

## Feira livre enquanto espaço de sociabilidade, trabalho e cultura: tramas e subjetividades na Feira de Acari

*Hellen Mabel Santana Silva*<sup>1</sup>

*Eduardo Oliveira Miranda*<sup>2</sup>

*Luis Vitor Castro Junior*<sup>3</sup>

**Resumo:** As feiras livres constituem manifestações socioeconômicas que movimentam a cidade nas áreas espacial, econômica e cultural. Embora apresente um vetor econômico, a feira preenche também uma função social. O aspecto econômico potencializa-se nas redes de sociabilidades, pois, da economia à cultura, a feira possui diferentes perspectivas e finalidades, de acordo com a intenção daqueles que por ali circulam. Neste texto, refletiremos sobre a Feira de Acari, no município de Maragogijipe, na Bahia, enquanto território de sociabilidade popular, tendo em vista suas formas de expressões simbólicas e uma tradição urbana que resiste ao tempo e à modernidade. Para tanto, desenvolveremos uma breve reflexão sobre a continuidade e funcionalidade das feiras livres nos centros urbanos, no contexto contemporâneo.

**Palavras-chave:** Feira livre. Território popular. Cultura. Identidade.

<sup>1</sup> Mestra em Desenho, Cultura e Interatividade pela Universidade Estadual de Feira de Santana (UEFS). Membro dos Grupos de Pesquisa Educação e Relações Étnicas: saberes e práticas dos Legados Africanos, Indígenas e Quilombolas (UESB). E-mail: hellenmabelss@gmail.com

<sup>2</sup> Doutorando em Educação – FACED/UFBA. Mestre em Desenho, Cultura e Interatividade – UEFS. Membro dos Grupos de Pesquisa Educação e Relações Étnicas: saberes e práticas dos Legados Africanos, Indígenas e Quilombolas (UESB) e Artes do Corpo: memória, imagem e imaginário (UEFS). E-mail: eduardomiranda48@gmail.com

<sup>3</sup> Doutor em História (PUC-SP). Professor Titular da Universidade Estadual de Feira de Santana (UEFS). Vice-Coordenador do Mestrado em Desenho, Cultura e Interatividade (UEFS). Coordenador do Grupo de Pesquisa Artes do Corpo: memória, imagem e imaginário (UEFS). Docente do Mestrado em História (UEFS). E-mail: axevitor@gmail.com

**Abstract:** Free Fairs are socioeconomic manifestations that move the city in spatial, economic and cultural areas. Although they present an economic vector, fairs also fill a social function. The economic aspect is strengthened in sociability networks, therefore from economy to culture, the fair has different perspectives and goals, according to the intention of those who circulate through there. In this text we will reflect on Acari's Fair, in the city called Maragojipe, in Bahia, while territory of popular sociability, considering their forms of symbolic expressions and an urban tradition that resists time and modernity. We will develop a brief reflection on continuity and functionality of fairs in urban centers in the contemporary context.

**Keywords:** Free Fairs. Popular territory. Culture. Identity.

## **Introdução**

A cidade compreende uma diversidade de usos que retratam as complexas formas de consumo dos grupos sociais ao longo do tempo. Entendemos os espaços públicos como lugares propícios ao embate de diferentes interesses e necessidades, uma vez que a modernidade urbana faz surgir um conflito entre os setores hegemônicos e os segmentos subalternos, comumente marginalizados.

Sobre essa discussão, Ângelo Serpa (2011) destaca que, na contemporaneidade, encara-se o espaço público “como uma mercadoria para o consumo de poucos, dentro da lógica de produção e reprodução do sistema capitalista em escala mundial” (SERPA, 2011, p. 9).

Ao passo que os detentores do capital são dotados de normas que seguem seus interesses, os menos favorecidos se adaptam e ressignificam as configurações existentes, muitas vezes, precárias. “No entanto, a essas concepções espaço-temporais entronizadas – seja por meio da arquitetura/urbanismo, seja por meio dos múltiplos dispositivos de contabilização dos tempos sociais – sempre se opuseram outros processos simbólicos, oriundos das classes ditas subalternas” (SODRÉ, 1988, p. 17).

Enquanto territorialidades populares, as feiras livres modificam o espaço de forma direta, uma vez que nele inserem caracteres e o dinamizam. Da economia à cultura, a feira possui diferentes perspectivas

e finalidades, de acordo com as intencionalidades dos indivíduos que por ali circulam. Estruturada no cotidiano e parte integrante dele, a feira influencia o fazer social daqueles que a vivenciam. Nessa perspectiva, o cotidiano define-se como uma força vital que nos marca pelas relações de poder, pelo afeto, prazer, desejo e pela memória, conforme lembra Certeau (1996, p. 31):

O cotidiano é aquilo que nos é dado cada dia (ou que nos cabe em partilha), nos pressiona após dia, nos oprime, pois existe uma opressão do presente. Todo dia, pela manhã, aquilo que assumimos, ao despertar, é o peso da vida, a dificuldade de viver, ou de viver nesta ou noutra condição, com esta fadiga, com este desejo... O cotidiano é aquilo que nos prende intimamente, a partir do interior. É uma história a meio-caminho de nós mesmos, quase em retirada, às vezes velada. Não se deve esquecer este “mundo memória” [...]. É um mundo que amamos profundamente, memória do corpo, dos gestos da infância, dos prazeres.

Esse debate conduziu à seguinte questão: *De que forma a Feira de Acari, localizada no município de Maragogipe, na Bahia, se configura enquanto território de sociabilidade popular?* Este texto pretende debater sobre tal problemática. Para tanto, tem como objetivos: compreender a relevância da Feira de Acari para o processo de sociabilidade popular; refletir sobre as formas de expressões simbólicas dessa Feira, enquanto territorialidade popular, tendo em vista uma tradição urbana que resiste ao tempo e à modernidade.

Esta pesquisa é de natureza qualitativa na dimensão da pesquisa participante. Conforme asseveram Brandão e Borges (2007, p. 54), essa modalidade se situa “em uma perspectiva da realidade social, tomada como uma totalidade em sua estrutura e em sua dinâmica, mesmo que a ação de pesquisa e as ações sociais associadas a ela sejam bem locais e bem parciais”. A análise pautou-se na *Hermenêutica Dialética* proposta por Minayo (1996, p. 231), teoria que “coloca a fala em seu contexto para entendê-la a partir do seu interior e no campo da especificidade histórica e totalizante, em que é produzida”. Além da observação participante, a produção dos dados ocorreu mediante aplicação de questionário. Com

estratificação social diversificada e destaque para o público feminino, a amostra envolveu quinze entrevistados, a maioria, consumidores habitantes do município de Maragogipe. A pesquisa ocorreu no *locus* da Feira do Acari e foi organizada em um período de doze meses, entre os anos de 2011 e 2012.

Este artigo apresenta incursões que norteiam as discussões do Grupo de Pesquisa e Extensão Artes do Corpo<sup>4</sup>, cuja temática central aborda as multiculturalidades do território baiano. O recorte tem o objetivo de construir um discurso no âmbito geográfico que permita a interdisciplinaridade. A fonte para análise compõe-se das narrativas dos entrevistados, bem como das nossas percepções acerca do vivenciado em campo. No entanto, o trabalho empírico pautou-se em um arcabouço teórico escolhido de forma que garantisse viabilidade científica ao estudo.

Destarte, a produção textual foi dividida em quatro partes interdependentes, as quais mesclam concepções teóricas de múltiplas áreas, mas que têm como ponto de partida o espaço geográfico. Este, na visão de Milton Santos (1978, p. 138), é uma testemunha ocular das modificações atreladas à paisagem:

Testemunha um *momento* de um modo de produção pela memória do espaço construído, das coisas fixadas na paisagem criada. Assim o espaço é uma forma, uma forma durável, que não se desfaz paralelamente à mudança de processos; ao contrário, alguns processos se adaptam às formas preexistentes enquanto que outros criam novas formas para se inserir dentro delas.

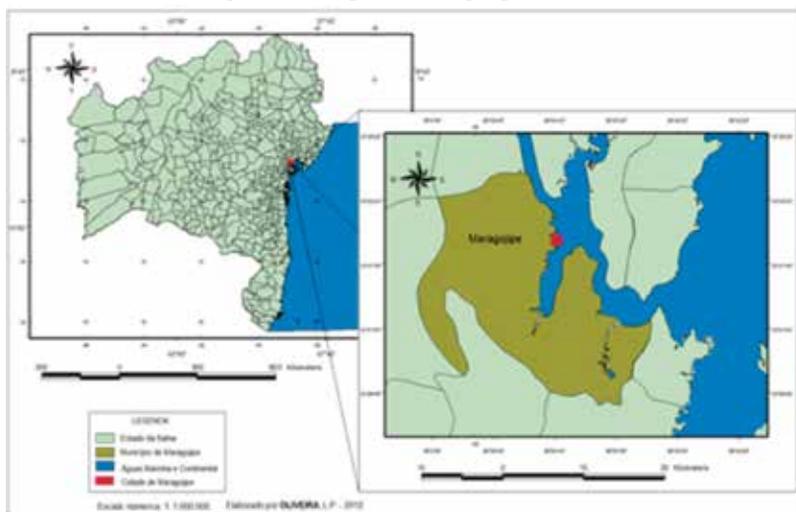
Nesse viés, compreendemos que a Feira Livre de Acari representa uma ilustração do conceito designado por Santos (1978). O espaço geográfico configurado no *locus* urbano assume a função de testemunha dos modos de produção das classes sociais que produzem e (re)produzem as relações socioeconômicas estabelecidas na troca, no comércio, sobretudo na apropriação do espaço público, seja ele legitimado ou não pelo poder hegemônico.

<sup>4</sup> O Grupo de Pesquisa e Extensão Artes do Corpo: História, Imagem e Imaginário é credenciado pela CAPES e está sob a coordenação do Professor Titular da Universidade Estadual de Feira de Santana (UEFS), Doutor Luis Vitor de Castro Junior.

## Localização e características da área de estudo

O município de Maragogipe (Figura 1) localiza-se no estado da Bahia e fica a 133 km da capital, Salvador, precisamente em uma área denominada recôncavo. Conforme apontam a história local e algumas produções acadêmicas, a origem da cidade vincula-se aos aimorés, tribo indígena habitante das margens do rio Guai. Localizada no ponto de encontro entre o rio Paraguaçu e o rio Guai, Maragogipe forma uma extensa região de lagamar cercada por 30 km de manguezais, os quais figuram como uma das principais fontes de renda de boa parte da população, sobretudo de famílias das classes C e D. O trabalho feminino destaca-se nessa prática exploratória.

**Figura 1** – Mapa de Maragogipe - Bahia



Fonte: Elaborado por Oliveira (2012).

A área em que se localiza Maragogipe é bastante rica em recursos naturais e apresenta um ótimo potencial para o desenvolvimento de atividades ligadas aos turismos ecológico, rural e, principalmente, náutico. A pesca desportiva é um atrativo para os visitantes, visto que reúne um

conjunto de atividades de lazer e constitui uma complexa rede de troca que influencia diretamente o cotidiano de moradores e visitantes. Pelo fato de compor um lugar de circulação e consumo, a Feira também faz parte desse circuito. Como descreve Moesch (2002), o turismo passa a ser uma teia intercultural de sentidos, cuja interação extrapola a produção de objetividade/subjetividades na cotidianidade:

É uma combinação complexa de inter-relacionamentos entre produção e serviços, em cuja composição integram-se uma prática social com base cultural, com herança histórica, a um meio ambiente diverso, cartografia natural, relações sociais de hospitalidade, troca de informações interculturais. O somatório dessa dinâmica sociocultural gera um fenômeno, recheado de objetividade/subjetividade, consumido por milhões de pessoas, como síntese: o produto turístico (MOESCH, 2002, p. 9).

Com elementos culturais que remetem a um período em que o meio de transporte de produtos, bem como a circulação de pessoas para as cidades próximas e para a capital do estado da Bahia, era exclusivamente náutico, a paisagem de Maragojipe reverbera um passado que atravessa décadas. Último paradeiro do recôncavo baiano, a cidade abriga dezenas de canoas e saveiros no porto do Caijá. Até pouco tempo, as embarcações à vela eram muito utilizadas no transporte de mercadorias no interior da Baía de Todos os Santos. Hoje, alguns desses exemplares concorrem com meios de transporte mais modernos. É nesse ambiente que o viajante se nutre de experiências afetuosas com as antigas e com as mais novas paisagens.

### **Feira livre e espaço urbano: territorialidades simbólicas**

O espaço urbano possui uma dinâmica que modifica as relações sociais de acordo com o desenvolvimento de cada localidade. As transformações do espaço possuem características quase que exclusivamente excludentes, posto que a cultura local sofre interferências das inovações, de acordo com a complexidade adquirida pelos polos

urbanos. Isso se deve ao fato de a cidade concentrar, em função do sistema econômico, um maior volume de pessoas, mercadorias, serviços e capital.

Se a cidade é social e economicamente (re)produzida, deve-se levar em consideração todo o processo do seu surgimento. Assim, “a cidade é também uma forma de apropriação do espaço urbano produzido” (CARLOS, 1996, p. 84). Uma vez que é consequência da produção e reprodução dos seres humanos, o espaço urbano é, portanto, produto histórico.

Segundo Corrêa (1989), o espaço urbano é composto de fragmentos articulados por meio de fluxos de informações, mercadorias, capitais, pessoas etc. Assim, as cidades são espaços privilegiados onde se concentram bens, serviços e atrações para atender a diversas necessidades. Para esse autor (2000, p. 15), o espaço urbano é fruto do acúmulo dos sistemas socioeconômicos. Portanto, os agentes sociais devem ser encarados como fatores determinantes desse processo histórico:

O espaço urbano capitalista – Fragmentado, articulado, reflexo, condicionante social, cheio de símbolos e campo de lutas – é um produto social, resultado de ações acumuladas através do tempo, e engendradas por agentes que produzem e consomem espaço. São agentes sociais concretos, e não um mercado invisível ou processos aleatórios atuando sobre um espaço abstrato. A ação destes agentes é complexa, derivando da dinâmica de acumulação de capital, das necessidades mutáveis de reprodução das relações de produção, e dos conflitos de classe que dela emergem. A complexidade da ação dos agentes sociais inclui práticas que levam a um constante processo de reorganização espacial que se faz via incorporação de novas áreas ao espaço urbano, densificação do uso do solo, deterioração de certas áreas, renovação urbana, relocação diferenciada da infra-estrutura e mudança, coercitiva ou não, do conteúdo social e econômico de determinadas áreas da cidade.

Ainda na perspectiva de Corrêa (1989, p. 9), o espaço urbano é “fragmentado e articulado, reflexo e condicionante social; um conjunto de símbolos e campo de lutas”. Fragmentado porque desempenha diferentes

funções, o que significa ser apropriado por diferentes grupos sociais. É também o *locus* da (re)produção das relações histórico-sociais.

Segundo Mascarenhas (1991), a reprodução social da cidade requer lugares para que os excluídos pela ordem dominante possam munir-se de material para sobrevivência. Em face do processo de exclusão, os mercados a céu aberto representam territórios populares em que a venda de produtos possui uma configuração própria, à revelia dos ditames dos setores hegemônicos. Ou seja, a *rua*<sup>5</sup> torna-se o palco da feira, das barracas, onde os feirantes comercializam suas mercadorias, mas, sobretudo, o espaço em que a “ordem” é revertida. Em vez de prateleiras, ar-condicionado e outros signos que sugerem um ambiente de supermercados, a feira ocorre ao ar livre, com a mínima (ou nenhuma) participação dos agentes públicos, o que lhe confere uma organização própria.

Para Corrêa (2000, p. 49-50), os mercados periódicos são um dos modos de estruturação das redes de localidades centrais dos países pobres e podem ser caracterizados como:

Aqueles núcleos de povoamento, pequenos, via de regra, que periodicamente se transformam em localidades centrais: uma ou duas vezes por semana, de cinco em cinco dias, durante o período de safra, ou de acordo com outra periodicidade.

Na perspectiva de Bromley (1980), as feiras geralmente surgem em sociedades estratificadas com nítidas divisões de trabalho e fortes vínculos de influências externas. Tornam-se periódicas em função de ocorrer em tempo parcial e da especificação de dias para a sua realização. Persistem ao longo do tempo pelas necessidades dos produtores e consumidores. Ou seja, as feiras atendem periodicamente às necessidades de consumidores e produtores, como uma alternativa a outras formas de comércio.

Além dos pressupostos econômicos, as feiras livres desempenham o papel de ponto de encontro e de reafirmação de culturas, onde o vivido

<sup>5</sup> Ela [a rua] representa, na nossa sociedade, a vida cotidiana- os lugares de trabalho, de residência, os lugares de distração. Ela é mais que um lugar de passo, de interferências, de circulação e de comunicação (UEDA, 2006, p. 143).

e o experienciado em grupo, seja na produção, seja no consumo, traduzem modos de vida. Esse modo de viver envolve, sobretudo, manifestações econômicas, sociais e culturais que se materializam no espaço das praças, ruas e avenidas.

Sob esse prisma, as feiras livres movimentam a cidade em termos espacial, econômico e cultural. Ou seja, embora apresente uma essência econômica, a feira preenche também uma função social, enquanto veículo de comunicação e expressão da cultura do povo, por se configurar como lugar de encontro, reencontro e de lazer para os que ali vivem e para os que por ali passam, conforme afirma Almeida (1989, p. 103).

Reduto de sensibilidades que implicam formas renovadas de sentir, a cidade é, continuamente, reatualizada e, muitas vezes, reinventada por moradores e turistas. Fruto de experiência social e simbólica, nesse espaço o sujeito desenha, borda, sonha, odeia, cuida, come, dorme, passa e para. Enfim, a cidade é orgânica:

Sem dúvida, essa cidade sensível é uma cidade imaginária construída pelo pensamento e que identifica, classifica e qualifica o traçado, a forma, o volume, as práticas e os atores desse espaço urbano vivido e visível, permitindo que enxerguemos, vivamos e apreciemos desta ou daquela forma a realidade tangível. A cidade sensível é aquela responsável pela atribuição de sentidos e significados ao espaço e ao tempo que se realizam *na e por causa* da cidade. É por esse processo mental de abordagem que o espaço se transforma em *lugar*, ou seja, portador de um significado e de uma memória; que passamos a considerar uma cidade como *metrópole*, realidade urbana que, desde o seu surgimento, causou uma revolução na vida, no tempo e no espaço; que criamos as categorias de *cidadão* e de *excluído* para expressar as diferenças visíveis e perceptíveis no contexto urbano fazendo com que se criem novas identidades a partir do gesto, do olhar e da palavra que qualifica; que falamos de *progresso* ou de *atraso*, que distinguimos o *velho* do *antigo*; que construímos a noção de *patrimônio* e instauramos ações de *preservação*, ou, em nome do *moderno*, que redesenhamos uma cidade, destruindo para renovar. São ainda os processos mentais de representação da realidade que nos permitem inventar o *passado* e construir o *futuro*, estabelecer as distinções entre *rural*

e *urbano*, classificar ideias e práticas como *modernas* ou *arcaicas*, e considerar certas cidades como turísticas, rentáveis, sustentáveis (PESAVENTO, 2007, p. 14-15, grifos do autor).

Na visão de Pesavento (2007), a cidade tem o poder de sensibilizar alguns indivíduos a ponto de tornar o *espaço* em *lugar*<sup>6</sup>. Esse *lugar* é carregado de simbologias, de pertencimento, de apropriação. Nesse ínterim, a cidade não se concretiza apenas na visão racionalista e linear do pensar e agir ocidental. Os sentimentos de pertencimento devem ser enaltecidos, portanto, posto que tecem fios invisíveis imbricados à perspectiva de olhar para o espaço urbano enquanto local de sentidos intangíveis da essência dos sujeitos que ali produzem e (re)produzem as suas vivências, finalidades, crenças, relações afetivas. Enfim, possibilidades que não podem ser mensuradas pelo modo de pensar técnico e racional.

É de suma importância ressaltar que a feira livre é um território negligenciado pelas políticas públicas e não se adéqua às novas tendências econômicas mundiais. Como parte do circuito inferior da economia, dinamizada em pequena dimensão, com pouca (ou nenhuma) infraestrutura e aparato tecnológico, ela se torna uma área considerada sem valor no âmbito do capitalismo.

### **Territorialidade popular na modernidade: moderno *versus* arcaico**

Diversas possibilidades de produção, reprodução e apropriação transformam o espaço urbano moderno e nele imprimem intencionalidades. A tais transformações se sobrepõem *rugosidades*<sup>7</sup> e antigas funcionalidades que instauram novos formatos espaciais.

Segundo Berman (1990), a modernidade despreza o passado e aspectos antigos, compreendidos como “atrasados”, e prioriza o progresso

<sup>6</sup> Lugar é uma mistura singular de vistas, sons e cheiros, uma harmonia ímpar de ritmos naturais e artificiais [...] Sentir um lugar é registrar pelos nossos músculos e ossos (TUAN, 1983, p. 203).

<sup>7</sup> Terminologia utilizada por Milton Santos (1978, p. 138) para apresentar de que forma as construções humanas servem como herança espacial: “[...] as rugosidades nos oferecem, mesmo sem tradução imediata, restos de uma divisão de trabalho internacional, manifestada localmente por combinações particulares do capital, das técnicas e do trabalho utilizados [...]. O espaço, portanto, é um testemunho; ele testemunha um momento de um modo de produção pela memória do espaço construído, das coisas fixadas na paisagem criada”.

e a mudança enquanto meios de desenvolvimento satisfatório. Sob esse prisma, a prática da feira livre destoa das demais formas de comércio que a cidade apresenta.

Conforme aponta Dantas (2005, p. 4), entendemos que a informalidade e, conseqüentemente, o comércio de ambulantes são fenômenos da “evolução da cidade que enfatizam a necessidade de consideração das características do processo de modernização” e, principalmente, do tratamento da cidade como condição para se compreender também a reprodução desses fenômenos.

Nesse sentido, a feira livre representa uma experiência peculiar de sociabilidade e de uso da rua, uma tradição urbana que se tornou obsoleta em virtude da expansão do automóvel e do moderno comércio a varejo, mas que luta para persistir na paisagem urbana.

Diferente dos supermercados, a feira livre possui um ambiente festivo e torna-se um reduto popular dentro dos espaços urbanos. Na feira, os sujeitos podem se comportar de forma livre e espontânea porque vivenciam o consumo em um local aberto, público, dotado de pouca ou nenhuma infraestrutura. Os símbolos e componentes característicos da feira reforçam a criatividade e a interatividade, o que, em certa medida, corrobora a ideia de que nesse espaço ocorre um sentimento de pertencimento por parte do coletivo, cujos protagonistas são quem vende e quem compra.

Trata-se de um ambiente democrático em que a empatia é constante e se traduz em falas, gestos, comportamentos. Da propaganda em voz alta do feirante à pechincha, tudo constitui caracteres próprios de um lócus onde a espontaneidade é fator preponderante.

A estética das barracas, o colorido das mercadorias e as músicas adornam esse lugar de encontro, de prosa, de afirmação cultural. Na feira, estão presentes diversos aspectos da cultura popular como o artesanato, a música, os costumes, ditados populares, por exemplo. Segundo Morais e Araújo (2006, p. 34):

Nesses espaços das conversas, das tradições, dos encontros, das transgressões, das experiências, das compras, vendas e permutas,

das jocosidades, das performances corporais e orais, enfim, das cores, odores e sonoridades que se misturam e se dissolvem, inúmeras pessoas efetuam as reproduções sociais e capitalistas das vidas sociais no âmbito dos territórios construídos.

Não obstante, a feira é também ponto de resistência, de protesto. Uma vez que os seus territórios são desprezados pelas políticas públicas por não constituírem espaços potencialmente econômicos e lucrativos, as feiras representam o processo de exclusão socioeconômica engendrado pelas classes dominantes.

A feira permanece em virtude da necessidade de espaços de sociabilidade que fujam da confortabilidade das opções modernas de consumo como, por exemplo, supermercados, shoppings, galerias e outros padronizados. Se, por um lado, a feira atende à necessidade de sobrevivência material dos pouco abastados, por outro, ela resiste em função da necessidade de sobrevivência das culturas desenvolvidas em seu entorno.

### **Feira de Acari: simbologias e percepções**

O município de Maragojipe apresenta ainda como chamarizes o comércio de mariscos e cerâmicas, o carnaval de máscaras e o culto a São Bartolomeu.

A feira de Acari acontece há mais de uma década, geralmente na quinta-feira, e é responsável por uma completa (re)configuração socioespacial do município. Nesse dia, o espaço urbano se reorganiza e ganha novos caracteres, uma vez que barracas são instaladas em uma das suas principais ruas. Além disso, modifica-se o trânsito nas primeiras horas do dia para facilitar o fluxo de pessoas e mercadorias. A feira de Acari interfere na dinâmica local do município tanto na esfera espacial quanto econômica.

Diferentemente de outras feiras em que lideram os hortifrutigranjeiros, na feira de Acari comercializam-se roupas, sapatos, aparelhos eletrônicos, DVDs e artesanatos oriundos de diversas partes

do país. Os baixos preços atraem consumidores do centro urbano, dos distritos e municípios circunvizinhos.

A forma de instalação das barracas obedece a uma organização própria dos comerciantes, cabides com roupas colorem a passarela de mercadorias e consumidores amontoam-se e disputam produtos e melhores preços. Há ainda aqueles que circulam para encontrar os amigos, comer, ou, tão somente, para vivenciar a pausa no cotidiano promovida pela feira.

Durante a feitura desta pesquisa, observamos a dinâmica do município antes, durante e depois da feira, com o intuito de compreender a importância desta para os maragojipanos. Os questionários e as entrevistas semiestruturadas evidenciam a movimentação e a preparação dos sujeitos desde a quarta-feira à noite. Para muitos, a feira constitui um grande evento: “Não perco uma! Chego cedo, olho todas as barracas. Na feira eu encontro de tudo! Roupa, sapato, brinco, celular. Me divirto com minhas amigas. Mesmo que eu não compre nada toda quinta-feira eu estou lá!”<sup>8</sup>

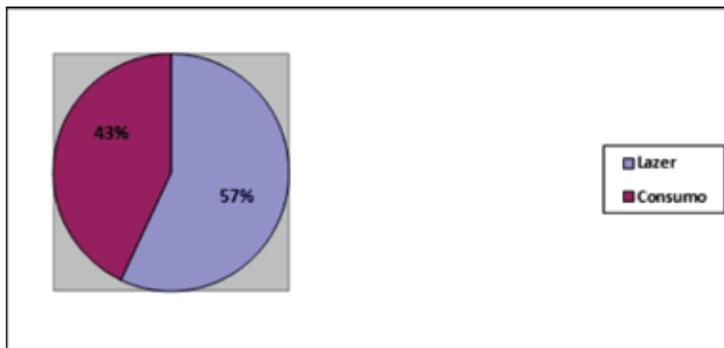
Apesar de o município contar com lojas de roupas e eletrônicos, alguns consumidores demonstram se sentir mais à vontade no ambiente da feira: “Eu compro em loja, mas aqui é diferente. O chato da loja é que você não pode pechinchar. Aqui eu pechincho, escolho com calma, peço ajuda das colegas. Gosto mais!”<sup>9</sup>

Como podemos observar no gráfico 1, 66% dos consumidores entrevistados afirmam que o fator preponderante para que as compras sejam feitas na Feira de Acari são os baixos preços. Para 20%, o principal atrativo é a variedade. Outros 14% apontam como chamariz a qualidade dos produtos.

---

<sup>8</sup> Rosali Souza, agente de saúde.

<sup>9</sup> Vanessa Lima, professora.

**Gráfico 1 – Vantagem de comprar na feira de Acari.**

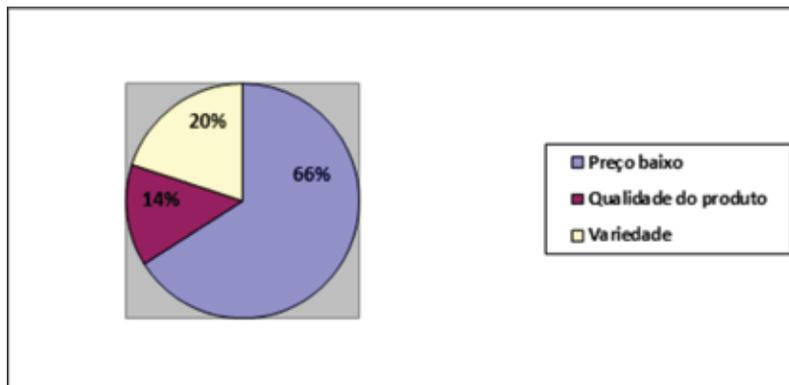
Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

Durante as observações, uma das cenas mais comuns foram os encontros entre amigos, os momentos para fofoca e a dispersão da rotina. Isso demonstra a capacidade da Feira de instaurar um sentimento de comunidade e celebração entre as pessoas.

Assim, ainda que não o percebam, os sujeitos vivem um tipo de lazer durante as horas em que circulam pela Feira. Para boa parte dos maragojipanos, a quinta-feira é um dia não somente de consumo, mas também de diversão e entretenimento: “Quando estou com dinheiro saio carregada de coisas. Quando não vou lá para olhar as roupas, as novidades, as amigas que não encontro no dia a dia, tomar caldo de cana”.<sup>10</sup>

Quando questionados sobre a função da Feira de Acari no cotidiano, 57% dos fregueses e frequentadores responderam que ela atua como uma espécie de lazer. Outros 43% consideraram-na apenas um local de consumo, como podemos observar no gráfico 2:

<sup>10</sup> Maria das Graças, dona de casa.

**Gráfico 2** – Função da feira de Acari no cotidiano.

Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

Entre as reclamações dos comerciantes e consumidores está a falta de infraestrutura adequada para a Feira. A inexistência de banheiros para os clientes provarem as roupas também configura um problema, muito embora os comerciantes improvisem “cabines” destinadas a tal fim. Outra reclamação se refere à falta de mais espaço para a ordenação das barracas. Desse modo, uma vez que a quantidade de comerciantes tem crescido consideravelmente, é necessário rever o planejamento da prefeitura com o intuito de ampliar o espaço destinado à Feira.

Destarte, podemos constatar que a feira de Acari tem importância para os maragojipanos, seja pela oportunidade de consumir mercadorias oriundas de outros lugares, seja para interagir socialmente em um ambiente animado, de troca e valorização da cultura popular.

## Conclusão

As feiras livres consistem em lugar de relação social, econômica e cultural onde os envolvidos, além de consumirem produtos, estabelecem trocas culturais. Ainda que representem uma modalidade de comércio periódico, ou seja, apesar de acontecerem em determinados dias da semana, as feiras modificam e desenvolvem o espaço sob diversas formas de relações sociais. Da economia à cultura, possuem uma infinidade de

perspectivas e finalidades tanto para quem comercializa quanto para quem consome.

Toda quinta-feira, Maragojipe recebe feirantes que ocupam uma das suas principais vias e modificam de forma concreta a sua configuração espacial. Instalam-se barracas e stands improvisados com uma variedade de produtos que são comercializados ostensivamente ao longo do dia. O “burburinho” das ruas, as vozes das pessoas, os feirantes anunciando preços, a organização das barracas, a mudança do trânsito são algumas das alterações que a feira de Acari promove no município de Maragojipe.

Dessa forma, a feira pode ser compreendida como espaço fundamentalmente diversificado, cujos saberes e vivências constituem a identidade daqueles que dela participam. Enquanto veículo de comunicação, resiste na modernidade pelo seu caráter popular e cultural e como expressão do povo.

### Referências

ABREU, Mauricio de Almeida. *Evolução urbana do Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar; IPLANRIO, 1989.

BERMAN, Marshall. *Tudo que é sólido desmancha no ar: a aventura da modernidade*. São Paulo: Cia. das Letras, 1990.

BRANDÃO, Carlos Rodrigues; BORGES, Maristela Correa. A pesquisa participante: um momento da educação. *Revista Educação Popular*, v. 6, 2007.

BROMLEY, R. J. Os mercados periódicos dos países em desenvolvimento: uma revisão crítica. *Revista Brasileira de Geografia*, Rio de Janeiro: IBGE, v. 42, n. 33, p. 646-657, jul./set. 1980.

CARLOS, Ana Fani. *O lugar no/do mundo*. São Paulo: Hucitec, 1996.

CERTEAU, Michel. *A invenção do cotidiano*. Morar e cozinhar. Petrópolis: Vozes, 1996.

CORRÊA, R. L. *O espaço urbano*. São Paulo: Ática, 1989.

\_\_\_\_\_. *Região e organização espacial*. 4. ed. São Paulo: Ática, 2000.

DANTAS, Eustógio Wanderley C. Apropriação do espaço público pelo comércio ambulante: Fortaleza-Ceará-Brasil em evidência (1975 a 1995). *Geo Crítica / Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, Barcelona: Universidad de Barcelona, v. 9, n. 202, 2005.

MASCARENHAS, Gilmar. *O lugar da feira livre na grande cidade capitalista: conflito, mudança e persistência* (Rio de Janeiro: 1964-1989). 1991. Dissertação (Mestrado em Geografia) – UFRJ, Rio de Janeiro, 1991.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. *O desafio do conhecimento*. Pesquisa qualitativa em saúde. 4. ed. São Paulo: Hucitec-Abrasco, 1996.

MOESCH, Maruschka Martini. *A produção do saber turístico*. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2002.

MORAIS, Ione Rodrigues Diniz; ARAÚJO, Marcos Antônio Alves de. Territorialidades e sociabilidades na feira livre da cidade de Caicó (RN). *Caminhos da Geografia*, Uberlândia: UFU, v. 23, n. 17, p. 244-249, fev. 2006.

PESAVENTO, Sandra Jatagy. Cidades visíveis, cidades sensíveis, cidades imaginárias. *Revista Brasileira de História*, v. 27, n. 53, p. 11-23, jan./jun. 2007.

PORTO, Gil Carlos Silveira. *Configuração sócio-espacial e inserção das feiras livres de Itapetinga-BA e arredores no circuito inferior da economia*. 2005. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2005.

SANTOS, Milton. *Por uma geografia nova: da crítica da geografia a uma geografia crítica*. São Paulo: Hucitec, 1978.

SERPA, Angelo. *O espaço público na cidade contemporânea*. São Paulo: Contexto, 2011.

SODRÉ, Muniz. *O terreiro e a cidade*. Petrópolis: Vozes, 1988.

TUAN, Yi-Fu. *Espaço e lugar: a perspectiva da experiência*. 1930. Tradução de Livia de Oliveira. São Paulo: Difel, 1983.

UEDA, Vanda. A construção, a destruição e a reconstrução do espaço urbano na cidade de Porto Alegre do início do século XX. *GEOUSP – Espaço e Tempo*, São Paulo, n. 19, p. 141-150, 2006.

*Recebido em março de 2014.*  
*Aprovado em setembro de 2014.*