitos, caracterizados pelo personagem do freguês.

Trocas de manifestações verbais ou outras formas simbólicas de negociação (gestos e discursos que instauram a troca), numa (situação) interação do tipo face-a-face, apresentam características espaço-temporais específicas do contexto de produção e reprodução dessas formas, coincidindo com as características do contexto da recepção. “Numa situação face-a-face, a pessoa que fala e o ouvinte partilham o mesmo ambiente local, e as características desse ambiente estão, comumente, incorporadas às formas simbólicas e a interação da qual são parte” (J. B. Thompson, 1990: 194).

As ações e representações desenvolvidas pelos sujeitos negociantes são continuamente orientadas (simbolicamente) para atrair atenção do consumidor. Descascar as cebolas, lavar os tomates, retirar as folhas queimadas das alfaces, regar (com as mãos) os molhos de coentro para manter por mais tempo a aparência fresquinha e saudável, lavar a massa de mandioca retirando a “manipuera” para se fazer a farinha e a goma para tapioca, lavar, selecionar as frutas separando as “inchadas” ou “de vez”, as maduras e as já “banidas”, machucadas ou estragadas, são algumas das práticas que fornecem sentido e efetivam a Feira.

Estas ações estão orientadas, em grande medida, para a realização da venda e a satisfação do freguês. A *qualidade* no atendimento ao freguês e do produto que é disponibilizado é, para os feirantes, o motivo que leva os consumidores a procurarem a Feira Central de Campina Grande.

De maneira recorrente, as práticas que envolvem um processo de negociação entre consumidor e vendedor são efetivadas de forma a fornecer ao primeiro segurança nas

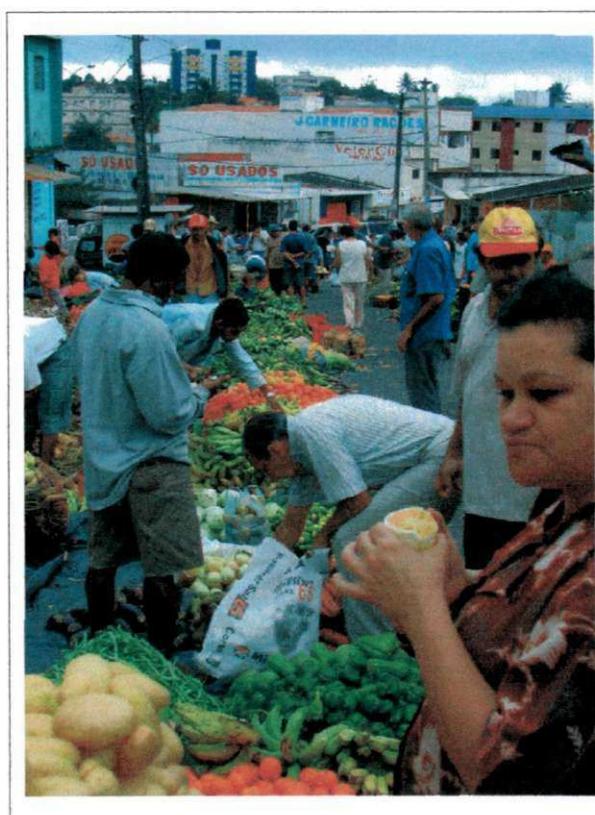


Foto 34 – A organização e a degustação na Feira.

informações sobre o produto e a satisfação de se estar obtendo algum abatimento do custo total, na realização da troca.

Na feira de hortifrutigranjeiros, o aparelhamento e a organização das barracas e bancos, o colorido e o aroma dos produtos, (Foto 34), revelam as formas astuciosas com que os negociantes expõem seus produtos de maneira a chamar a atenção dos consumidores que percorrem seus caminhos. A experimentação/degustação de alguns produtos (frutas) é geralmente um pré-requisito fundamental e recorrentemente utilizado pelos negociantes, como atestado de qualidade, e uma forma peculiar de convencer o consumidor a comprar naquele estabelecimento.

Assim, é comum quando se procura comprar (no âmbito da feira) alguma variedade ou tipo de fruta como a banana, o mamão, a laranja, a melancia, dentre outras, o consumidor seja convidado a saborear o produto. Astúcia que fornece ao freguês uma boa impressão do negociante, comportamentos polidos, frases ajustadas às situações de trocas, sempre fazendo referência à completa presteza de seus serviços e sua atenção aos (desejos) anseios dos consumidores.

O preço dos produtos vendidos na Feira também é lembrado como importante elemento de atração dos consumidores a estes espaços de negociação, associados aos fatores relacionados à organização e qualidade das mercadorias contribuindo para a instauração ou abertura para a possibilidade de se barganhar/negociar o preço final (real) do produto que se deseje. Como confirma o Sr. Antônio, negociante na feira de hortifrutigranjeiros:

É o tipo da qualidade da mercadoria, é mais selecionada (...) a gente bota sempre a mais selecionada mercadoria, e mais barata. Pronto, essa época, esse ano aqui, tomate deu três reais o quilo, no supermercado é três e cinquenta, a gente vendia por dois e cinquenta, quer dizer que é o tipo da diferença grande.

Entretanto, caminhando por diversos setores da Feira o cenário emaranhado das vias ou percursos, contrasta enormemente com as diversas maneiras de arranjo/organização dos produtos, a busca pela melhor qualidade. Por quase toda a feira de hortifrutigranjeiros, as palhas de bananeiras espalhadas pelos caminhos pelos *descarregadores*, e pelos próprios negociantes que participam deste processo, com o feijão verde que é “debulhado” e suas casas (ou palhas) deixadas ao chão, cascas, restos de frutas, verduras e leguminosas que chegam amassadas ou estragadas.

Apesar destas incoerências estruturais e sócio-espaciais, estes espaços continuam sendo um dos mais procurados pelos personagens consumidores urbanos e de outras localidades, já acostumados com sua

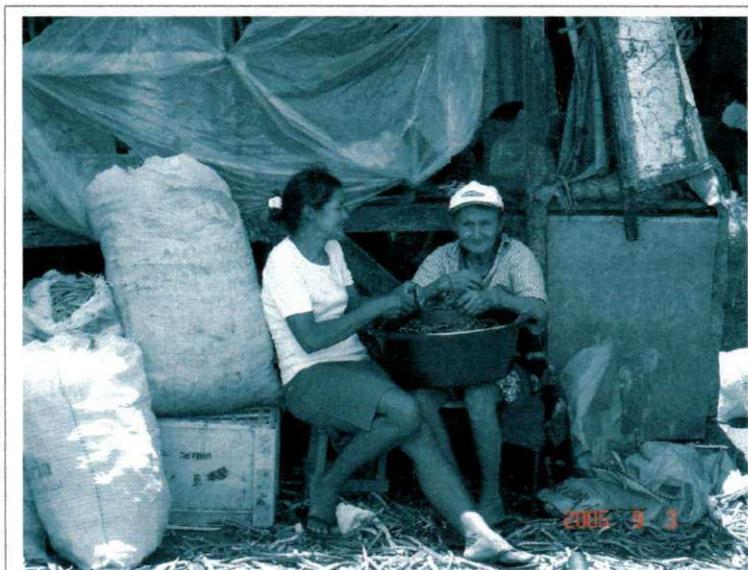


Foto 35 – Trabalho e organização espacial.

aparente desorganização, uma vez que seus

interesses estão canalizados para as possibilidades de se comprar produtos através da peculiar forma de negociação bastante recorrente e característica da Feira. Aqui, o valor mercantil de um produto não é algo unicamente contido na natureza do objeto (sua produção), mas sim, o corolário de um intercâmbio, de interações sócio-culturais, onde os homens *negociam* seu consumo.

Confirma a narrativa de uma consumidora quando questionada sobre qual o motivo que a levaria a fazer suas compras na feira, ao invés de procurar o supermercado:

Na feira, tem várias opções pra gente comprar. O preço se a gente pechinchar ele, (negociante) faz. No supermercado não, é aquilo e aquilo mesmo né?. Tem esse motivo, de a gente conversando, a gente leva mais coisa, escolhe, o povo trata melhor a gente. Apesar daquelas carroças, vai e volta aquele povo fedorento né?. Mas faz parte, faz parte da feira. (entrevista feita a uma consumidora quando esta comprava carne)

Em muitas situações, na feira, a aparência rude ou o modo objetivo e determinado expresso nas práticas de diversos negociantes, quando lidam com produtos e pessoas, são introjetados paulatinamente num cotidiano de muito trabalho. Por outro lado, o consumidor pode se surpreender com a afabilidade e atenção do negociante aos possíveis desejos de consumo do freguês, quando se encontrar numa situação de interação (negociação) face-a-face.

5.4. Barganha, o mote para as interações: da negociação ao freguês

Tendo como mote a barganha ou o ato de negociar a permuta de um produto, o feirante se utiliza de um referencial experiencial que orienta, mas também restringe o âmbito das mensagens e respostas possíveis, dentro da configuração/contexto em que se desenvolve.

Formas peculiares de conhecimento prático, considerando as condições do moderno consumo, são específicas aos espaços e aos sujeitos que cotidianamente os praticam. Este conhecimento evoca saberes e costumes necessários ao bom desempenho das práticas de negociação, que efetivam os processos de sociabilidade na feira. Aqui, sujeitos e produtos são singularmente significantes, posto que ambos intermedeiam formas específicas de trocas simbólicas, constituintes da realização ou venda do produto (mercadoria) e da efetivação e manutenção dos espaços/práticas de interação da Feira.

Como uma das inúmeras astúcias utilizadas para se atrair o freguês, percorrendo os diversos espaços que constituem a feira Central de Campina Grande, é possível se perceber que vários estabelecimentos comerciais, boxes de carnes e cereais, bancos de frutas e verduras, não trazem os valores dos produtos anexados em seus expositores, fixados e visíveis para os possíveis compradores. Esta prática induz o consumidor à (ao se interessar pelo produto) dirigir-se ao comerciante questionando-lhe quanto deve custar a mercadoria.

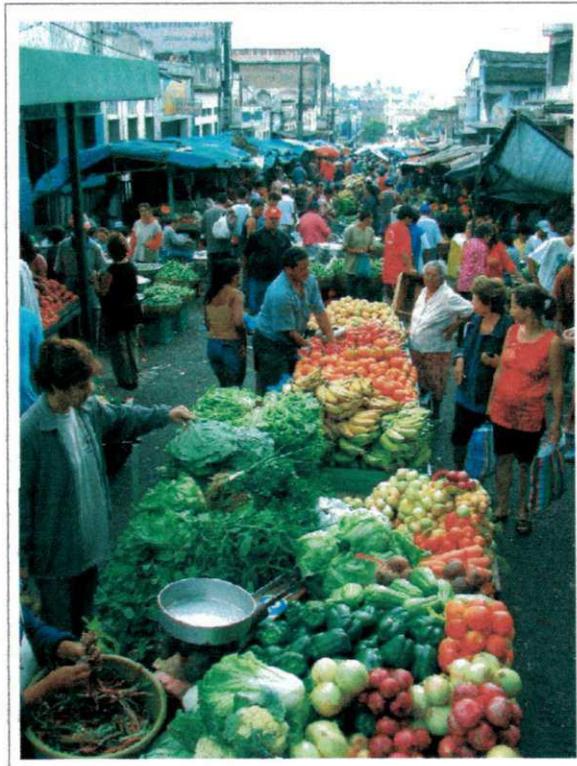


Foto 36 – Astúcias para seduzir o consumidor

Quando o caminhante na feira detém seus passos e aproxima-se de um vendedor de hortifrutigranjeiros, a especulação do preço de um dado produto, na situação de

interação, mesmo baseando-se nos preços de mercado, deverá considerar frequentemente a *qualidade*, ou melhor, as formas através das quais, sujeitos numa situação de co-presença interativa, num contexto de feira, instauram e utilizam todo um repertório experiencial, reeditado sempre que uma nova situação de troca ou negociação se apresenta.

Ao aproximar-se de algum estabelecimento comercial, nos espaços constitutivos da Feira, com o interesse na compra de algum produto, a ação do consumidor desencadeia um processo de interação que, além de ser representativo para a manutenção desse lugar/mercado, de acordo com a perspectiva interacionista já apresentada, contribui também para a constituição de uma personagem fundamental, o freguês, no que se refere à compreensão sócio-cultural e espacial da feira, e do ritual de consumo e troca cotidiano, que transforma seus espaços numa contradição ou numa forma de resistência/adequação à modernidade que invade a Feira redefinindo e re-significando os elementos que a constitui e efetivando cotidianamente seus espaços.

Na Feira, o consumidor simplesmente não toma ou pega determinado e desejado produto, para em seguida efetuar o pagamento referente à sua aquisição, sem qualquer interferência ou mediação direta de algum funcionário ou proprietário do estabelecimento comercial. O consumidor - ou o freguês - compreende pela própria natureza de sua constituição, que a compra é frequentemente mediada por formas singulares de interação, envolvendo intercâmbio de informações, trocas de gestos e comportamentos, interesses negociados a partir de um "mote": a barganha para a aquisição de algum produto.

É o vendedor que informa diretamente ao possível comprador, os atributos da mercadoria, bem como sua procedência (ou região onde foi produzida). O conhecimento sobre as condições de preparação, seleção, armazenamento e embalagem de diversos produtos alimentícios, como frutas e verduras, comanda em consideração sua natureza (origem do produto) e sua qualidade, bem como os modos de transmissão destes saberes aos seus legatários e fregueses, são consolidados direta e cotidianamente nas práticas de negociação, funcionando como um salvo conduto ou um veredicto final do vendedor, atestando a confiança nas impressões recebidas pelos fregueses.

Enquanto um palco de interações, as artes de negociar na feira constituem astúcias que provocam e afetam os mais desatentos transeuntes, a fim de anunciar o seu produto ou seu serviço: "vai um balaio aí dona?". Alvo principal das performances dos praticantes negociantes da Feira, o público espectador/consumidor aproxima-se do

estabelecimento (palco) onde se desenrola a cena, decidido a interagir (representar). Neste instante, para além da possibilidade de compra, seu principal objetivo está na manutenção ou no controle das fontes de informação.

Entretanto, a Feira Central é o lugar do inusitado. Em seus espaços de trocas, o imponderável pode se apresentar nas situações mais inesperadas, fatores que podem gerar certa insegurança, tensão e algum tumulto. Terminar o cotidiano de trabalho sem que se tenha realizado vendas necessárias que “dê prá fazer o apurado”, ou seja, que se possa tirar algum lucro sobre as mercadorias negociadas a fim de cobrir as despesas riundas de sua aquisição para a revenda ou procurar evitar que a “bóia” (sobra) de mercadorias seja muito grande a ponto de trazer prejuízo e “não dá lucro”, exige determinados cuidados com os produtos, sempre selecionando e separando os produtos que, de tanto serem manuseados (experimentados) já se encontram amassadas, machucadas ou, no jargão da feira, “banidas”.

O Sr. Zezinho (Foto 37), que negocia com ferragens há mais de trinta e cinco anos, já foi proprietário de um banco “no meio da feira”, na Rua Cristóvão Colombo, sendo que há aproximadamente doze anos instalou-se numa casa comercial no mesmo setor. Sua experiência e vivência enquanto negociante na Feira Central pode ser apreendida em sua narrativa:

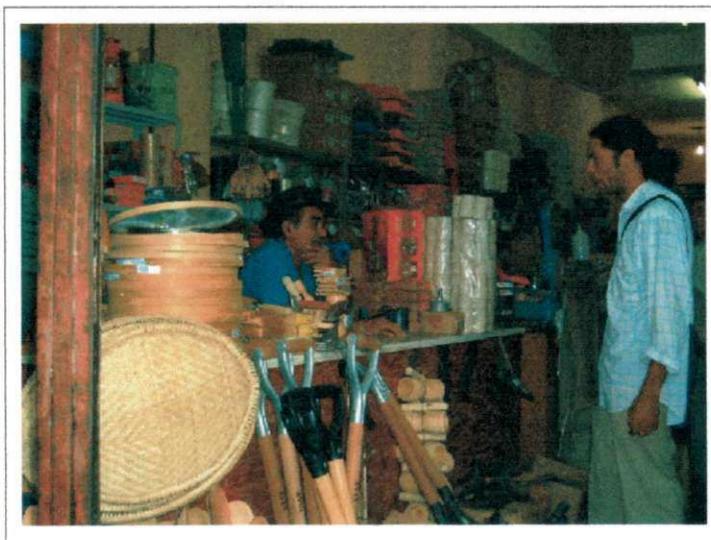


Foto 37 – Lições de experiência

A Feira é assim mesmo, quinze dias pra frente, e quinze dias prá traz (...) tem dia que tá boa, tem dia que não dá nem pro sal (...). A gente não pode confiar no dia a dia da feira (...) tem que saber vender. (negociante de ferragens)

As artes ou as astúcias de negociar na Feira Central de Campina Grande envolvem hábitos, costumes e saberes práticos e peculiares conferindo-lhe a

prerrogativa de ser um espaço de trocas simbólicas e saberes construídas paulatinamente através de um cotidiano de muito labor.

É o bom desempenho e um respectivo “controle” sobre a situação de interação instaurada entre participantes em co-presença que permite a realização da venda e, recorrentemente, é capaz de fomentar relações mais duradouras de confiança, amizade, compadrio e reciprocidade.

A confiança nas impressões e informações transmitidas é filtrada e confirmada, através dos próprios recursos cognitivos (capital cultural) do sujeito, em situação de negociação. Validando e/ou concordando com as informações do vendedor, o consumidor inicia um discurso contra-argumentativo (pechincha) que possivelmente resultará na satisfação (compra/venda) de ambos os personagens envolvidos na barganha.

Quando um consumidor dirige-se a um estabelecimento comercial, pressupõe-se que seu comportamento esteja orientado pela necessidade de consumo de determinado bem ou produto. Na Feira Central, entretanto, o comportamento consumista do indivíduo é constantemente clivado por “sugestões de compra” que, distintamente dos meios (midiáticos) utilizados pelas empresas ou estabelecimentos comerciais como supermercados e *shoppings centers*, são expressas a partir da interação direta entre consumidor e negociante, através das artes da conversação, ou mesmo por meio da peculiar e astuciosa forma, que procura ser convidativa aos sentidos, onde cada vendedor organiza seu banco, expõe seus produtos de maneira agradável aos olhos dos transeuntes, e por vezes, utiliza de todo um conjunto diversificado de *práticas de figuração*⁴³ (ação e representação), necessárias não só à edificação das situações de trocas simbólicas, mas também à realização da mercadoria, ou seja, sua venda mediante *interação focalizada*⁴⁴.

Sempre que um consumidor (freguês) e um vendedor (negociante) se encontram para realizarem o objetivo comum de negociar o preço de determinado produto, ambos procuram considerar o caráter passivo/ativo de toda interação que ocorre de maneira simultânea. O princípio de reciprocidade dialógica exigido numa situação de conversação/negociação pressupõe que os participantes saibam falar e

⁴³ Para Goffman, as práticas de figuração, habituais e normalizadas, são ações através da qual uma pessoa antecipa todo acontecimento cujas implicações simbólicas sejam capazes de pôr em risco a situação de interação (Joseph, 2000).

⁴⁴ Na “interação focalizada supõe que se aceite efetivamente manter, em conjunto por um momento, um único foco de atenção visual e cognitiva” (Joseph, 2000: 58).

também ouvir o outro. Neste interlocutório, é o olhar que acompanha o discurso fornecendo e sancionando sua veracidade. Os recursos reunidos pelos participantes na interação estão disponibilizados localmente, mas sua pertinência depende dos métodos de mobilização da atenção e dos engajamentos recíprocos.

Comunicar-se nesse ambiente de negociação é manipular os quadros das impressões nas mais diversas fases da interação (mediante troca de olhar), como uma garantia de veracidade na enunciação: pelo olhar sério, cravado, testemunho sincero da intencionalidade coerente da ação. O olho acompanha o corpo e denuncia a mente. Quando os gestos desagravam a linguagem do enunciado (riscos), ou quando a intenção não se efetiva na ação (ruptura). Na Feira, alguns negociantes mais experientes na “arte” de negociar, procuram não fitar diretamente ou detidamente o consumidor quando está anunciando o produto de interesse, procurando muito mais, como resultado da interação, a venda do produto. Através desse ardis, o vendedor pode descrever as supostas qualidades do produto, evitando a acareação da veracidade de sua informação através do olhar.

Por outro lado, a troca de olhares entre comprador e vendedor pode contribuir na instauração de uma relação de reciprocidade no momento da interação, capaz de não só ratificar as informações e impressões fornecidas pelo negociante, mas também de instituir uma forma relativamente mais duradoura de relação, firmada e expressa no personagem considerado freguês. Nesse sentido, o olhar exerce uma importante função sociológica, para a observação e entendimento sobre as interações que ocorrem no âmbito da Feira, como argumenta Simmel (*Apud*: JOSEPH, Isaac; 2000; 19).

O olhar pelo qual procuramos perceber o outro é em si mesmo expressivo. Pelo olhar que desvenda o outro, desvendamos a nós mesmos. O ato pelo qual o observador procura conhecer a pessoa que ele observa é uma capitulação através do qual ele próprio aceita ser observado. O olho não toma sem ofertar ao mesmo tempo. O que se produz nessa troca de olhares constitui a reciprocidade mais perfeita em todo o campo da interação entre os homens.

Diversas e distintas são as astúcias utilizadas pelos vendedores para atrair os consumidores que procuram a Feira. Entretanto, não se deve esperar alguma simetria

nas interações entre negociantes e consumidores neste contexto, no que se refere ao poder de se relacionarem e trocarem informações, pertinentes à realização da negociação que se efetiva.

Como um apresentador/animador de programas, o vendedor negociante de frutas dirige-se ao público, com um velado interesse em conquistar ou atrair um possível freguês. Para tanto, lança gestos e palavras de simpatia convidando o povo transeunte a se aproximar, desenvolve malabarismos e acrobacias com os produtos (laranjas por exemplo) às mãos. Sai de seu estabelecimento, vai até a multidão, como que invertendo as condições do jogo, ensaia um discurso dirigido às qualidades de seus produtos. A arte de vender ou negociar, na feira, exige que o vendedor multiplique os “sinais” que podem canalizar e instaurar uma interação. Como uma chamada ao engajamento, (o negociante), aos brados, proclama freneticamente as qualidades e o preço de seus produtos.

Acompanhando discretamente o percurso de uma consumidora⁴⁵ anônima, no setor da feira de frutas (hortifrutigranjeiros), procurei observar suas práticas de *fazer a feira*. Passos orientados e coordenados ao ritmo da multidão, ora mais apressado, ora mais demorado, meticuloso, interessado, caminhando por entre barracas, bancas, balaios e caixotes, repletos de produtos que, por sua vez, localizam a especificidade espacial de consumo (feira de hortifrutigranjeiros). Súbito, o percurso da consumidora é desviado ou interrompido pelas constantes investidas comunicativas de um negociante chamando a atenção ou canalizando seus sentidos.

_ Vamos chegando freguesia! (uma seqüência de palmas estridentes acompanha a provocação), pode escolher à vontade que aqui o freguês é quem manda. (vendedor de bananas).

_ Vamos chegando freguesa, a senhora é quem manda! (f).

_ Quanto tá a banana, moço?! (c).

_ Tá vinte por um real, dona! Pode escolher à vontade senhora! (f).

_ Mas elas tão meio feinhas, não moço?! (c)

⁴⁵ Neste trabalho, a noção de *consumidor* (c) é utilizado, como categoria mais geral, para todos os personagens que procuram fazer suas compras no âmbito da Feira Central: por outro lado, a noção de freguês é recorrentemente utilizado de maneira generalizada pelos próprios negociantes (f), ou seja, todo consumidor a priori é considerado pelo termo de freguês.

O comentário da consumidora é seguido por um semblante de desânimo e descaso, de forma que demonstrara pouco interesse nas bananas, quase que simultaneamente, prepara-se para continuar seu percurso pela Feira.

Rapidamente, o vendedor como que prevendo seu comportamento, escolhe dentre as diversas “palmas” de bananas, uma banana que é descascada e oferecida à degustação da consumidora. Esta, ante a ação do negociante, passa a prestar mais atenção assumindo uma postura mais interessada em relação à *performance* do negociante, uma breve pausa nos gestos, olhar fixo por alguns instantes sobre as bananas que estão sendo apresentadas pelo vendedor, ponderando sobre as impressões emitidas pelo vendedor. Os gestos do vendedor são acompanhados por uma narrativa, sobre os atributos ou qualidades do produto, bem como sua origem ou procedência, sempre em tom de animação.

O quadro informacional e interativo é complementado e desenvolvido com uma resposta breve ao descrédito da consumidora, seguido do esclarecimento ou informação que contradiga a “negação” da consumidora sobre a origem (procedência) e a qualidade do produto.

_ Tá não senhora! chegue, experimente senhora! É do brejo e chegou hoje, docinha feito mel! (f)

_ Conte trinta daqui (já selecionadas) pra mim moço! (c)

Ao contar as bananas, sob o olhar atento da consumidora, o vendedor anuncia o desconto no produto, adicionando três bananas na compra da freguesa, (comunicando-lhe ou) indicando que tal atitude é em consideração à decisão da consumidora de comprar na sua banca ou ponto de venda.

_ Vou colocar mais três, pra senhora, que é uma boa freguesa! (f)

_ Volte sempre senhora, aqui a senhora é quem manda! (c)

A dinâmica de um contexto de comunicação na Feira Central é uma dinâmica imanente e suscetível de ser explorada a partir do interior, no decorrer da própria ação interativa. No decorrer de uma ação orientada (na Feira), para a troca simbólica, os participantes se comprometem a negociar a “intenção” e procuram interpretar o que se diz e o que se passa, de forma a agenciar as intencionalidades contidas em seu enredo.

_ O senhor pode fazer trinta por um real? Eu vou levar dois reais de bananas!
(c).

A partir de então, uma nova fase se desenrolará na conversa entre a consumidora e feirante. Considerando o controle da situação/interação por ambos os participantes, ou seja, a manutenção da performance (desempenho) comunicativa de cada um dos negociantes (consumidor e vendedor) participantes é possível construir o personagem do “freguês”. O desempenho do negociante é medido, considerando a atenciosidade e a presteza com que se dirige a consumidora, procurando sempre e de maneira objetiva, oferecer seus serviços de tal forma a traduzir-se na satisfação da consumidora e possivelmente seu retorno àquele estabelecimento.

Não se trata mais da simples aquisição (compra) de algum produto, mas da instituição de laços mais duradouros, embora periódicos ou fortuitos de relação. Uma forma específica de sociabilidade, consolidada através de encontros regulares com trocas de informações e afinidades. Todo um aporte de formas de interação que antecedem as trocas mercadológicas propriamente ditas. Nos espaços constitutivos ou que caracterizam a Feira Central, não se operam apenas trocas comerciais (compra de produtos), mas também se realiza um rico processo de trocas simbólicas e práticas de sociabilidade.

Concordando com o caráter socializador das trocas na feira, a cientista social Marie France Garcia argumenta que, para além de ser um “lugar de trocas, a feira também é uma reunião dos agentes sociais. É um elemento de articulação social, e pode adquirir diferentes significações segundo a estrutura na qual se insere” (Garcia, 1984: 4). Logo, a feira não se resume apenas à comercialização de produtos, mas a um grande leque de possibilidades de práticas espacializantes e socializantes, como argumenta um consumidor:

Eu adoro vir à Feira meu filho. Todo sábado eu tô aqui bem cedim (...) Ôxi! é bom demais menino, o ‘caba’ vem, faz a feira, encontra os cunhecido, os cumpadi, e ainda toma umas ‘lapadinha’⁴⁶ antes de ir embora (...)

As interações entre consumidor e negociante, na Feira Central, respondem a certo nível de complexidade, concordando com a dinâmica da qualidade com que se

⁴⁶ Termo bastante utilizado para referir-se a dose de aguardente ou outra bebida alcoólica.

desenvolve a troca comunicativa. “A interação face-a-face é um processo fluido, móvel, ‘corrido’; durante seu curso, os participantes tomam sucessivas atitudes um com relação ao outro. Ora eles tergiversam, ora se movem num balé psicológico rítmico, mas sempre se movem por fases sucessivas de posição” (Strauss; 1999: 70).

O semblante dos personagens marcado pelo trabalho árduo e cotidiano de negociar, o olhar ainda carregado de energia e vitalidade, as rugas abertas pela exposição contínua ao tempo e as práticas de lidar com produtos e pessoas, faz da Feira Central um espaço onde o labor está associado à própria condição de existência dos personagens que a efetivam. É no dia-a-dia das práticas de negociação que os negociantes se realizam como pessoas.

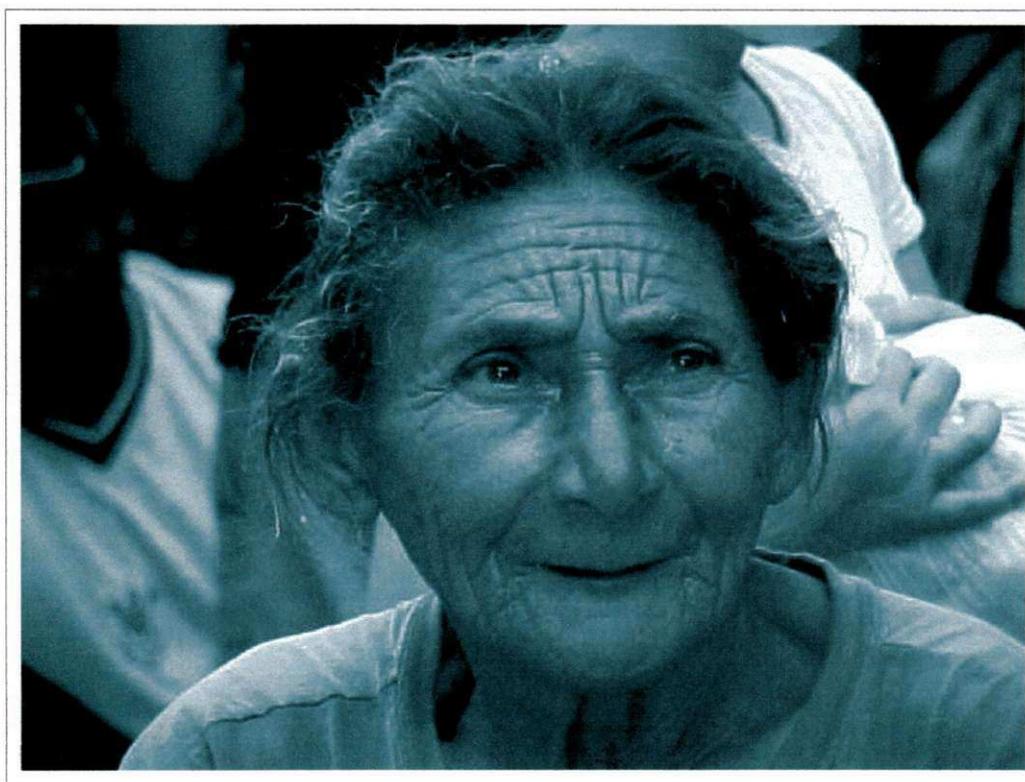


Foto 38 - No semblante toda uma vivência de muito trabalho.

Situações semelhantes à narrada algumas páginas atrás se multiplicam por todos os espaços da Feira, assim como diversas são as astúcias utilizadas pelo negociante para atrair o freguês, inferindo sobre suas expectativas em relação ao preço, a variedade ou tipo e qualidade de produto disponível. A inferência inicial sobre a identidade do outro (consumidor e negociante), apenas define o estágio para a negociação, fornecendo a cada participante algumas deixas necessárias aos seus percursos.

Nesse sentido, Goffman (2000), na interpretação de Isaac Joseph, sobre a linguagem e o fenômeno das interações, busca conciliar as abordagens etnográficas e a corrente da análise da conversação, informando categoricamente a respeito da habilidade do sujeito em inferir e/ou organizar o contexto da troca comunicativa:

Sua capacidade de fazer inferências no decorrer da conversação e de compreender como operam as conversações de contextualização é, portanto, a realidade situada de sua competência social, e a atualização de sua competência lingüística. Tais procedimentos ativos de definição da situação manipulam, aliás, um conjunto de sinais (não se trata dos signos arbitrários de uma língua), disponíveis no decorrer da ação e que delimitam o quadro de interpretação daquilo que ai se desenvolve. (Goffman; 2000: 78)

No interior, ou no âmbito das situações (momentos) de trocas na Feira, considerando-as como eventos cotidianos, as práticas interativas são engendradas por participantes que, inseridos nesse contexto específico, tem inevitavelmente uma compreensão (mesmo que tácita) dos momentos contextuais singulares onde atuam, assim como devem compreender e controlar as impressões ou os vários cursos possíveis da ação, evitando o desmantelamento dos interesses e das expectativas constitutivas das práticas e dos cenários de trocas conhecido como a Feira Central de Campina Grande.

Nos supermercados, mini-mercados ou mercadinhos, quitandas e demais estabelecimentos que vendem produtos alimentícios, naturais ou industrializados, (Foto 12), é comum se encontrar o preço dos produtos impresso na embalagem, ou estampado em cartazes, panfletos ou mesmo



Foto 39 – Vista lateral interna de um setor de supermercado

pequenas plaquetas dispostas bem próximo dos produtos e visíveis ao consumidor. Nestes estabelecimentos comerciais, os valores relativos às formas de lucro sobre os produtos comercializados, são quantificados e controlados de maneira bastante rígida.

Nesta situação de mercado, o consumidor encontra à sua disposição as informações mais gerais sobre os produtos disponibilizados, correspondentes à qualidade, ao valor do produto, à data de fabricação e por vezes à validade do mesmo, ou seja, o limite de tempo para o consumo humano, sem deixar de fora, as informações pertinentes às formas de pagamento do produto adquirido. Em vários estabelecimentos comerciais, o consumo de determinado bem é geralmente mediado por uma espécie de contrato entre o comprador e o estabelecimento comercial (e não o vendedor ou comerciante), de forma que o consumidor se obriga juridicamente a pagar o(s) valor(es) estabelecido(s) no contrato ou no “carnê de pagamento”.

De maneira distinta aos momentos de interação na Feira, no interior dos supermercados, sujeitos e produtos são seguramente vigiados por funcionários treinados, por câmeras ocultas, sensores e detectores instalados para coibir qualquer forma de desvio de conduta, procurando sempre preservar a integridade das mercadorias e privacidade dos clientes que percorrem seus corredores.

As contradições, tensões, riscos e inseguranças inerentes às contingências geradas na clivagem entre os valores e costumes considerados tradicionais e as demandas criadas pelo avanço da modernidade, temperam e investem de sentidos múltiplos, as relações de negociação, na Feira. Esta permanece sendo uma referência, lugar semântico, de abastecimento e sociabilidades. Estar na multidão da feira, é nunca estar só, uma vez que, sob certo aspecto, somos quase que literalmente levados pela multidão, que cotidianamente a percorre e a espacializa com suas práticas de negociar.

Não olhar para o outro, não esbarrar ou tocar nas outras pessoas que disputam os múltiplos espaços, percursos e possibilidades de consumo, não experimentar ou não ser afetado pela insegurança, pelos receios e pelos riscos inerentes a este espaço público, é como criar um não-sentido, ou instituir um sentido desfigurado, para as práticas espacializantes da Feira, uma vez que ela é este turbilhão de personagens e práticas que envolvem a negociação.

Entretanto, a cortesia visual a que Goffman se refere, como sendo uma forma de *interação não focalizada*⁴⁷, ou seja, uma maneira de permitir a abertura (interação) aos sinais de afabilidade, sugere, para a situação de negociação entre consumidor e vendedor, que não há razão para “suspeitarmos das intenções do outro, para temê-lo ou ser-lhe hostil.”, tal astúcia Goffman chama de formas da *desatenção*

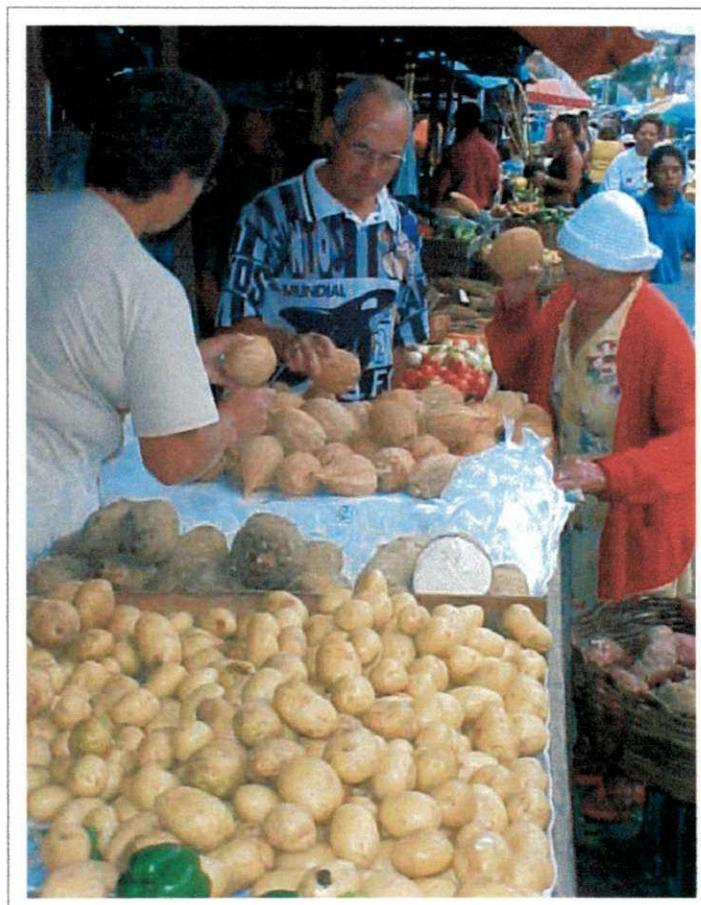


Foto:40 – Intenções negociadas.

civil: “Lançamos um olhar para o outro, a cerca de dois metros de distância; durante esse tempo, a calçada é repartida através de gestos; depois, baixamos os olhos à passagem dele, como que numa trégua.” (Goffman, 1978: 62)

Noutros momentos de minha pesquisa, em diversas situações observadas, quando um possível consumidor se aproxima de um banco de frutas ou verduras ou (por outro lado), pergunta a um marchante açougueiro qual o preço da carne que está ao alcance da visão e do tato (experimentação), procura demonstrar pouco interesse na compra do produto, buscando lançar algum comentário depreciativo ou que coloque em dúvida as informações transmitidas pelo negociante sobre a qualidade da carne exposta, ou faz ainda alguma comparação do preço apresentado pelo feirante com o colhido em algum outro estabelecimento, mostrando que encontrou a mesma mercadoria com valor inferior.

⁴⁷ Erving Goffman e a microssociologia / Isaac Joseph; tradução Cibele Saliba Rizek. – Rio de Janeiro: editora FGV, 2000 p: 62.

Estas formas discursivas, considerando o espaço onde são engendradas, já estão supostas pelos respectivos participantes da negociação, ou fazem parte do jogo de encenações possíveis no contexto da Feira. Nela, as astúcias práticas que envolvem um processo de negociação entre consumidor e feirante, são tratadas como meticoloso *trabalho de figuração*⁴⁸, e estão sujeitas segundo Erving Goffman (1974), ao postulado da vulnerabilidade fundamental da experiência social, ou seja, devemos sempre pressupor que as intenções e impressões oferecidas à representação cotidiana estarão sempre sujeitas a rupturas.

Os modos ou astúcias de se fazer compras na Feira são de qualidade distinta da atividade de se fazer compras nos supermercados ou *shoppings centers*. A constelação de gestos, argúcias performáticas que garantem as condições de sucesso da negociação na Feira Central.

Gentileza e polida cortesia do vendedor para com o possível freguês, oferta do produto à experimentação, perguntas (especulativas) em tom de velado interesse, por algum assunto ou comentário particular que possa vir do sujeito comprador. Diferentes recursos heurísticos e gestuais transformam-se em artes da manipulação e controle das impressões. Assim, quando um negociante (ator) da feira (palco e cenário) utiliza de toda uma mímica gestual para anunciar seu produto e despertar a atenção do comprador, utiliza também como tática discursiva um repertório semântico do tipo:

Como uma forma de defesa contra as agruras geradas nas tensões e distensões com os valores e códigos modernizantes, a identidade construída de forma relacional (referente à negociação de sociabilidades) encontra no domínio do trabalho, na Feira, sua categoria mais representativa. Dessa forma, interesses individuais são viabilizados através de formas recíprocas de interação entre consumidor e vendedor.

A Feira Central de Campina Grande é este micro-universo de relações e interações dinâmicas, sua multiplicidade de cores, sujeitos e produtos transmite e traduz a condição fundamental para sua recorrência. Negociar na Feira Central é, antes de qualquer relação mercantil, se socializar, ou seja, estar aberto às possibilidades de trocas de afinidades recíprocas.

⁴⁸ Práticas de figuração, de acordo com os ritos de interação, expressam o valor social de uma pessoa tal como ele se manifesta num encontro, segundo Goffman, "fazer boa figura é ter sucesso no trabalho de figuração e manter uma linha de ação coerente." (Goffman: 1978:43).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No decorrer deste estudo, procurei abordar o micro-universo da Feira, a partir de um “ângulo” que se diferencia dos trabalhos que se debruçam sobre este tema. A Feira Central de Campina Grande é tomada, aqui, como um espaço onde as relações sociais são concebidas enquanto formas específicas de negociação entre consumidor e vendedor. Minha intencionalidade reside na possibilidade de compreender e explicar a constituição da Feira a partir das próprias práticas e interações entre os personagens principais aqui definidos, uma vez que, concebo estas interações como o epicentro a partir do qual se configuram e constituem todos os espaços da feira.

Ora, a Feira Central não é uma estrutura inerte; não deve ser percebida ~~entinamente~~ a partir dos armazéns, boxes, barracas e bancos que delineiam seus caminhos, posto que, sem a presença dinâmica dos sujeitos sociais a inflarem seus percursos de cor e vida, nenhuma forma de troca seria possível; na feira, os produtos são como sinais que devem ser codificados para que assumam sua função de uso enquanto mercadorias. Sem a interferência e o intercâmbio das formas simbólicas de comunicação e negoci(ação), a Feira perderia sua característica mais representativa e, cuja existência, está diretamente atrelada.

É notório que a Feira é um espaço de sociabilidades. Acredito ter sido possível, neste trabalho, adentrar e apresentar algumas formas específicas de interação através das quais, consumidor e vendedor, realizam suas expectativas e interesses pessoais, onde a venda e o consumo intermedeiam e fazem compartilhar sentidos, sujeitos e situações particulares, capazes de instituir relações mais duradouras quando da caracterização do personagem “freguês”.

Narrativas que evocam saberes constituídos nas práticas cotidianas de negociar na Feira, nas artes de manusear instrumentos e produtos de forma a serem “sentidos” e consumidos pelos possíveis fregueses. As astúcias práticas para cativar e atrair os consumidores, expressas nos modos peculiares de selecionar e organizar produtos e discursos de forma que não seja apenas convincente, mas que transmita confiança às impressões (gestos e discursos) e informações transmitidas e compartilhadas mutuamente, através do que podemos considerar um acordo de intenções, pelos sujeitos co-participantes da negociação.

Ciente que, devido à complexidade e a multiplicidade das formas de interação, associados ao tempo máximo necessário para o término desta pesquisa, assim como as dificuldades encontradas no próprio devir da pesquisa de campo – como a cisma em dar entrevista por parte de alguns dos negociantes, na suspeita que se trate de “alguém do governo” ou fiscal da Prefeitura Municipal local, ou mesmo pelo jeito meio bronco e desconfiado de outros negociantes – tornaram os dados apresentados por demais insuficientes para se abarcar a diversidade de “operações” de negociação entre os sujeitos representativos de todos os setores da Feira Central.

Entretanto, espero ter contribuído para a ampliação do debate sobre a existência das feiras-livres, especificamente a Feira Central de Campina Grande, uma vez que esta apresenta especificidades sócio-culturais e históricas, que a conferem o *status* de terceira maior feira livre do Nordeste, depois da Feira de Caruaru e de Feira da Santana na Bahia.

Como a cultura se reproduz em um sistema de objetos, os bens expostos e negociados nos espaços da Feira são, por assim dizer, objetos-código que por sua vez, só são negociáveis a partir de suas diferenças de significação em relação a outros bens, e as possibilidades distintas através das quais sujeitos particularmente interessados decidem se comunicar em função da realização de seus intentos.

A Feira Central de Campina Grande é apresentada aqui, como uma instituição social, onde os personagens consumidores e negociantes assumem o compromisso de serem seus protagonistas principais, a enredarem seus caminhos, transformando-a num grande cenário móvel, investido de significados distintos, mas que, orientados através do mote “fazer a feira” transformam e efetivam este(s) espaço(s) num ambiente onde as especificidades interacionais, e as representações entre estes sujeitos, mediadas pelos bens expostos ao consumo, constituem a diferença e a potência necessária para sua recorrência na memória, nos costumes e nas pretensões de consumo para vários sujeitos sociais.

Tomada neste trabalho enquanto espaço eminentemente de sociabilidades, a Feira Central também abriga, em suas teias de sentidos compartilhados, tensões, conflitos e contradições que não puderam ser devidamente exploradas neste trabalho, em face de meu objeto de análise, como rituais cotidianos de inter(ação), apresentar características extremamente fluidas e dinâmicas, difíceis de apreender

sistematicamente, e também pelo norteamento da pesquisa estar diretamente relacionado com a construção do personagem freguês através das práticas da “barganha”.

A utilização de fotografias nesta dissertação, mais especificamente nos capítulos IV e V, está vinculada a necessidade de colocar ou aproximar o leitor do ambiente da Feira. Nesse sentido foram registradas no decorrer de dois anos (um ano antes do início deste trabalho) um acervo de aproximadamente seiscentas imagens, algumas selecionadas e apresentadas aqui, não como acessório ou elemento ilustrativo do (con)texto praticado. Acredito que, um olhar detido sobre as iconografias pode revelar, para além das breves legendas, situações inusitadas de negociação, congeladas em imagens que embora fixas podem traduzir a dinâmica das práticas feirantes.

Deixei ao leitor a instigante possibilidade da interpretação sendo a fotografia o registro de alguma coisa ou situação que, explícita ou implicitamente canaliza a cognição de quem a vê. O conteúdo escolhido e manifesto em grande parte das imagens, que compõem este trabalho, procuram seguir (a partir de meu olhar), de maneira geral, o tema das práticas de negociação e das artes de fazer a feira. Conteúdo este que até pode estar claro para os observadores/leitores, mas podemos esperar a existência de um conteúdo latente por trás daquele intencional e claramente apresentado nas imagens, desencadeando outras imagens na memória dos que as observam, multiplicando as possibilidades de interpretações válidas.

A fotografia, embora muda e fixa, permite uma contemplação detida, repetida e múltipla de significados. Ela amplia o olhar podendo ser lida como um *bricouler* (mosaico) que constantemente, como num “pisar de olhos” altera sua configuração, ou mesmo de acordo com o grau de distanciamento ou ampliação (aproximação) que dela se faça, provocando em quem a observa uma noção de identificação com o que se vê e que, nem sempre é o que se mostra.

Enfim a fotografia divide com o texto a responsabilidade de apresentar um panorama deste universo de trocas, espaço múltiplo de cores, vivências e experiências cotidianas relacionadas às artes de *se fazer a feira*. Procurei registrar e apresentar as fotografias divididas em duas categorias gerais, de tal maneira que, nas imagens capturadas em preto e branco procurei ajustar o foco nas expressões (faciais) simbólicas ou nos personagens em negociação, assim como nas imagens coloridas, o foco centrou-se nos produtos e espaços da Feira.

A Feira Central de Campina Grande é o lugar onde o novo e o velho se encontram, onde o tradicional e o moderno caminham e disputam seus percursos e

possibilidades de consumo, onde o empírico pulula por todos os cantos convidando os sentidos a experimentarem as emoções, os produtos e os imponderáveis que a todo instante arrisca uma encenação. Na Feira, onde tudo é passível de negociação, tudo se vende e tudo se troca, onde os bens e os sentidos atribuídos às maneiras de consumo são re-significados ou mesmo astuciosamente reconstruídos nas próprias operações cotidianas, ancoradas nos processos de mudança social, nos gostos e padrões de consumo dos sujeitos que a efetivam, praticando-a.

“Isso aqui é a feira mesmo meu filho (...) É desse
jeitinho mesmo que o senhor ta vendo, e não pode mudar não”
(consumidor anônimo).

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- ALMEIDA, Elpídio de. *História de Campina Grande. Instituto Histórico e geográfico Paraibano – edições da livraria pedrosa. 1962.*
- ANDRADE, M. Oliveira de. *A Feira de Campina Grande, tradição e identidade: Uma Visão antropológica* João Pessoa, MCS/UFPB, Cadernos de Ciências Sociais 34, 1994.
- BOURDIEU, Pierre. *O Poder Simbólico – 4ª edição – Rio de Janeiro; Bertrand Brasil, 2001.*
- CÂMARA, Epaminondas. *Alicerces de Campina Grande.* Campina Grande: oficinas gráficas da livraria moderna, 1943.
- COELHO, Maria Francisca Pinheiro; BANDEIRA, Lourdes; MENEZES, Marilde Loiola; (org.). *Política, Ciência e Cultura em Max Weber – Brasília: Editora Universidade de Brasília, São Paulo, Imprensa Oficial do Estado, 2000.*
- DE CERTEAU, Michel. *A Invenção do Cotidiano: 1. Artes de fazer; tradução de Ephraim Ferreira Alves. – Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.*
- FREIRE, Gilberto. *Sobrados e Mucambos: Decadência do Patriarcado Rural e desenvolvimento Urbano* 10ª edição – Rio de Janeiro: Record, 1998. GARCIA, Marie France. *Feira e Trabalhadores Rurais: As Feiras do Brejo e do Agreste Paraibano.* RJ, 1984.
- GALVÃO, Paulo Francisco Monteiro. *A Feira Livre em João Pessoa: Evolução e Mudanças Sociais 60/90.* JP, 1994.
- GOTTDIENER, Mark. *A Produção Social do Espaço Urbano.* – São Paul: Editora da universidade de São Paulo, 1997. 2ªed.
- GOFFMAN, Erving. *A Representação do Eu na Vida Cotidiana.* Editora Petrópolis, Vozes, 1985.
- GIDDENS, Anthony. *As Consequências da Modernidade – São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista, 1991.*
- GIDDENS, Anthony. *Modernização Reflexiva: Política Tradição e estética na Ordem social Moderna – São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista, 1997.*
- IBGE/ anuário estatístico - 2003.
- LEFEBVRE, Henri. *La Production de l'espace – Paris, Anthropos – 1974.*

- NASCIMENTO, Regina Coelli Gomes. *Disciplina e Espaços: Construindo a Modernidade em Campina Grande no início do séc. XX*. Recife, 1997.
- OLIVEN, Ruben George. *A Antropologia de Grupos Urbanos* – Rio de Janeiro, Vozes. 1985.
- PAZERA JR, Eduardo. *A Feira de Itabaiana – PB: Permanência e mudança – USP – São Paulo/2003*.
- SOUSA, Fábio G. R. B. *Cartografias e Imagens da Cidade: Campina Grande – 1920/1945*. Tese de Doutorado: IFCH/UNICAMP - Campinas, SP, 2001.
- SIMONSEN, Roberto. *História Econômica do Brasil 1500-1820 – 1944*.
- SAHLINS, Marshal. *Cultura e Razão Prática*. J.Z:E. RJ, 2003.
- STUDART FILHO, Carlos. *Páginas de História e Pré-História -1966*.
- THOMPSON, E.P. *A Miseria da Teoria ou um planetário de erros* – Zahar editores.
- THOMPSON, E.P. *Costumes em Comum*.
- VIEIRA, M^a S. de A. *Feira: Espaço de liberdade ou de ilusões ?* – Fortaleza, 1980.
- VELHO, O.G., *O Fenômeno Urbano*. 3.ed. Rio de Janeiro, Zahar, 1976.
- WEBER, Max. *O Conceito e Categoria de Cidade*, in: *O Fenômeno Urbano*, Gilberto Velho (org.) 4^a., Rio de Janeiro, Zahar, 1979.
- WEBER, Max. *Metodologia das Ciências Sociais*, parte 2 – 2^a edição – São Paulo:
- WEBER, Max. *Entre a Paixão e a Razão* – Héctor Saint-Pierre. 3^a ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 1999.