

O COTIDIANO DAS MULHERES FEIRANTES NA FEIRA CENTRAL DE CAMPINA GRANDE NA CONTEMPORANEIDADE

Sâmala Sonaly Lima Oliveira¹
Antonio Clarindo Barbosa de Souza²

Introdução

O presente trabalho tem como objetivo analisar as práticas cotidianas de sete mulheres feirantes entrevistadas, como elas constroem o seu espaço de trabalho, as redes de sociabilidades que estão envolvidas, as táticas e astúcias para conquistar os fregueses. Para a realização desse estudo inicialmente foi feito um levantamento de material bibliográfico, para dá subsídios, consistência teórica na execução da escrita. As bases metodológicas da pesquisa além das fontes bibliográficas; utilizamos os relatos orais de memória, por ser um recurso utilizado para a elaboração de documentos, referentes à experiência social de pessoas e grupos. Nesse texto especificamente optamos por usar as iniciais dos nomes das entrevistadas; bem como ao citá-las utilizamos apenas a data em que foi realizada a entrevista. Um dos referencias teóricos usado foi Michel de Certeau.

A Feira Central e os seus espaços

As práticas cotidianas das mulheres feirantes são percebidas nesse estudo como práticas construtoras dos espaços³, que dão sentido as suas maneiras de comercializar, organizar os bancos, costumes, saberes e criatividade, investindo esse lugar de significados, formas que criam e recriam um espaço. Conforme Silva:

“(...) a feira, que envolve 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 espaço/cenários da feira, fornecendo-lhe os múltiplos aspectos, cores e formas constituintes de seus sujeitos, espaços e produtos.” (SILVA; 2005: 42).

¹ Mestranda em História. PPGH-UFCG

² Orientador. PPGH-UFCG

³ Tomamos como base o conceito de Certeau para ele “o espaço é um cruzamento de móveis. É de certo modo animado pelo conjunto dos movimentos que ai 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; 2008:2002).

Os apontamentos teóricos de Certeau (2007) possibilitaram uma abordagem sobre a constituição da Feira Central, adotando como análise as práticas cotidianas dos sujeitos ordinários (mulheres feirantes), pois as artes do saber fazer que assumem uma criatividade, tática e astúcia presente nas práticas encontradas na feira. Silva afirma:

“(...) 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.” (SILVA; 2005: 45)

A Feira Central é um espaço, um lugar praticado, no qual existe um conjunto de práticas de sociabilidades que transformam o cotidiano da feira e daquelas pessoas que a frequentam.

Os espaços da Feira Central são divididos por áreas distintas (feira de flores, frutas, queijos e doces, aves, carnes e outros) que foram construídos a partir das trajetórias cotidianas, de caráter táticos, pelo fato de não obedecer a uma ordem, são formadas por regras de sociabilidades inerentes que se desenvolvem nesse lugar pelos feirantes.⁴ Esses múltiplos espaços na feira, encontramos as mulheres feirantes que negociam seus produtos, através das suas peculiaridades, gestos, ações e discursos. Sendo assim, buscamos fazer a localização das feirantes no seu ambiente de trabalho e os produtos vendidos por elas.

A feira de frutas destaca-se dos outros setores por ser considerada como principal lugar de abastecimento de boa parte da população urbana, espaço privilegiado para a pequena produção familiar, sendo também a garantia de renda para muitos desempregados conseguirem seu sustento. Diante desse espaço encontramos J. F. S.⁵ que comercializa desde criança, quando trabalhava com a sua mãe, (que deixou de negociar na feira há um ano) e suas irmãs (alguns já deixaram de trabalhar na feira e outras continuam com o seu próprio negócio como E. F. S. L.⁶) negociando verduras e frutas. Nesse caso podemos perceber que as práticas de negociar são passadas de pai para os filhos.

⁴ Tomamos como base os apontamentos de SILVA, Valmir Pereira de .Artes de Fazer a Feira: práticas e representações de negociação na Feira Central de Campina Grande. Dissertação de Mestrado em Sociologia, UFCG, Campina Grande, 2005.

⁵ Entrevista concedida pela feirante no dia 21/06/09.

⁶ Entrevista concedida pela feirante no dia 21/06/09.

Em frente à entrada principal do mercado central, localiza-se a feira de doces e queijos com 12 bancos que negociam vários tipos de queijo (coalho e manteiga) e os doces (goiaba, banana e quebra-queixo). Nesse espaço localiza-se M. L. S. S.⁷ que trabalha há mais de 36 anos vendendo queijos e doces.

Numa das entradas principal do mercado central, lugar de movimento intenso circulam fregueses atrás de comprar produtos, homens fazendo o carregamento de carnes e cereais para abastecer os bancos. L. R. S.⁸ trabalha nesse ambiente desde criança quando ajudava sua mãe vendendo tempero, sacos e outros produtos. Lugar estratégico, visto que, se localiza na entrada de um espaço que é conhecido pela venda de carnes e um dos pré-requisitos para o preparo de carne é o tempero.

No interior do mercado central, E. F. S. L. trabalha comercializando, assim como sua irmã J. F. S. verduras; em frente a um estabelecimento de queijo toma conta quando o dono precisa sair. O ponto que ela escolheu para negociar é estratégico, visto que, em algumas receitas para preparar a carne se utiliza verduras.

A feira de flores está localizada na Rua Manuel Farias Leite, é composta por cinco bancas, que vendem vários tipos de flores, R. S. B.⁹ trabalha desde criança nesse espaço, quando trabalhava com sua avó, mãe e irmãos, com a morte da mãe e da avó, o banco foi vendido por ser de herdeiro, e ela passou a trabalhar em outro banco, durante alguns dias da semana.

Nessa mesma rua encontra-se a venda de brinquedos, animais de estimação, bancos de fumo de rolo, alguns comerciantes colocam no chão para vender jarros e panelas de barro. M. G. D. C. M.¹⁰ trabalha nesse ambiente vendendo lanches e pratos feitos, para as pessoas que trabalham ao redor e fregueses.

Na Rua Afonso Campos, onde se encontra a comercialização de produtos diversificados, principalmente a comercialização de verduras, encontra-se M. L. S.

⁷ Entrevista concedida pela feirante no dia 18/08/09.

⁸ Entrevista concedida pela feirante no dia 25/06/09.

⁹ Entrevista concedida pela feirante no dia 10/06/09.

¹⁰ Entrevista concedida pela feirante no dia 18/08/09.

S.¹¹ comercializando temperos e ervas. Como pode ser observado procuramos entrevistar feirantes de pontos diversificados para compreender como funciona o cotidiano delas.

O Cotidiano: as primeiras horas do dia

As mulheres feirantes entrevistadas, tem o seu horário de trabalho na feira central diferenciado, exigindo uma grande disposição e força de vontade, no ritual matinal. Algumas acordam de madrugada para ir pra feira, principalmente as que moram nas cidades circunvizinhas (diferentes das que residem em Campina Grande.). Como é o caso de E. F. S. que mora em Matinhas, município próximo segundo ela:

“Eu vou na sexta e no sábado . Na sexta eu vou daqui diretamente para a CEASA, aí da CEASA eu passo diretamente pra feira, aí lá né eu começo ajeitar as mercadorias pra sábado. Aí no sábado é que eu vou (...) no carro, numa D20 ,vem pegar em casa no sábado e na sexta eu vou pra pista com ela [sua filha] de quatro horas da manhã (...)no sábado eu saí de 2:30 (...)”¹²

Como podemos observar através desse relato, essa feirante trabalha nos dias mais movimentados da semana devido ao elevado número de consumidores. Na sexta ela compra as mercadorias, guarda e na madrugada da sexta para o sábado, ela começa organizar, para negociar com os fregueses que costumam ir bem cedo a feira para comprar frutas e verduras frescas. Ela costuma guardar seus produtos num banco de queijo.

Já a sua irmã J. F. S. mora também no mesmo município, nos relata: “*Minha filha, é uma vida tão sofrida né! (...) a gente vai de carro (...) três e meia da manhã (...) quando chega lá compra vai comprar as mercadorias para arrumar o banco ainda lá (...).*”¹³ Essa feirante diferente da sua irmã faz compras para abastecer a sua banca, na feira mesmo e no dia de sábado, pois na semana trabalha num colégio. Chega logo cedo para atender os primeiros clientes da manhã. Seu ponto de venda é organizado com bancos e caixas, ela separa as frutas e verduras, organizando as frutas, por quantidade e peso com um preço já estabelecido, dessa forma chamando a atenção dos compradores que passam. Ela trabalha até as 4 horas da tarde aos sábados. Podemos constatar que a rotina das duas é bem diferentes apesar de morarem no mesmo município.

¹¹ Entrevista concedida pela feirante no dia 18/08/09.

¹² Entrevista concedida pela feirante no dia 21/06/09.

¹³ Entrevista concedida pela feirante no dia 21/06/09.

M. S. B. moradora do Bairro do Mutirão da cidade de Campina Grande, nos fala: *“Eu chego aqui cinco horas da manhã ai, abro o banco começo arrumar e fico esperando os fregueses chegar passo a atender e negociar (...) fico ate vinte pras seis, todo dia de segunda a sábado.”*¹⁴

M. G. D. C. M. trabalha na feira numa barraca de lanches, ela nos relata: *“Eu começo fazendo café e já trago algumas coisas adiantadas (...) eu chego às 5 horas da manhã. Eu saio vinte para as cinco da manhã. Eu saio daqui 1 hora da tarde, ai meu marido chega para trabalhar aqui (...)”*¹⁵. Em conversa com essa feirante, percebe-se que ela chega logo cedo à feira e já traz algumas coisas prontas de casa, para vender aos seus clientes, observamos que boa parte deles são de motos-taxistas que trabalham perto da barraca dela, por isso ela chega cedo para preparar o café da manhã dessa parte de sua freguesia, sendo assim ela molda o início do seu trabalho conforme os horários dos seus fregueses que chega logo cedo a feira.

M. L. S. S. relata um pouco dá organização do seu banco: *“Eu chego, limpo o banco, arrumo tudinho e fico esperando os clientes.”*¹⁶ Na organização do banco, ela coloca os bolos de um lado e os doces de outro, depois de tudo organizando, ela fica esperando os clientes e chamado a atenção dos que passam falando: *“Oh , freguês não quer levar um docinho hoje, não.”*¹⁷

Através desses relatos sobre um pouco da rotina, de começar o trabalho na feira, constatamos que cada uma delas tem o seu horário de trabalho, o seu jeito de organizar o banco e os dias de preferência para trabalhar na feira, pois aquelas mulheres que moram nas cidades circunvizinhas precisam acordar mais cedo, diferente daquelas que moram em Campina Grande. Sendo assim, percebe-se que elas logo cedo estão na feira para atender aqueles fregueses que costumam chegar cedo para comprar produtos mais frescos.

As táticas e astúcias para conquistar um freguês

Na feira é comum que os feirantes utilizem formas discursivas e gestuais para chamar a atenção do consumidor para os seus produtos expostos, é prática constante das

¹⁴ Entrevista concedida pela feirante no dia 10/07/09.

¹⁵ Entrevista concedida pela feirante no dia 18/08/09.

¹⁶ Entrevista concedida pela feirante no dia 18/08/09.

¹⁷ Entrevista concedida pela feirante no dia 18/08/09.

nossas entrevistadas, organizarem os bancos de forma atrativa aos olhos de quem passa. Fazendo com que o consumidor pare e pergunte pelo preço do produto, mostrando interesse, podendo argumentar a possibilidade do desconto, que em muitos casos é concedido, cativando de certa forma o consumidor, podendo vir a ser seu freguês assíduo. Silva aborda essa questão do freguês, segundo ele:

“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” (SILVA;2005:.117).

A organização das barracas e bancos, o colorido e o aroma, mostram as formas astuciosas com que as feirantes compõem seus produtos (com a intenção de chamar a atenção dos consumidores que caminham). E isso pode ser observado na organização dos bancos das entrevistadas, quando elas separam os seus produtos, expondo de forma convidativa aos consumidores que passam despertando o interesse pelos produtos. Como nos informa Silva:

“(…) 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 aquele estabelecimento.” (SILVA; 2005:130)

Uma prática bastante comum que os feirantes utilizam, principalmente, aqueles que negociam frutas, queijos e doces, é a degustação dos produtos, para convencer de que a mercadoria é boa e o consumidor comprar. Essa astúcia pode ser observada em J. F.S. que oferece algumas frutas para degustar e M. L. S. S. que oferece doces e bolos, a quem se aproxima do banco, ela chama, dialoga faz com que o consumidor deguste e essa tática em alguns casos tem sucesso em comercializar o seu produto.

Como várias astúcias são utilizadas pelos feirantes para atrair o freguês, alguns estabelecimentos (bancos de frutas, verduras, doces, queijos e entre outros) não colocam o preço nos produtos, isso induz o consumidor ir ao feirante saber quanto custa à mercadoria, possibilitando a barganha entre esses personagens. Prática que é utilizada no

cotidiano das nossas entrevistadas, como pode ser observado através de J. F. S. em uma situação de negociação; pois ela não coloca preços nas suas mercadorias, isso induziu uma consumidora a se aproximar da banca, para saber o preço do caju, e negociar essa mercadoria, cujo preço era 6 unidades por 2 reais, no meio da negociação a consumidora conseguiu levar 2 unidades a mais de caju, num total de 8 unidades por 2 reais. Essa prática utilizada pela feirante para cativar à consumidora.

Quando indagamos as feirantes sobre as táticas usadas, utilizadas por elas R. S. B. nos relata que: *“Ser sincero e verdadeiro, não passar mercadoria velha dizendo que é nova, o preço ser bom e satisfatório para ambos.”*¹⁸ Através dessa fala fica bem nítido a questão do feirante usar da sinceridade com o consumidor, pois se ele vender uma mercadoria ruim dizendo que é boa, certamente perderá esse consumidor, que posteriormente poderia se tornar um freguês amigo. Além da qualidade o preço é outro fator observado pelo consumidor, como afirma a feirante, deve ser um preço satisfatório para os dois lados.

L. R. S. nos afirma: *“Tratar o freguês bem né, atender ele bem, tratar ele bem, não com ignorância tem que ir com a cara bonita, ai a gente conquista o freguês.”*¹⁹ Percebe-se que a feirante dá ênfase em atender bem o freguês e ser simpática com ele, para conquistá-lo, utilizando-se assim do carisma e atenção com o consumidor. Isso foi percebido na maioria das entrevistas, pois as feirantes utilizam do carisma e atenção, demonstrando o anseio na volta daquele freguês ao estabelecimento para comprar novamente seus produtos, possibilitando um vínculo de amizade, podendo assim se tornar um freguês assíduo.

Outra prática bastante utilizada pelas nossas entrevistadas é guardar as compras dos fregueses, como nos narra M. L. S.S. *“Com certeza, né para agradar e eles ficarem mais à-vontade né, porque eles querem andar, às vezes querem tomar uma cervejinha ai pra não ficar com pacote pronto, quando voltarem ai pegam.”*²⁰ Demonstrando que além de agradar o freguês guardando a mercadoria, possibilita também a comodidade em guardar para que os fregueses possam fazer o restante da feira e/ou se divertir nos bares da redondeza.

¹⁸ Entrevista concedida pela feirante no dia 10/06/09.

¹⁹ Entrevista concedida pela feirante no dia 25/06/09.

²⁰ Entrevista concedida pela feirante no dia 18/08/09.

Vínculos de amizades: as redes de sociabilidade entre feirantes e fregueses

A feira conforme Silva (2005) é considerada uma extensão da moradia daqueles que trabalham nela, lugar de familiaridades e reciprocidade. Assumindo assim códigos de sociabilidades, que envolve a troca de cortesias, relações de compadrio, como o empréstimo de um produto que não se tem para vender a um freguês. Sendo que esses sentidos atribuídos aos de afinidades e compadrio funcionam como amortizadores do contexto concorrencial, presente numa força de mercado.

A troca recíproca de favores entre feirantes que são concorrentes pressupõe uma contrapartida de maneira similar ao produto ou serviço emprestado. “(...) é o seguinte quando a gente não tem, uma mercadoria que ela tem, aí ela empresta, aí quando eu tenho ela vem pegar, entendeu, e quando eu não tenho eu vendo o dela e pago (...).”²¹

As nossas entrevistadas relatam questões importantes em relação a esse vínculo que é estabelecido entre alguns feirantes. E. F. S. L. nos relata: “É como se fosse uma família também”²² esta fala nos mostra os vínculos de amizade, chegando a ser comparado como um membro da família, como nos afirma G. F. S. “A gente se considera tudo irmã ali na feira (...) é quando uma sai do banco, a gente vende a mercadoria da outra enquanto não chega né.”²³ É outro discurso que nos releva os vínculos de amizade através da ajuda mútua entre elas.

L. R. S. nos relata: “Aqui como se diz a gente tudo é amigo, tem gente aí que são intrigados por causa de freguês, mas aqui tudo é unido.”²⁴ Relato bastante interessante para o nosso estudo, pelo fato dela falar que são amigos, mas que tem algumas intrigas, mostrando que na feira existem também conflitos e alguns acontecem quando um feirante “rouba” um freguês do outro e isso é motivo de intrigas, num lugar mercadológico onde ocorre a concorrência e a disputa por freguês.

Esses relatos mostram que a feira é um lugar propício a se estabelecer laços de amizades, alguns feirantes consideram como parte da família; a ajuda mútua está presente naquela rede de sociabilidade, quando uma feirante precisa sair a outra toma conta do banco. Porém, a feira é um lugar de conflitos e tensões, gerando intrigas na

²¹ Frase foi proferida pela entrevistada E.F.S.L. no dia 21/06/09.

²² Entrevista concedida pela feirante no dia 21/06/09.

²³ Entrevista concedida pela feirante no dia 21/06/09.

²⁴ Entrevista concedida pela feirante no dia 25/06/09.

maioria dos casos devido à disputa por freguês. Visto que, um freguês é um personagem bastante significativo, principalmente aqueles assíduos, e se um feirante tentar roubar aquele freguês isso vira motivo de discussão e briga.

Na feira a compra de um produto, pode se estender a um vínculo de amizade, afinidade entre feirante e freguês, fazendo parte das redes de sociabilidades, que dá significado às práticas cotidianas. A condição de freguês estabelece uma forma de vínculo social, demarcando níveis de afinidade e confiança na relação entre feirante e freguês, em posições opostas. A relação das nossas feirantes entre fregueses assíduos que são considerados por elas fregueses amigos e os fregueses esporádicos, são estabelecidos através da atenção e carisma que elas utilizam para conquistar os seus fregueses, segundo elas o tratamento é igual para todos que chegam a comprar no seu estabelecimento. Conforme Silva:

“(…) Não se trata mais 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. (SILVA; 2005:130)

As práticas dos negociantes através desses relatos, podemos constatar que a interação com o freguês, estão para além de uma venda, com um preço estabelecido, objetivando o lucro. Essa interação possibilita o fornecimento periódico de um produto, a um consumidor, que vem se tornar, um “freguês amigo” estabelecendo laços de amizades.

Considerações Finais

A feira Central é um espaço da cidade, um espaço de práticas de negociações de mercadorias, que envolve sociabilidades de trocas e espaços de vivências. A feira é dividida em vários setores, e cada setor de atividade está ligado a um tipo de produto, um tipo de saber, no qual se negociam flores, frutas, queijos, doces, raízes entre outros produtos. Onde encontramos como personagem do cotidiano as mulheres feirantes e as suas práticas de negociação que envolvem táticas e astúcias para conseguir fregueses. Nesse trabalho analisamos o cotidiano dessas mulheres, as astúcias que elas utilizam para conquistar e convencer o consumidor a comprar uma determinada mercadoria; buscamos também relata a forma como elas organizam os seus bancos de forma

convidativa aos olhos dos consumidores que circulam pela feira. Assim como, a interação entre elas e os seus fregueses amigos que é considerado o freguês antigo, assíduo, que sempre compra produto a um mesmo feirante, estabelecendo assim uma relação mais duradoura.

BIBLIOGRAFIA

ALBERTI, Verena. **Manual de história oral**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2005.

ALMEIDA, Elpídio de. Feiras. In: **História de Campina Grande**. João Pessoa: Editora Universitária/UFPB, 1978.p 269-268.

ARAÚJO, Giovanna de Aquino Fonseca. **Múltiplos discursos sobre a feira central de Campina Grande**. Campina Grande: Agenda, 2006.

_____. **Feira Livre: Memória “Viva” da cultura do povo campinense, ao final do século XX?** Campina Grande: Agenda, 2004.

CABRAL FILHO, Severino. A cidade desejada: Campina Grande: imagens e histórias. In: **Cultura e Cidades**. ANDRADE, Joel Carlos de Souza; DANTAS, Eugênia Maria; BURITI, Iranilson de Oliveira e SOUZA, Antonio Clarindo B. Souza (orgs). Campina Grande: EDUFCEG; 2009.p. 40-54.

CÂMARA, Epaminodas. **Datas Campinenses**. Campina Grande: Secretaria de Educação, 1998.

CERTEAU, Michel de. **A Invenção do cotidiano- Artes de Fazer**. Petrópolis: Vozes, 2004.

GONÇALVES, Andréa Lisly. **História & Gênero**. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

MATOS, Maria Izilda Santos. de. **Por uma História da mulher**. Bauru, SP: EDUSC, 2000.

MATOS, Maria Izilda Santos de. **Cidade e cotidiano**. In: Cotidiano e cultura: história, cidade e trabalho. Bauru: EDUSC, 2002.p. 21-42.

MAYOL, Pierre. A conveniência In: CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano. 2. Morar, cozinhar**. Petrópolis: Vozes, 1994.p.37-41.

MEIHY, José Carlos Sebe Bom. **Manual de História Oral**. São Paulo: Loyola, 2002.

PEREIRA JUNIOR, Francisco. **Feira de Campina Grande, um museu vivo na cultura popular de folclore nordestino**. João Pessoa: Editora Universitária, 1997.

SILVA, Valmir Pereira de. **Artes de Fazer a Feira: práticas e representações de negociação na Feira Central de Campina Grande**. Dissertação de mestrado em Sociologia, UFCG, Campina Grande, 2005.

SOUSA, Fábio Gutemberg Ramos Bezerra de. **Cartografias e Imagens da Cidade: Campina Grande 1920-1945. In: Territórios de confronto; Campina Grande: EDUFPG, 2006.**

SOUZA, Antonio Clarindo Barbosa de. **Lazeres Permitidos, Prazeres Proibidos: sociedade, cultura e lazer em Campina Grande (1945-1965)**. Tese de Doutorado em História, UFPE, Recife, 2002.