

Os sons da feira: estratégias de comunicação dos feirantes na Feira Livre de Itapororoca-PB.

Walkiria do Nascimento¹

Prof^ª. Dr^ª. Lara Santos de Amorim (orientadora)²

RESUMO

As feiras livres se apresentam como um fenômeno urbano que altera a dinâmica das cidades no dia de sua realização, pois trata-se de um espaço onde se desenvolvem atividades econômicas, culturais e sociais. A feira promove, além da atividade econômica de compra e venda de mercadorias, inúmeras possibilidades de encontros entre as pessoas que a frequentam. Neste Trabalho de Conclusão de Curso realizado na Universidade Federal da Paraíba procuro desenvolver um estudo etnográfico sobre sociabilidade e as “artes de fazer” entre feirantes na Feira Livre da cidade de Itapororoca/PB. Tais artes de fazer consistem na produção, aquisição/compra e venda de mercadorias a partir de comunicações verbais e performances pelas quais se pretende conquistar o freguês. A ideia é que estas práticas servem como estratégias para a realização da venda de mercadorias. Para este recorte será apresentada uma descrição de algumas das estratégias de comunicações utilizadas pelos feirantes na Feira Livre para atrair a freguesia. A pesquisa baseia-se no referencial teórico da antropologia urbana que discute sociabilidade, etnografia, o espaço das feiras nas cidades e performance, a observação participante associada à realização de entrevistas semiestruturadas com feirantes, fregueses e moradores da cidade e anotações do diário de campo.

Palavras chave: Feira Livre; estratégias de comunicação oral; sociabilidade.

INTRODUÇÃO

O município de Itapororoca está localizado no Litoral Norte do estado da Paraíba, a aproximadamente 69 km de distância da capital João Pessoa e possui uma população estimada de 18.129 habitantes com uma área territorial de 146, 067 km² (IBGE, 2014). O nome Itapororoca é originário do Tupy-guarany, e significa Ita = Pedra e Pororoca = Encontro das águas. Quem nasce ou reside nessa cidade é Itapororoquense.

¹Estudante de Graduação em Antropologia/Bacharelado. Universidade Federal da Paraíba. wal.kirianascimento@hotmail.com.

²Professora do curso de Antropologia na Universidade Federal da Paraíba e do Programa de Pós-Graduação - PPGA/UFPB. amorimlaras@gmail.com.

Atualmente, os produtos agrícolas, principalmente através da cana-de-açúcar e do abacaxi, são os que mais contribuem para economia do município. Estes são destinados, preferencialmente, à indústria. Embora o cultivo da cana-de-açúcar e do abacaxi predomine do município, partes dessas terras são destinadas a plantação de outros produtos como mandioca, macaxeira/aipim, feijão, milho, batata-doce, inhame, hortaliças e frutas que são comercializados na Feira Livre da cidade e contribuem para a subsistência da população local.

A Feira Livre de Itapororoca surgiu na década de 1940 e ganhou maior dimensão a partir da feira do gado (SANTOS, 2011). Essa última consiste em um ambiente mais reservado devido às inúmeras “cabeças de gado” e ao odor das fezes que incomoda a população. Atualmente, a feira livre compreende, aproximadamente, um total de dez ruas, inclusive a praça central. Além de ser um local de trabalho, a feira proporciona uma rede de relações sociais onde é possível observar como ocorrem os usos dos espaços e quais os códigos que são exercitados nesse comércio de rua. Partindo do pressuposto de que a Feira Livre é também um local de lazer, dificilmente encontramos alguém que não goste de ir a uma feira, seja para trabalhar, para fazer compras, para passear, para encontrar um amigo ou parente, assim, este universo de múltiplas atividades e conversas se transforma em um ambiente que possibilita a sociabilidade entre os frequentadores. Além do mais, a feira atrai

Uma gama enorme de consumidores, portadores de diversas expressões culturais, e reflete as necessidades da vida corriqueira deste povo batalhador, que procura realizar nas feiras tanto a venda de seus produtos, uma saída para as dificuldades que enfrentam no dia a dia, como o consumo de outros (MIRANDA, 2009).

Percebe-se que a feira desempenha um papel importante na formação socioeconômica das cidades, principalmente nas cidades de pequeno porte, isso porque é uma das principais formas de comercialização e de abastecimento para uma parcela da população. Além do mais, a feira altera a dinâmica espacial das cidades nos dias em que acontece. Dantas (2008) acredita que

Ela [feira] muda, mesmo que seja por algumas horas, toda a dinâmica da cidade em face da movimentação de pessoas que se deslocam, seja de suas residências na cidade, de uma comunidade rural próxima à cidade, de outro município e, também, de outros estados, dependendo dos raios de abrangência da feira (DANTAS, 2008).

Dentre as inúmeras definições sobre Feira Livre, destacamos está como sendo um espaço público onde acontecem negociações entre as pessoas, ou melhor, “consiste na reunião de vendedores e compradores em determinado local e hora, em um local quase sempre descoberto, onde se desenvolvem trocas, venda e comércio de mercadorias” (MIRANDA, 2009). Contudo, é preciso salientar que, além do principal objetivo de compra e venda, “as feiras livres parecem manter o aspecto de local informal, cuja pessoalidade entre os sujeitos que a frequentam proporciona maior interação e fixação das relações sociais, sejam elas focadas ou não na compra de mercadorias” (GONÇALVES; ABDALA, 2013). Assim, acredita-se que as relações estabelecidas na feira não estão voltadas exclusivamente para as negociações de mercadorias, mas também, agregam valores e significados às relações sociais construídas naquele comércio de rua.

Como procedimentos metodológicos, foi necessário fazer um mapeamento para compreender a dimensão da Feira Livre de Itapororoca-PB, o qual possibilitou a identificação das ruas nas quais a feira acontece e as mercadorias que são oferecidos nesse comércio. A pesquisa baseia-se no referencial teórico da antropologia urbana que discute sociabilidade, etnografia e o espaço das feiras nas cidades. A observação participante associada a realização de entrevistas semiestruturadas aplicadas aos feirantes, fregueses e moradores da cidade abre o leque de informações sobre a feira. Conta-se também com as anotações no diário de campo que se apresentam como fator fundamental no momento da descrição de qualquer texto antropológico.

A SOCIABILIDADE NO DIA DE FEIRA

As manhãs de segunda-feira começam com um ar peculiar que altera a dinâmica da cidade de Itapororoca/PB. Este é o dia de “fazer a feira”, como se costuma dizer no município. As ruas como locais de passeio se transformam num espaço de compra e venda, o trânsito de veículos se altera, o fluxo de pessoas nas ruas é maior. O calor, a alegria, a agitação, os cheiros, as cores e os sons são características peculiares de uma feira. Os sons mais frequentes consistem na buzina dos carros e motocicletas, as conversas/fofocas nos corredores, o sino batendo na igreja anunciando o início da missa, as músicas tocadas nos carros de som, os cantadores populares que se apresentam nesse dia e as frases gritadas pelos feirantes para conquistar os fregueses.

Seguindo a perspectiva de Guimarães (2010), entende-se que em uma Feira Livre estão presentes os aspectos da cultura popular: oralidade, espacialidade, artesanato

e festa. Assim, além de ser um espaço de trabalho, a feira proporciona uma rede de relações sociais onde é possível observar como ocorrem os usos desse espaço e quais os códigos que são exercitados nesse comércio de rua. O hábito de fazer as compras semanais é algo ainda bastante significativo e mantido pela população Itapororoquense. A cultura ainda permanece ou, de certa forma, resiste. Podemos considerar que a feira de Itapororoca-PB, assim como outras feiras realizadas na região, é uma característica da herança cultural local, pois é uma prática preservada pela população e isso faz com que ela permaneça até os dias atuais. Mesmo diante dos supermercados com preços acessíveis, a feira ainda concentra uma grande parcela da população local e de cidades circunvizinhas que ainda prefere fazer as compras na feira. Diante disso, percebe-se que as feiras se transformam em um espaço onde se “reproduzem práticas culturais coletivas” (FUNARI; PELEGRINI, 2006). Embora, seja considerado um dia festivo, a feira acarreta alguns impasses devido ao barulho das músicas tocadas nos bancos que vendem CD e DVD, à quantidade de carros estacionados em frente às casas atrapalhando a saída de muitos moradores, aos gritos dos feirantes anunciando o preço dos produtos em frente à igreja no momento da missa, e às pessoas que param pra conversar nos corredores. Todo esse movimento também contribui para que a feira seja considerada desorganizada, como podemos observar a partir da opinião de uma freguesa:

“eu acho um absurdo uma segunda feira o padre celebrando a missa e o povo [feirantes gritando] cinco reais, dez reais, não sei o que lá. [...] Ainda tem alguém que encontra um amigo e fica conversando, batendo papo. E você vem com suas sacolas pesadas, não tem tamanho nem idade, não estou reclamando só por mim, eu observo muito os outros também, fica parado sem condições, a pessoa idosa ela é fraquinha não tem muita força, eu já não sou tão velha e já sinto que não sou mais aquela jovem. Aí pronto, eu reclamo toda semana, mas não tem jeito de organizar essa feira, que feira desmantelada é essa!?” (entrevista realizada com uma freguesa, setembro de 2014).

Além deste tipo de impasse, encontramos várias características semelhantes entre as feiras no Brasil, e algumas dessas são mais visíveis e merecem ser destacadas: a barganha ou pechincha por parte do freguês, as quais são sempre cedidas pelos feirantes com o intuito de agradar o cliente, o bom atendimento e a atenção aos fregueses às estratégias de conquista e os sons/barulhos. Todos esses aspectos são traços comuns em

qualquer feira. Além de satisfazer o feirante, essa interação com os fregueses é um elemento fundamental que contribui para o trabalho do feirante, construindo laços de reciprocidade. Na Feira Livre da cidade de Uberlândia-MG pode-se perceber que através desses laços de sociabilidade é tecida uma rede de fidelidade que distingue o amigo do desconhecido, “um desconhecido irá comprar um mesmo produto que alguém ‘amigo’ compraria; ele poderá ser tratado com bastante cortesia, com a cordialidade que todos nós conhecemos, mas dificilmente poderá pechinchar ou reclamar dos preços sem criar uma atmosfera de tensão” (GONÇALVES; ABDALA, 2013). Na feira não basta apenas comprar e vender, é preciso estabelecer um sistema de confiança que permite um atendimento especializado, a pechinha e, até mesmo o fiado, do qual um desconhecido jamais irá usufruir. Isso demonstra o quanto a boa relação entre feirantes e freguês é relevante para a realização das vendas. Em sua etnografia sobre um camelódromo na cidade de Porto Alegre-RS, Machado (2013) apresenta alguns elementos que contribuem para a realização de uma boa venda:

Uma banca bonita é o primeiro passo para realizar uma venda. Depois, é necessário ser sempre gentil com os clientes. Conversar, sorrir e ser receptivos às pechinchas são técnicas indispensáveis para a realização das vendas. Dentro de um ambiente comercial e também competitivo, cada vendedor possui suas próprias habilidades para conseguir ser bem-sucedido (MACHADO, 2013).

Sendo a feira um ambiente onde existe a competitividade, os feirantes procuram agradar e dar atenção exclusiva ao freguês, pois sabem que isso é um elemento fundamental para que este volte novamente a comprar sua mercadoria. É preciso conquistar o freguês, e para isso os feirantes utilizam várias estratégias. Cada feirante possui uma técnica para tanto. Na feira de Itapororoca-PB, um dos meus interlocutores/feirante assumiu “*que não sabe e nem tem jeito pra oferecer seu produto*”, vende apenas quando o freguês vai até a sua banca. No entanto, a maioria dos feirantes se utiliza de inúmeras frases que são gritadas para atrair a clientela, tais frases são frequentemente ouvidas nos corredores da feira, “*meu amor, vai levar o que hoje?*”, “*olha a verdura, hoje tá de R\$ 2,00 o quilo*”, “*madame pode chegar pra olhar!*”, “*moça bonita não paga, mas também não leva!*”. Muitas vezes quando o freguês não para e olha/compra a mercadoria, essas frases são respondidas apenas com sorrisos e/ou jocosidades.

Quando se aproxima o final da feira, ouvem-se os gritos dos feirantes anunciando que os preços dos produtos diminuíram, geralmente, isso acontece nos bancos de hortaliças, frutas, produtos agrícolas, e em alguns casos, nos de roupas e de utensílios domésticos. Isso porque o feirante, ao invés de voltar pra casa com o produto, prefere vender por um preço menor. Sendo assim, os sons também servem para anunciar as boas oportunidades de compras (SATO, 2012), embora alguns fregueses prefiram fazer as compras nas primeiras horas da manhã porque acreditam que assim garantem produtos de qualidade. Diante disso, percebe-se que as frases gritadas pelos feirantes, sejam em tom de piada ou deboche, sejam envolvendo o freguês em gentilezas, estabelecem uma espécie de intimidade nas relações de compra e venda (VEDANA, 2004). Acredita-se que a relação entre feirantes e fregueses é um elemento fundamental que contribui para a realização da feira. Antônio, 49 anos, feirante e agricultor em Itapororoca, afirmou que se não fosse pelos seus fregueses não iria à feira. Não está lá apenas pelo ato de vender, mas porque tem consideração por seus clientes, não os engana com mercadorias de má qualidade e isso acarreta numa confiança entre eles. Confiança que é recíproca e faz com que a relação entre feirante e freguês não esteja, necessariamente, voltada apenas para a compra e venda de mercadorias.

As feiras passam por algumas caracterizações como a periodicidade, itinerância dos comerciantes, variedades dos produtos e serviços, preços abertos e acordos, bem como, a forma criativa de exposição dos produtos e a maneira de chamar a atenção para cada um deles (VIEIRA, 2004). A performance é uma dessas formas criativas pela qual os artistas chamam a atenção dos frequentadores da feira. Seguindo a perspectiva de Vianna e Teixeira (2010), a performance está relacionada ao acontecimento, ao ato de vivenciar e comunicar, ao aqui e agora das ações humanas, com uma carga expressiva e singular de identidades. Assim, percebe-se que a sociabilidade estabelecida no espaço de uma feira se desenvolve no contexto da cultura popular, que é definida a partir de uma comunicação marcada pela oralidade e pela performance. As performances executadas pelos artistas que aparecem pela feira são variadas. Observa-se, com pouca frequência na feira de Itapororoca, a performance de um homem que pinta todo o corpo e a roupa com tinta de cor cinza e permanece como estátua para ganhar dinheiro (Figuras 1, A e B). Ele coloca um recipiente de lata para coletar as moedas e um cartaz já debilitado no qual apenas se consegue ler as seguintes palavras: *Estátua viva colabore com a arte da cultura brasileira. Sou artista de rua, sobrevivo da...*



Figura 1–Performance do artista. Itapororoca-PB, outubro de 2014. Foto da pesquisadora.

Noutra ocasião um índio oferecia seus produtos naturais (Figura 2, A e B) - pomadas caseiras feita de resina do coco do jaborandi e como estratégia de conquista, utilizava uma cobra envolta em seu pescoço, além do casal de cobras que dizia ter em sua mala. Durante sua apresentação ele anuncia no microfone que vai exibir esse casal, mas no final vai embora e não o expõe. Ele também ensina como se deve usar a pomada: *“mornar a resina, quando ela tiver desonerada com a água bem verdinha, coloca seis gotas no chá de capim santo ou erva cidreira e beber”*, ou massagear em cima da dor ou do machucado. Algumas crianças que assistem a apresentação afirmam que o índio não carrega o casal de cobra, que *“isso é mentira dele [do índio]”*, porém, isso não impede que uma pequena multidão se forme ao seu redor para observar sua performance e comprar seu produto.



Figura 2 - Performance do índio. Observa-se a cobra em volta de seu pescoço e a pequena multidão ao seu redor. Itapororoca, março de 2015. Foto da pesquisadora.

Outra maneira de chamar a atenção dos frequentadores da feira são as atuações dos famosos grupos de forró Pé de Serra e os cantadores de viola (Figuras 3 e 4). Esses cantadores são convidados a se apresentar em lanchonetes ou em uma parte da feira destinada à venda e troca de produtos usados. A categoria nativa designada para este espaço em Itapororoca é feira da Jarambada.



Figura 3 - Cantadores na feira da Jarambada. Itapororoca, março de 2015. Foto da pesquisadora.



Figura 4 - Cantador na lanchonete. Itapororoca, dezembro de 2014. Foto da pesquisadora.

Diante de tantas estratégias de conquista dos fregueses, percebe-se que cada artista e cada feirante possui sua arte, seu conhecimento, seu modo de oferecer o produto, muitas vezes são práticas transmitidas de geração para geração, ou mesmo aprendidas pela experiência vivenciada de muitos anos de trabalho na feira com membros da família. Os feirantes enxergam a feira não apenas como um local de trabalho, mas um lugar de lazer que não está em oposição ao trabalho, e embora estejam

realizando atividades necessárias, desfrutam de conversações com os amigos e depois de uma boa venda, tem a satisfação de dever cumprido.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As feiras, principalmente as nordestinas, são dotadas de características peculiares e se apresentam como fator fundamental na economia das cidades dessa região. Além de fomentar a cultura popular, a feira também oferece produtos variados a preços mais acessíveis para a população. A diversidade de produtos típicos como a tapioca, farinha de mandioca, os artesanatos de barro, tecidos e de couro são especialidades que encontramos nos bancos dessas feiras, seja nos grandes centros ou em cidades de pequeno porte como Itapororoca-PB. O espaço da feira é composto por uma gama de acontecimentos e relações sociais que diferencia a manhã de segunda-feira dos demais dias da semana na cidade de Itapororoca. É um dia festivo no qual a maioria das pessoas não trabalha pelo simples fato de ser o dia de feira, é uma sensação de festa e animação coletiva. Sendo a feira, de modo geral, um lugar onde se realizam várias atividades econômicas de venda e compra de mercadorias e de trabalho, é também um espaço onde se desenvolve uma rica sociabilidade, um espaço de encontros e reencontros, de conversas, de performances, enfim, um espaço onde se constroem múltiplas sociabilidades.

REFERÊNCIAS

DANTAS, Geovany Pachelly Galdino. FEIRAS NO NORDESTE. In: **Mercator – Revista de Geografia da Universidade Federal do Ceará**. Brasil. 2008.

FUNARI, Pedro P. A. PELEGRINI, Sandra C. A. **Patrimônio Histórico e Cultural**. Rio de Janeiro: Zahar. 2006.

GONÇALVES, Alexandre Oviedo. ABDALA, Mônica Chaves. “**Na Banca de ‘Seu’ Pedro é tudo mais gostoso**”: pessoalidade e sociabilidade na feira livre. 2013. <http://www.pontourbe.net/edicao12-artigos/279-na-banca-do-seu-pedro-e-tudo-mais-gostoso-pessoalidade-e-sociabilidade-na-feira-livre>. Acesso em: 13 de agosto de 2013.

GUIMARÃES, Camila Aude. **A FEIRA LIVRE NA CELEBRAÇÃO DA CULTURA POPULAR**. Universidade de São Paulo. São Paulo. 2010.

MACHADO, Rosana Pinheiro. ANOS DE PEDRA: etnografia de um camelódromo. In: **Etnografia de rua: estudos de antropologia urbana**. ROCHA, A. L. C. da.; ECKERT, C. (orgs). Porto Alegre: UFRGS. 2013.

MIRANDA, Gustavo Magalhães Silva. **A Feira na cidade: limites e potencialidades de uma interface urbana nas feiras de Caruaru (PE) e de Campina Grande (PB)**. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal de Pernambuco. Recife. 2009.

População estimada para o Município de Itapororoca-PB para 2014. **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE**. Disponível em: <http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=250710&search=||info gr%E1ficos:-informa%E7%F5es-completas>. Acesso em: 9 de junho de 2015.

SANTOS, Maria Aparecida Bezerra dos. **A Feira Livre do Município de Itapororoca-PB: um perfil, por seus feirantes e fregueses**. Universidade Estadual da Paraíba – campus III. Guarabira/PB. 2011.

SATO, Leny. **Feira Livre: Organização, Trabalho e Sociabilidade**. São Paulo: Universidade de São Paulo. 2012.

VEDANA, Viviane. **“FAZER A FEIRA”**: estudo etnográfico das “artes de fazer” de feirantes e fregueses da Feira Livre de Epatur no contexto da paisagem urbana de Porto Alegre. Dissertação de Mestrado em Antropologia Social, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre. 2004.

VIANNA, L. C. R; TEIXEIRA, J.G.L.C. Patrimônio imaterial, performance e identidade. In: **As artes populares no Planalto Central: performance e identidade**. Brasília: Verbis. 2010.

VIEIRA, Rute. **A FEIRA LIVRE DE TAPEROÁ – PB**. Universidade Federal da Paraíba. João Pessoa/PB. 2004.