

A FEIRA COMO UM ESPAÇO DE SOCIABILIDADE

Fabiane Dalla Nora¹
Maria Catarina Zanini²

Resumo: Este artigo tem por objetivo apresentar e analisar processos de interação vivenciadas em uma feira de alimentos urbana localizada na cidade de Santa Maria - RS. Por meio de pesquisa etnográfica realizada desde 2013, observa-se que a feira é composta por uma rede de sociabilidade tecida por feirantes e fregueses, que além dos produtos, comercializam saberes e fazeres uma vez que o econômico e o social se complementam e se ligam às histórias de vida dos personagens que compõem esse cenário. A feira se configura um espaço de sociabilidades, de memórias e identificação étnica, além de ser um dia de encontros, de reciprocidades e de comércio.

Palavras - Chave: Feira; Sociabilidade; Campesinato.

Abstract: This article aims to present and analyze experienced interaction processes in a urban food fair in the city of Santa Maria-RS. Through ethnographic research conducted since 2013, it is observed that the fair is composed of a sociability network woven by merchants and customers, that besides the products, is commercialized knowledge and practices since the economic and social complement each other and bind to the life stories of the characters that make up this scenario. The fair is configured as a space of sociability, memories and ethnic identification, besides being a day of meetings, reciprocity and trade.

Keywords: Fair; Sociability; Peasantry.

Introdução

Este artigo tem por objetivo analisar quais as diferentes formas de

1 Mestrando em Ciências Sociais, Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade (CPDA/UFRRJ). E-mail: fabianedallanora@gmail.com.

2 Professora associada da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). E-mail: zanini.ufsm@gmail.com.

sociabilidade³, que são possibilitadas pelas interações entre feirantes e fregueses em uma feira de alimentos urbana, localizada na cidade de Santa Maria -RS⁴. Objetiva-se descrever e interpretar as formas de sociabilidade que são patrocinadas pela feira, bem como se estabelecem as interações peculiares de comércio que vão além da mera compra e venda de produtos, transpondo para relações de reciprocidade com troca de saberes e de vivências.

Partindo da pesquisa etnográfica⁵ realizada desde 2013, foi possível perceber que a feira além de representar um espaço de caráter comercial, no qual os feirantes expõem e vendem seus produtos, a feira é entendida como um espaço de grande importância para a reprodução da condição camponesa das famílias que ali se fazem presentes. Igualmente, percebeu-se que a feira é composta por uma rede de sociabilidade tecida entre feirantes e fregueses. Além dos produtos comercializam saberes e fazeres, uma vez que o econômico e o social se complementam e se ligam às histórias de vida dos personagens que compõem esse cenário.

Dessa forma, o meio rural não se constitui apenas como um meio de produção de riquezas, isto é, de produção econômica. Este espaço engloba relações sociais, modos de fazer, tática e estratégias de produção e negociação. De acordo com Wanderley (2009), o rural representa um espaço e um modo de vida que se manifesta nas diferentes formas de ser e de resistências dos camponeses. Contudo, pelo fato de estarem na condição de trabalhadores da terra não têm seu trabalho devidamente reconhecido. Concordando com Moura (1998), os agricultores feirantes que comercializam seus produtos na cidade são colocados como subalternos. Além disso, os mesmos carregam uma “marca” negativa, que Goffman (1984) denomina como um estigma.

Assim sendo, observa-se que o trânsito entre os mundos urbano e rural, uma vez que a feira é localizada na cidade, mas estruturada por camponeses provenientes de zonas rurais. A feira não é apenas um espaço de

3 Sociabilidade é entendida de acordo com Simmel (1983) como sendo uma forma lúdica de sociação.

4 A cidade de Santa Maria está situada na região central do Rio Grande do Sul, tendo uma população de 261.031 habitantes (Censo IBGE 2011). Possui 41 bairros e 9 distritos (áreas rurais).

5 A proposta aqui apresentada, inicialmente se originou do interesse proporcionado pelo trabalho desenvolvido, desde janeiro de 2013, como bolsista de iniciação científica do projeto intitulado “Na Feira: Produção, Distribuição e Consumo entre Agricultores Feirantes na Região Central do Rio Grande do Sul”, coordenado pela professora Dr^a. Maria Catarina C. Zanini.

trocas materiais, é acima de tudo um cenário de trocas de bens simbólicos entre o mundo urbano e o mundo rural. Pois, além de comprar comida neste espaço, alguns fregueses almejam, um mercado simbólico mais amplo, participar de transações étnicas, num sentido que excederia o mundo do mercado de bens materiais.

É importante salientar que por camponês, entende-se aquele trabalhador que se organiza por meio da mão-de-obra familiar, é proprietário de sua terra (Moura, 1988), está em situação subordinada frente ao Estado e possui um modo de vida específico, voltado ao trabalho com a terra, conforme aponta Woortmann (1995), entre outras especificidades. Dessa maneira o camponês associa-se uma forma social particular de organização, cuja base é dada pela unidade de produção regida pela família.

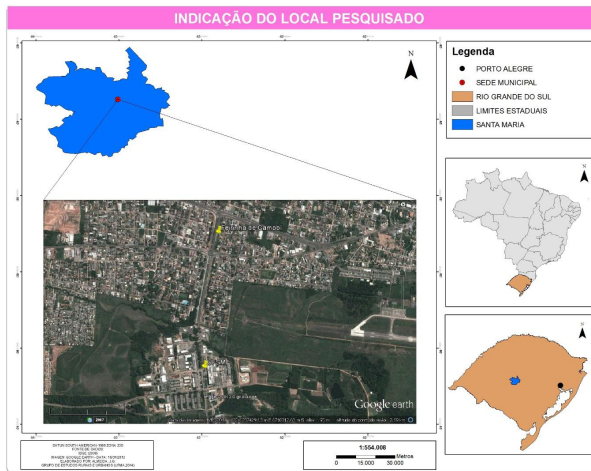
A Feirinha de Camobi⁶ e sua gente

A pesquisa etnográfica realizada na *Feirinha de Camobi*, teve início no ano de 2011, quando tínhamos por objetivo geral compreender o trabalho camponês feminino nas feiras urbanas da região central do Estado, suas vinculações com o mercado e as complexidades que envolvem o mundo camponês que se desloca para trabalhar na cidade. No entanto, a pesquisa se expandiu, agregou novos objetivos e também nos apontou para a rica situação ali cotidianamente invocada: as diferentes formas de sociabilidade entre feirantes vindos da zona rural e os fregueses residentes do meio urbano.

A *Feirinha de Camobi* como é popularmente conhecida acontece em dois dias da semana, há cerca de treze anos. Aos sábados, conta com cerca de dezessete barracas (número que eventualmente varia) e nas quartas-feiras há menos feirantes, com cerca de seis barracas. Localizada na Avenida Roraima, avenida que dá acesso à entrada da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), entre as estradas conhecidas como Faixa Velha (RS509) e a Faixa Nova (RST287), a mesma está situada em um espaço fixo, onde cada feirante é responsável pela montagem e desmontagem de sua banca a cada dia de trabalho. Trata-se de espaço público, utilizado por meio de convênio da UFSM com a Sociedade Amigos de Camobi (SACA), que teria participado do início das atividades da mesma no Bairro Camobi.

6 Camobi é o nome do bairro em que está situada a Feira.

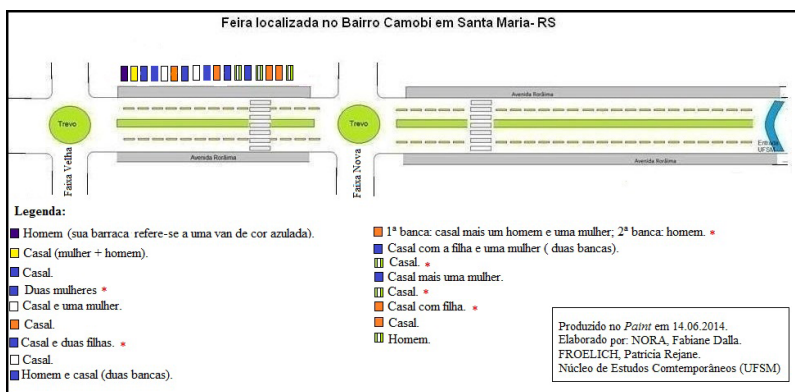
Figura 1: Localização do espaço da feira. Sinalizadas com pontos amarelos, de cima para baixo, a Feirinha de Camobi e a UFSM, respectivamente.



Fonte: Elaborado por ALMEIDA, J.G (29.05.14).

A *Feirinha de Camobi* é um mercado a céu aberto, montada no espaço em frente à calçada de pedestres. Seu cenário é bastante diversificado, juntamente com as cores das lonas, dando assim um colorido especial aos nossos olhos. Na medida em que nos aproximamos das barracas é praticamente impossível não sentir a harmonia presente nesse espaço.

Figura 2



Fonte: Elaborado por NORA, Fabiane Dalla. FROELICH, Patrícia Rejane

Como é assinalado por Silva (2011) ao analisar uma feira localizada em Belém, a feira faz com que os sentidos fiquem mais apurados, as cores parecem “saltar aos olhos”, os cheiros das frutas e temperos exalam seus aromas, além dos sabores das comidas que impregnam o paladar e proporcionam diferentes sensações olfativas e degustativas, características do mercado que dificilmente passam despercebidas.

Figura 3: Feira no sábado.



Fonte: Arquivo pessoal. Foto tirada em 04.10.14.

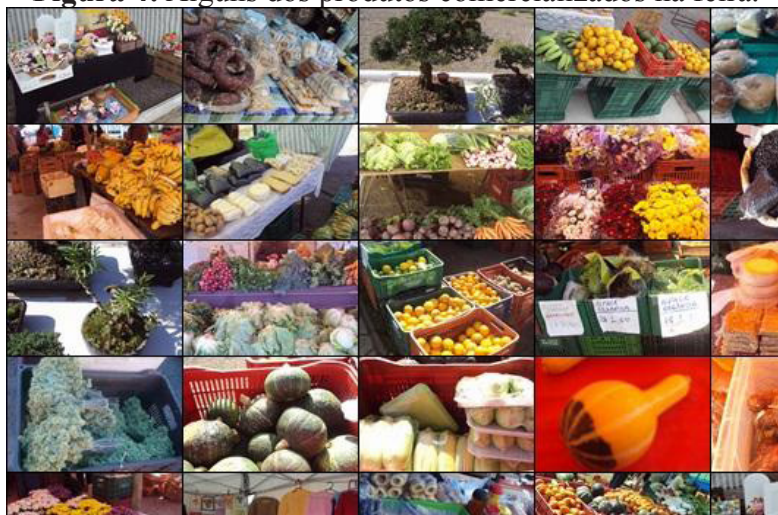
Na *Feirinha de Camobi*, entre os produtos comercializados encontram-se: brócolis, beterraba, couve, couve-flor, rabanete, alface lisa, alface crespa, rúcula, temperinho verde, cebolinha, cenoura, rabanete, espinafre, berinjela, chuchu, milho verde, mandioca, batata doce, moranga, laranja, bergamota, melancia, morangos, variando de acordo com a época de cultivo. A feira também comercializa produtos panificados e doces como pães, cucas, bolachas, pastéis, *capeletti*⁷, geleias, rapaduras. Vendem-se ainda artesanatos que muitas vezes são elaborados pela família e vendidos junto aos demais produtos nas bancas.

A feira é formada por grupos étnicos distintos, tais como descendentes de imigrantes italianos e alemães. Contudo, a grande maioria dos feirantes descende de imigrantes italianos residentes em localidades rurais da cidade de Santa Maria - RS e de municípios vizinhos. Segundo Barth (1998), o conceito de grupos étnicos está relacionado com o sentido organizacional destes, bem como pelo fato de se perceberem e serem percebidos como distintos nos processos interativos. Tais diacríticos promovem interações em que as criações das fronteiras identitárias se apresentam de forma dinâmica e negociada.

⁷ É uma receita tradicional italiana que consiste em pequenos discos de massa recheados com carne.

Além dos imigrantes italianos e alemães, durante o andamento da pesquisa houve aumento de algumas bancas, que comercializam produtos que até então não se encontravam disponíveis em nenhuma das bancas ali presentes, em uma delas são comercializados comida e artefatos chineses e japoneses como *sushi*, *Yakisoba*, chaveiros, *hashi*, *bonsai*, luminárias.

Figura 4: Alguns dos produtos comercializados na feira.



Fonte: Arquivo pessoal.

Os consumidores da feira são em grande maioria moradores do Bairro Camobi⁸. Entre eles estão estudantes e servidores públicos que preferem comprar na feira devido à comodidade de estar próximo ao local de trabalho, mas também pela qualidade dos produtos tidos como mais “saudáveis” e orgânicos. Como se observa no relato de um feirante⁹: “Cada vez mais, cada vez mais por que assim óh quem vive nesse ramo é que nota, as pessoas querem qualidade de vida, as pessoas querem qualidade na alimentação, eles exigem aquilo que é feito, ou seja, orgânico” (DIÁRIO DE CAMPO, 2013).

O fragmento acima aponta para uma preocupação que é frequentemente percebida nas falas dos fregueses. Na *Feirinha de Camobi*, observa-se que a grande maioria dos agricultores feirantes vende produtos

⁸ Importante ressaltar que Camobi é um bairro que tem crescido muito nos últimos anos em função do incremento das atividades da UFSM e de sua expansão, bem como pelas atividades da Base Aérea no mesmo.

⁹ Entrevista realizada e cedida pelo projeto.

produzidos em suas propriedades ou por outros agricultores da região, que muitas vezes são ligados por laços familiares, o que reforça a importância das relações de parentesco na reprodução camponesa (WOORTMANN, 1995).

Assim como Cruz e Menasche (2011) é possível pensar no respeito de processos de valorização de produtos locais em sociedades contemporâneas. Na pesquisa realizada em Porto Alegre (Rio Grande do Sul, Brasil), as autoras observaram que, entre os moradores da capital gaúcha entrevistados a respeito de seus hábitos e preferências alimentares, o *natural* e o *rural* são – como contraponto à desconfiança ante produtos industrializados, manipulados, pré-preparados – identificados como atributos que remetem positivamente à qualidade dos alimentos (CRUZ, MENASCHE, 2011).

Por mais que a Feirinha de Camobi não possa ser considerada como uma feira orgânica, concordamos com as considerações de Portilho (2011) que a construção da confiança nos alimentos orgânicos se dá a partir das relações de sociabilidade construídas e mantidas na feira, seja entre os consumidores, seja entre estes e os produtores que vendiam seus produtos.

Com a feira: reprodução da condição camponesa, incremento da renda e melhora das condições de vida

Por meio do convívio e das observações e foi possível perceber o quanto os dias de feira constituem momentos especiais para esses camponeses que vem à cidade comercializar o excedente de sua produção e, por meio desta atividade, conseguem aumentar sua renda. A feira se tem revelado um espaço que nutre a permanência dos trabalhadores rurais no campo, donos do seu meio de produção, no entanto, como aponta Moura (1988), o camponês carrega consigo marcas estigmatizantes, que tem suas raízes em um momento anterior à contemporaneidade e que também fazem parte do processo histórico brasileiro que valorizou a industrialização e a urbanização como formas reveladoras de modernidade.

O campesinato, para muitos teóricos, parecia excluído das perspectivas modernas, pois estes percebiam a sua “decomposição” e a sua subordinação às novas formas de capital no campo. Para alguns teóricos marxistas, como Lênin (1982) e Kautsky (1986), no mundo capitalista o camponês poderia ser no máximo um resquício, posto que os autores acreditavam na dissolução do campesinato no capitalismo, seja na forma de transformação dos camponeses em assalariados proletarizados ou em pe-

quenos produtores, de modo que a sua integração à economia de mercado significaria fatalmente a sua extinção (ABRAMOVAY, 1992).

Contudo, os processos que visibilizam a existência do camponês têm sido mais expressivos e fortes do que aqueles que os levam a extinção. Assim, se os camponeses continuam existindo nos dias de hoje é provável que continuem a existir por muito mais tempo (SHANIN, 1983). Não se pode ignorar que os camponeses passaram por um processo de recriação, redefinição e até diversificação com as mudanças que ocorreram e vem ocorrendo no campo. O camponês adaptou-se e foi adaptado, transformou-se e foi transformado, diferenciou-se internamente, mas permaneceu identificável como tal (MOURA, 1986).

O camponês passou a se integrar ao mundo urbano e industrializado e sua forma de organização e cultura acabaram dialogando com estas novas formas sociais. Deve-se considerar que o camponês existe dentro de um sistema maior, logo, suas estratégias produtivas acabam sendo adaptadas em função das características das sociedades de que ele faz parte (WOLF, 1976). No entanto, ainda que as mudanças sejam inevitáveis, pode-se observar que os camponeses continuam a se reproduzir nas sociedades atuais integradas ao mundo moderno (WANDERLEY, 1996).

Segundo Carneiro (1997), a expansão da sociedade urbano industrial e as transformações por ela engendradas no campo, não implicam obrigatoriamente a descaracterização das culturas locais, mas a redefinição de práticas culturais. Nessa perspectiva, as transformações na comunidade rural provocadas pela intensificação das trocas com o mundo urbano (pessoais, simbólicas, materiais...) não resultam, necessariamente, na descaracterização de seu sistema social e cultural como os adeptos da abordagem adaptacionista interpretavam (CARNEIRO, 1997).

O processo de modernização rural é complexo e não pode ser entendido simplesmente como o fim da agricultura ou o fim do rural (WANDERLEY, 2009). A feira que ocorre no Bairro Camobi representa o reflexo da capacidade de resistência dos camponeses e de “adaptação” dos mesmos aos novos contextos econômicos e sociais, resignificando relações sociais e processos interativos. Uma prova dessa resistência, percebida a partir de observações preliminares, foram as formas de negociação efetuadas pelos feirantes com seus fregueses, visto que as mesmas estão ligadas aos universos culturais destes trabalhadores ou por redes de parentesco e de afinidades, e não somente por lógicas racionais ligadas ao mundo do mercado.

O espaço da feira se caracteriza por comportar um modelo de comercialização diferenciado, uma vez que os produtos ali oferecidos são, em grande parte, produzidos e comercializados pelos próprios camponeses, ou seja, o comércio é feito sem atravessadores¹⁰. Há a intenção de que seja uma venda do produtor direto para o consumidor e que a feira seja um espaço social onde o trabalhador é mais livre e possua maior autonomia em relação às grandes propriedades (GARCIA, 1984).

Nessa perspectiva, concordamos com Palmeira (1971) ao analisar as transformações no universo dos engenhos e das usinas à luz dos circuitos de produção e de abastecimento das feiras livres onde antigos moradores expulsos desse universo passaram a se abastecer, observou que a feira era responsável pelo crescimento do proletariado rural. A expansão das feiras na Zona da Mata também iluminava a emergência de pequenos produtores com alguma autonomia dentro dos engenhos que produziam para vender nas feiras, reconfigurando assim o sistema de provisionamento da população rural da região.

A feira representa um espaço de grande importância na contemporaneidade para reprodução da condição camponesa desses trabalhadores feirantes, uma vez que permite a eles serem ao mesmo tempo distribuidores e comercializadores de sua produção. Entretanto, a feira desempenha outro caráter expressivo, o qual foge mais uma vez da lógica capitalista de mercado. De acordo com Vedana (2013) as feiras providas de trocas de saberes e experiências, além das representações simbólicas que enseja devido à forma de como esses produtos são apresentados e comercializados.

Socializando na feira: trocas, circulações e mercado.

É importante considerar que os feirantes participam das dinâmicas urbanas e na elaboração do mercado e não somente como um espaço de trocas, mas de sociabilidades (VEDANA, 2013). Nestes anos de pesquisa etnográfica foi possível perceber que, cada vez mais os clientes trazem chimarrão¹¹ para a feira, tomando-o enquanto transitam e fazem suas compras. Esta caminhada entre as bancas, com uma cuia nas mãos nos aponta para o espaço lúdico e de sociabilidade prazerosa em que a feira tem se convertido nos últimos anos (ZANINI, 2013).

10 Na venda de produtos entre feirantes e fregueses não se fazem presentes intermediários obtendo margem de lucro em suas compras e vendas.

11 Bebida elaborada com erva mate. Bebe-se quente, num recipiente denominado cuia, em que se assenta um canudo de metal, a bomba. Os clientes trazem cuia e garrafa térmica com água quente para tomar o chimarrão.

Figura 5: Fregueses com chimarrão na feira.



Nessa mesma perspectiva, Sabourin (2009) explica que as feiras e mercados locais proporcionam exemplos de mercado, que produzem vínculos sociais e mobilizam a sociabilidade, por meio das relações diretas entre produtores e consumidores. Devido ao trabalho de campo, foi possível constatar uma proximidade entre os feirantes e seus fregueses, na medida em que a relação entre eles vai além da compra e venda dos produtos comercializados, constrói-se uma amizade e um companheirismo no qual se troca também informações, sentimentos e experiências.

A relação que se estabelece na feira não é unicamente econômica, mas simbólica e afetiva. As feiras têm substituído a tecnologia dos caixas dos modernos supermercados pela simplicidade e o contato direto entre feirantes e compradores, o calor humano, as amizades que nascem do convívio semanal entre uma barraca e outra (GUIMARÃES, 2009). Como observado na data 05/04/2014, existe uma preocupação entre os agentes sociais:

Seu João percebe a presença de um freguês que não via há algum tempo: “Foi para a África e voltou? O que houve que sumiu?” (RISOS). Freguês então

conta que passou um mês na Bahia e em Brasília, pois tem um filho que mora na Bahia e uma filha que mora na França, onde também passou um mês (DIÁRIO DE CAMPO, 2013).

Para Sato (2007) feira significa festa. As famosas feiras da Idade Média que se assemelhavam às nossas feiras regionais. Em seu estudo, o autor relata que as feiras reuniam mercadores dos diversos locais nas datas de festas religiosas, ocasiões nas quais os comerciantes faziam seus negócios. Nas feiras livres encontra-se presente local de comércio, de trabalho e de sociabilidade.

A *Feirinha de Camobi* não proporciona somente a sociabilidade entre feirantes e fregueses, mas também entre os próprios fregueses e frequentadores. No dia 28/05/14, um cliente fala para outro na feira: Cliente 1: “**Oi, tudo bem? Não percebi que o senhor estava aí? Que dia lindo hoje né?**” Cliente 2: “**Está bom para se esquentar hoje**”. As duas clientes permanecem conversando por um longo período de tempo. (DIÁRIO DE CAMPO, 2014). Ou ainda no dia 09/10/13: cliente para outro: mas tem que plantar! Outro cliente: “**mas lembra que foi o senhor que me disse que aqui na feira tinha tudo, então euvim**” (RISOS) (DIÁRIO DE CAMPO, 2013).

Percebe-se, que a *Feirinha de Camobi* não abriga somente consumidores, mas também frequentadores, uma vez que muitas pessoas fazem desse espaço um espaço de lazer e de encontros. Nos dias de feira pude perceber que muitos apareciam na feira simplesmente para sentar-se junto aos feirantes. Os encontros proporcionados pelas feiras têm múltiplos sentidos, e mesmo os encontros em que está em jogo apenas uma troca mercantil não são homogêneas entre si. Assim, “as pessoas que vão às feiras não o fazem necessariamente para comprar e/ou vender, havendo outros objetivos possíveis” (FRANCE, 1984).

Apesar das inúmeras dificuldades enfrentadas por estes camponeses feirantes na contemporaneidade, para os mesmo a feira tem um significado além do econômico, à feira proporciona interações entre fregueses e os próprios fregueses, muitas vezes o único momento de lazer.

A feira como espaço de reciprocidade de saberes e vivências.

Pode-se perceber que as trocas que ocorrem ultrapassam a lógica de compra e venda de produtos. A lógica mercantil não substitui as antigas

formas de construção de vínculos e alianças entre fregueses e feirantes. No dia 23/10/2013 freguês ao comprar abobrinha pergunta para feirante como prepara-la. Feirante explica que ela pode fazer com a abobrinha, salada, refogada e até frita.

Concordamos, nesse aspecto, com a ideia de Santos (2012) de que a feira é um cenário em que o econômico e o social se complementam nesse ambiente de consumo, e se ligam às histórias de vida dos personagens que compõem uma feira, sendo estes fatores fundamentais para a consolidação desta como atrativa e permanente. Toda feira livre é um espaço preenchido por uma diversidade rica de relações sociais e construções societárias, possibilitadas para além dela. No fragmento abaixo podemos observar algumas dessas questões:

No dia 16 de julho de 2014, cliente muito brincalhão fala para uma feirante que tem gansos. A feirante responde que não gosta de gansos por que eles fazem muito barulho e que são bonitos, mas de bico fechado. Instantaneamente, rindo o cliente: **“é que nem as mulheres!”** (RISOS) (DIÁRIO DE CAMPO, 2014).

Em adição para a presente discussão, são também relevantes as teorias de Marcel Mauss (2003) que analisou a importância das formas de trocas nas sociedades arcaicas, as quais não implicavam somente em trocas materiais, e que o valor das mercadorias não era superior ao valor simbólico, uma vez que a vida social não é somente a circulação de bens, mas também de pessoas, normas, palavras, festas. Dessa forma, observa-se que a importância não está nos bens que são trocados na feira, mas no ato de reciprocidade, num constante dar, receber e retribuir (MAUSS, 2003). Nesse sentido, as relações de interação patrocinadas pela feira mais do que um compartilhamento de símbolos representam situações de trocas, sejam elas materiais ou simbólicas.

Como observado no dia 12/03/2014 um freguês, um rapaz jovem traz caixinhas de ovos e sem pedir absolutamente nada em troca, feirante lhe dá uma sacolinha de redite¹². Podemos observar essa relação também no dia 16/04/14: cliente alcança caixinhas de ovos para outro feirante e imediatamente pergunta: **“o que o senhor quer?”**, Cliente responde que

12 Ou conhecido como “Radicce”, é uma hortaliça consumida como salada.

quer somente algumas verduras, a feirante então responde: “**o senhor pega o que quiser!**” (DIÁRIO DE CAMPO, 2013).

Nessa mesma perspectiva, são igualmente relevantes as contribuições de Eric Sabourin (2009) de que dentre as características das comunidades camponesas encontra-se a *reciprocidade*, que corresponde a dinâmica de reprodução de prestações, geradora de vínculos sociais. Além do mais, a “comunidade camponesa existe em função de um sentimento de pertencimento a um grupo, de uma identidade coletiva e de compartilhamento de saberes, práticas e, sobretudo, a valores que a constituem” (SABOURIN, 2009, p. 51).

A feira tem representado um espaço altamente pedagógico, seja para os feirantes ou para os consumidores, uma vez que é localizada na cidade, mas estruturada por camponeses provenientes de zonas rurais. A *Feirinha de Camobi* transcende a simples troca de mercadorias, constituindo-se em espaços de sociabilidade propícios à reprodução camponesa por meio do fortalecimento das práticas socioculturais, dos modos de vida camponês, ao mesmo tempo em que estes espaços ainda possuem funcionalidades que extrapolam a função comercial, constituindo-se em espaços de sociabilidade, diferentemente do que acontece nas feiras livres das cidades grandes (DOURADOS, 2012).

No dia 26/03/2014 quando uma das feirantes ensina para uma freguesa como ela faz os brócolis refogado. Explica para feirante que não coloca nem sal, “**só dá um susto dele (brócolis), não cozinha muito, só dá uma esquentadinha**”. Da mesma maneira, podemos observar essa troca de saberes no dia 28/03/2014 quando cliente pergunta a diferença entre a alface americana roxa e a comum. Feirante responde que acha a roxa mais docinha.

Observando os diálogos e o cotidiano da feira foi possível perceber a mesma como um espaço amplo de aprendizado, principalmente acerca do saber fazer dos feirantes e de como esse tipo de conhecimento era transmitido aos seus fregueses. Nesse sentido, Siqueira e Colomé (2010), em um estudo na Feira de Economia Solidária de Santa Maria, salientam que a prática do consumo na feira envolve muitas trocas de conhecimento e experiências entre consumidores e produtores, e entre os consumidores em si, que formam vínculos duradouros. Nessa mesma perspectiva, são igualmente relevantes as contribuições de Eric Sabourin (2009) quando aponta que dentre as características das comunidades camponesas encontra-se a reciprocidade, que corresponde a dinâmica de reprodução de prestações,

geradora de vínculos sociais.

Partindo do pressuposto que a lógica rural de produção baseada na compra\troca e venda de produtos seja diferente, uma vez que precisam adequarem-se, até certo ponto as exigências do sistema capitalista, mesmo assim percebe-se um modo singular na maneira de comercializarem seus produtos. Observa-se uma interação face a face com seus fregueses, ou seja, há uma maior intimidade, ou proximidade entre o freguês e o feirante, uma relação de camaradagem, de preocupação entre ambas as partes, construindo assim uma afinidade que geralmente não se imagina entre um freguês e um comerciante.¹³

Como a feira possui uma lógica de mercado diferenciada, nesse espaço se faz presente um elemento importante que é responsável pela estimulação da sociabilidade segundo Simmel (1983) a conversa. O diálogo que ocorre entre o freguês e o feirante na compra/venda de um determinado produto, os momentos de interação face a face também propicia a sociabilidade.

As feiras são entendidas como um espaço de interação entre feirantes e fregueses, uma vez que possuem um modo de comercialização com características particulares de interações as quais permitem a aproximação e a troca de saberes entre a cidade e o meio rural, pois a feira está localizada no espaço urbano e os produtos oferecidos são produzidos pelos feirantes no meio rural. Proporciona ao mesmo tempo a troca de conhecimentos recíprocos dos trabalhadores feirantes e das suas experiências, fato este que dificilmente poderia ocorrer se fossem utilizados outros canais de comercialização mais individualizados.

Observamos que além da comercialização de alimentos há também uma troca de elementos simbólicos, gostos, memórias e uma série de identificações (ZANINI, 2013). A feira proporciona sociabilidades e formação de uma relação afetiva entre feirantes e consumidores, pois ali se constitui outra forma de comércio, distinta das redes de mercado. Cabe ressaltar que a relação entre feirantes e fregueses é marcada pela confiança. No dia 03/09/13:

Freguês: esses ovos são galados? Feirante: “o que

13 Nas feiras observa-se uma proximidade entre os feirantes e seus fregueses na medida em que a relação entre eles vai além da compra e venda dos produtos comercializados, constrói-se uma amizade e um companheirismo no qual troca-se também informações, sentimentos, experiências. A relação que ali se estabelece não é unicamente econômica, mas simbólica e afetiva.

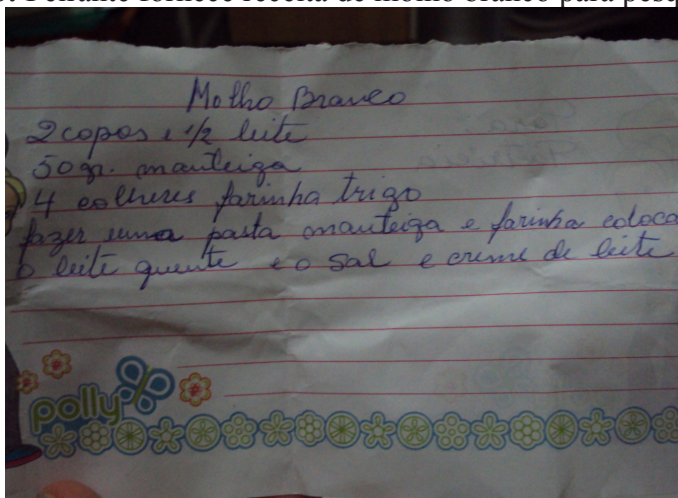
seria galado? Freguês: Que tem galo junto, eu quero pra bota chocar. Feirante: esses ovos são bastante balançados eu não garanto. Pra bota choca é melhor os ovos das galinhas soltas, quem sabe o senhor espera o meu irmão sábado (DIÁRIO DE CAMPO, 2013).

Os fregueses perguntam para os feirantes acerca da qualidade dos produtos antes de comprar, no dia 07/08/13:

Freguês: Essa erva é boa? Feirante: é boa! Eu sei por que a gente toma lá em casa, já compramos um fardo e já tomamos meio”. Ou ainda no dia 04/09/13: Freguês pergunta: “que tipo de feijão é esse? Feirante: Cavalão. Cliente: o looooco! Não é forte? Da para plantar? Feirante diz que não é forte e que são eles mesmos que plantam essa mesma semente e também comem. Cliente diz que nunca comeu desse tipo de feijão (DIÁRIO DE CAMPO, 2014).

A feira engloba várias manifestações culturais. Além de alimentos, vendem-se elementos simbólicos, memórias, cheiros, sabores e um sem número de elementos associados ao mundo da italianidade local. Cabe ressaltar que a feira é formada por grupos étnicos distintos, tais como descendentes de imigrantes italianos, alemães, entre outros, contudo a grande maioria dos feirantes é descendente de imigrantes italianos que residem em localidades rurais da cidade de Santa Maria - RS e de municípios vizinhos.

Figura 6: Feirante fornece receita de molho branco para pesquisadora.



Fonte: Patrícia Rejane Froelich¹⁴.

A *Feirinha de Camobi* é um importante veículo de permutas étnicas e de organização e criação de sociabilidades mais amplas (DE CERTEAU, 1996) uma vez que nela, além de alimentos, vendem-se elementos simbólicos, compartilham-se memórias, cheiros, sabores associados ao mundo da italianidade¹⁵ local:

Freguês: o senhor é gringo? Feirante: sou italiano.
Freguês: italiano da Itália? Feirante: meus parentes são de Veneza. Freguês: não gosto muito daquela cidade. Em seguida pergunta se pode continuar conversando e segue contando sua história de vida, juntamente com a sua viagem para a Itália (DIÁRIO DE CAMPO, 2014).

Percebi que a os fregueses tem aprendido muito com os conhecimentos dos feirantes descendentes de imigrantes italianos ou vice-versa que residem no meio rural. No *dia 25 de abril de 2014, uma senhora com-*

¹⁴ Patrícia também era integrante do projeto na época.

¹⁵ Por italianidade compreende-se o vínculo de pertencimentos individuais e coletivos ao universo de origem italiana, propiciado pela história dos antepassados oriundos da Itália que colonizaram a região no passado.

pra batatinhas inglesas, segundo ela: “para aprender a fazer fermento”. Em seguida, pede para a feirante a receita do fermento caseiro. Muito prestativa, a feirante: “tenho em casa a muda, te trago! Tenho um de farinha muito bom também”. Cliente pede para trazer por escrito e pede o número de telefone da feirante para combinarem.

Nas feiras ocorre interação face a face com fregueses, ou seja, há uma maior intimidade, ou proximidade entre freguês e feirante, uma relação de camaradagem, de preocupação entre ambas as partes, construindo assim uma afinidade. A relação de cumplicidade foi observada, por exemplo, no dia 03/09/2013, quando o freguês perguntou ao feirante se está gripado; outra situação, também percebi nas inúmeras vezes que os fregueses deram ou devolveram caixinhas de ovos, vidros ou garrafas.

Considerações finais

Por meio da pesquisa etnográfica no espaço de comércio de uma feira de alimentos urbana na cidade de Santa Maria, pode-se observar o quanto para esses camponeses feirantes a *Feirinha de Camobi* é importante para a reprodução da condição camponesas dessas famílias que ali se fazem presentes. Para a grande maioria desses trabalhadores rurais, a feira representa um espaço no qual elas encontram uma nova possibilidade de obter sua própria renda, comercializando seus próprios produtos, garantindo assim uma melhor condição de vida. Nos processos de produção, percebe-se o quanto toda a família se envolve: jovens, adultos e idosos, o que possibilita uma socialização de perdas e ganhos nesta forma produtiva.

Além disso, as feiras são compostas por uma rede de sociabilidade tecida por feirantes e fregueses que trocam produtos, saberes, fazeres, estratégias de comprar e venda, jocosidades. Enfim, realizam a feira e constroem ao mesmo tempo sua história, além de alimentos, vendem-se elementos simbólicos, memórias, cheiros e sabores. Pode-se perceber que além da comercialização de alimentos há também uma troca de elementos simbólicos, gostos, memórias e uma série de identificações, uma vez que as trocas que ocorrem nas feiras ultrapassam a lógica de compra e venda de produtos, elas vão além de trocas econômicas, assim a lógica mercantil não substitui as antigas formas de construção de vínculos e alianças entre fregueses e feirantes que, muitas vezes são cruzadas por lógicas de parentesco, afinidade, etnicidade e outras.

Nesse espaço de consumo, o econômico e o social se complementam, ligam-se às histórias de vida dos diferentes personagens que o com-

põe esse espaço do mundo rural no urbano. A feira proporciona sociabilidade e formação de uma relação afetiva entre feirantes e fregueses, a apresentando como um espaço altamente pedagógico sobre alteridades e regras de mercado, uma vez que é localizada na cidade, mas estruturada por camponeses provenientes de zonas rurais.

Referências

ABRAMOVAY, Ricardo. **Paradigmas do capitalismo agrário em questão**. São Paulo: Hucitec/Anpocs, 1992.

BARTH, F. Grupos Étnicos e suas fronteiras. In: POUTIGNAT, P. **Teorias da etnicidade. Seguindo de grupos étnicos e suas fronteiras de Fredrik Barth, Philippe Poutignat, Jocelyne Streiff-Fenard**. Tradução de Elcio Fernandes. São Paulo: UNESP, 1998.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. 2 ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998.

CARNEIRO, Maria José. **Ruralidades: Novas identidades em Construção**. Estudo Sociedade e Agricultura, 11, outubro, 1997.

CRUZ, Fabiana Thomé da; MENASCHE, Renata. Do consumo à produção: produtos locais, olhares cruzados. Revista **IDEAS** (Online), v. 5, p. 91-114, 2011.

DE CERTEAU, Michel et al. **A invenção do cotidiano**. Vol.2. Morar, cozinhar. 6 ed. Petrópolis: Vozes, 1996.

DOURADO, José Aparecido Lima. **Feiras Livres e Reprodução Camponesa: Interfaces da Relação Campo – Cidade**. XXI Encontro de Nacional de Geografia Agrária. 2012. Disponível em: <http://www.lagea.ig.ufu.br/xx1enga/anais_enga_2012/eixos/1477_1.pdf> Acesso em 20 de agosto de 2014.

GARCIA, Marie France. **Feira e trabalhadores rurais/ as feiras do Brejo e do Agreste Paraibano**. Tese de doutoramento apresentada ao Programa de Pós Graduação em Antropologia Social do Museu Nacional UFRJ. Rio de Janeiro: 1984.

GUIMARÃES, Roberli Ribeiro. **Feira Camponesa: Instrumento de Luta e Resistência das Mulheres Camponesas em Catalão – GO**. XIX Encontro Nacional de Geografia Agrária, São Paulo, 2009, pp. 1-15.

KAUTSKY, K. **A questão agrária**. São Paulo: Nova Cultura, 1986.

LÊNIN, V. **O desenvolvimento do capitalismo na Rússia**. São Paulo: Abril, 1982.

MOURA, Margarida Maria. **Camponeses**. 2 ed. São Paulo. Ática. 1988.

VEDANA, Viviane. Fazer a feira e ser feirante: a construção cotidiana do trabalho em mercados de rua no contexto urbano. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, ano 19, n. 39, p. 41-68, jan./jun. 2013.

OLIVEIRA, Roberto Cardoso de. O trabalho do antropólogo: olhar, ouvir, escrever. Revista de **Antropologia**. São Paulo: USP, v.39, n 1, 1996.

SABOURIN, Eric. **Camponeses do Brasil: entre a troca mercantil e a reciprocidade**. Rio de Janeiro, Garamond, 2009.

PALMEIRA, Moacir. Feira e Mudança Econômica. Revista **Vibrant**, Brasília, 2014.

SANTOS, Paulo Cezar de Holanda. **Na Feirinha do Tabuleiro tem: Aspectos da sociabilidade presentes em um ambiente de consumo**. Encontro científico Cultural, 2012. Disponível em: <http://media.wix.com/ugd/5b-1fba_c64e8ee1394a41aaa93e1f07f55139b3.pdf> Acesso em 20 de agosto de 2014.

SATO, Leny. Processos Cotidianos de Organização do trabalho na feira livre. **Psicologia & Sociedade**, 19, Edição Especial 1: 95-102, 2007.

SHANIN, Teodor. **A definição de camponês: conceituações e desconceituações – o velho e novo em uma discussão marxista**. Estudos Cebrap. Trabalho e dominação. São Paulo, Cebrap; Petrópolis, Vozes, 1980.

SIMMEL, Georg. Sociologia: estudos sobre as formas de socialização, MORAES FILHO, Evaristo de. (Org.). **Sociologia**. São Paulo: Ática, 1983.

SILVA, Tiago Luís Coelho Vaz. **Etnografando mercados: trabalho, so-**

ciabilidade e lazer no Ver-o-Peso, Somanlu, ano 11, n. 1, jan./jun. 2011.
SIQUEIRA, Holgonsi Soares Gonçalves; COLOMÉ, Felipe da Luz. **Feira de Economia Solidária**: reflexões sobre a relação consumo e cidadania. Encontro Nacional de Estudos do Consumo. 2010. Disponível em: <http://estudosdoconsumo.com.br/artigosdoenec/1.3.5-Siqueira_e_Colome-Feira_de_Economia_Solidaria.pdf> Acesso em 20 de agosto de 2014.

WANDERLEY, Maria N. B. **O mundo rural como espaço de vida**: reflexões sobre a propriedade da terra, agricultura familiar e ruralidade. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 2009.

WANDERLEY, Maria N. B. **Raízes Históricas do Campesinato Brasileiro**. XX Encontro da ANPOCS. .GT17. Processos Sociais Agrários. Caxambu, MG. Outubro, 1996.

WOLF, Eric. **Sociedades camponesas**. Rio de Janeiro: Zahar, 1976.

WOORTMANN, Ellen. F. **Herdeiros, parentes e compadres**. Brasília: EdUnB, 1995.