



---

## FEIRAS, FEIRANTES E ABASTECIMENTO:

### uma revisão da literatura brasileira sobre comercialização nas feiras livres<sup>1</sup>

#### FAIRS, FAIRS AND SUPPLIES:

#### a review of the Brazilian literature on trade in free trade fairs

Alexandro Moura Araújo<sup>2</sup>  
Eduardo Magalhães Ribeiro<sup>3</sup>

#### Grupo de Pesquisa: 5. Agricultura familiar e ruralidades

#### Resumo

Este estudo analisa a produção científica sobre as feiras livres brasileiras. Para isso, pesquisou os produtos disponíveis em bibliotecas, catálogos e internet, sistematizando informações sobre publicação, período, conteúdo, metodologias e áreas compreendidas por esses estudos. Além disso, buscou caracterizar as feiras brasileiras e seus atores, analisando particularidades e similaridades. Observou-se esses trabalhos tiveram em sua maioria abordagens qualitativas, publicados principalmente em periódicos científicos; mas, percebe-se que cada feira brasileira tem sua especificidade, abastecendo a população local de acordo com seus costumes e características da economia local. Assim, feiras livres criam movimento econômico, mas conservam a pauta alimentar regionalizada.

**Palavras-chave:** Feiras livres. Abastecimento alimentar. Técnicas de vendas. Gênero.

#### Abstract

This study analyzes the scientific production on Brazilian free trade fairs. To do this, it researched the products available in libraries, catalogs and the internet, systematizing information about publication, period, content, methodologies and areas included in those studies. In addition, it sought to characterize the Brazilian fairs and their actors, analyzing particularities and similarities. It was observed that these works had mostly qualitative approaches, published mainly in scientific journals; but it is perceived that each Brazilian fair has its specificity, supplying the local population according to its customs and characteristics of the local economy. Thus, free markets create an economic movement, but preserve the regionalized food agenda.

**Key words:** Free fairs. Food supply. Sales techniques. Genre.

#### 1. Introdução

No Brasil, as feiras livres remontam ao período colonial. A importância dessas feiras se manifesta no abastecimento direto de consumidores, na geração de renda para a população rural, na animação do comércio urbano. Mas sua relevância ultrapassa os aspectos econômicos, compreendendo também hábitos alimentares, redes de trocas e a própria cultura.

Prova isso a importância das feiras nas diversas manifestações culturais brasileiras.

---

<sup>1</sup> A pesquisa que originou este artigo foi apoiada pelo CNPq e Fapemig, aos quais os autores agradecem.

<sup>2</sup> Administrador; pesquisador NPPJ/UFMG; bolsista EXP-CNPq; alexx\_m\_a@hotmail.com

<sup>3</sup> Economista; professor titular do ICA/UFMG; eduardomr@pq.cnpq.br



Luiz Gonzaga eternizou a feira de Caruaru numa música de 1957, quando lembrou que “de tudo que ai no mundo, nela tem prá vender”; Sivuca, em 1978, caracterizou o varejo cotidiano das feiras nordestinas na música “Feira de Mangaio”; Elomar destacou a importância das feiras na cantiga de “O pedido” (1982): uma lista de encomendas que a moça apresenta ao vizinho, pois “já que tu vais lá na feira, meu amigo, traga de lá para mim...” uma lista de bens que inclui “água de fulô que cheira”, “um corte de chita” e, entre os muitos pedidos, pede que “ah, se o meu dinheiro desse, eu queria um trancelim...”

Mas feiras também foram palco para cenas eternizadas no cinema. Foi na feira que o vaqueiro Manuel selou seu destino quando matou o patrão e assim, por escolha, acompanhou o cortejo messiânico do beato Sebastião, e depois, por falta de escolha, se uniu ao bando de Corisco para se transformar no cangaceiro Satanás, na fórmula sintética que Glauber Rocha em “Deus e o diabo na terra do sol” de 1964 usou para resumir os dois polos de destino dos camponeses do Semiárido. Em “A grande feira” (1961), Roberto Pires contrastou os interesses dos feirantes com uma grande empresa que ambicionava o espaço da feira baiana de Águas de Meninos, e filmou o cotidiano e as teias de relações pessoais dos feirantes.

Feiras também são cenários para romances, contos e crônicas. “Alexandre e outros heróis” de Graciliano Ramos, “Terra de Caruaru” de José Conde, “Doidinho” de José Lins do Rêgo, “Gabriela Cravo e Canela” e “A morte e morte de Quincas Berro D’Água” de Jorge Amado, têm as feiras livres como cenário para seus personagens. Ainda tem as “Feiras e mafuás” de Lima Barreto, que descreve com luxo de detalhes as características das feiras do Rio de Janeiro.

Como as artes, embora com menor repercussão e de maneira muito menos disseminada, também a produção técnica e científica brasileira se debruçou sobre feiras livres. Foram estudadas feiras do Sul ao Norte, feirantes e consumidores, sua importância cultural, econômica e, principalmente, seu destacado papel no abastecimento alimentar de qualidade, que estreita os vínculos de feiras com segurança e soberania alimentares. Este é o tema deste artigo, que analisa aspectos destacados nesses trabalhos para estabelecer um panorama da produção brasileira sobre o assunto, anotando regionalidades, similaridades e diversidades das feiras livres brasileiras.

## **2. Metodologia**

Este artigo apresenta um levantamento bibliográfico sistemático de estudos, pesquisas e trabalhos acadêmicos sobre as feiras livres brasileiras; para isso, se ateu às obras possíveis de serem catalogadas em acervos de arquivos, bibliotecas e páginas da rede de computadores. Nestas, as pesquisas se concentraram nas plataformas Capes, Scielo, Google Acadêmico e Google Web. A busca nos acervos foi organizada em termos de palavras-chaves, compreendendo feiras livres, abastecimento, comercialização agrícola, agricultura familiar, segurança alimentar, produção familiar, agroindústria familiar, soberania alimentar.

A referência de delimitação espacial das buscas foram as regiões brasileiras; acreditando que existem diferenças em termos de organização de feiras entre as regiões, os trabalhos foram agrupados a partir dos estados que as compõem; em seguida, os trabalhos foram pesquisados seguindo as palavras-chaves. Na pesquisa na rede foram selecionados em parâmetro que compreendia até a décima página da busca. Em alguns casos os elementos das buscas se mostraram insuficientes, sendo substituídos os locais pesquisados por sinônimos, como “feira livre Rio de Janeiro” por “feira livre carioca” por exemplo; isso possibilitou filtrar trabalhos distribuídos espacialmente de forma aproximada, em cada Estado analisado, pelo número de páginas acessadas.



A coleta dos trabalhos pelos padrões expostos chegou a um total de 434 produções. Esses trabalhos foram então subdivididos a partir de características, isto é: depois de agrupados por regiões, foram classificados pelo veículo de origem, que compreendeu trabalhos publicados em periódicos científicos, resumos e artigos completos de eventos, livros, monografias, trabalhos de conclusão de cursos de especialização, dissertações, teses e relatórios técnicos. O objetivo dessa classificação era analisar as principais formas de propagação do conhecimento técnico-científico sobre feiras livres. Em seguida, os trabalhos foram classificados pelos anos em que foram publicados, a fim de verificar tendências temporais da evolução das pesquisas sobre feiras.

Feito isso, a análise se concentrou na compreensão dos objetivos dos trabalhos, a fim de sistematizar informações sobre os motivos que movem pesquisadores a refletir sobre estes objetos de estudo. Em seguida os trabalhos foram classificados pelo tipo de metodologia empregada, isto é, se os mesmos são quantitativos, qualitativos ou quanti-qualitativos. Por fim, os trabalhos foram organizados a partir da matriz de classificação de áreas de produção da Capes, tanto considerando o primeiro nível (que compreende: Ciências da Vida, Humanidades, Ciências Exatas, Tecnológicas e Multidisciplinar), quanto os critérios classificadores de segundo nível (ou “grandes áreas”) da Capes, que compreende Ciências Sociais Aplicadas, Ciências Humanas, Ciências Agrárias, Ciências Biológicas, Multidisciplinar, Linguística, Letras e Artes, Ciências da Saúde, Engenharias, e Ciências Exatas e da Terra.

Em seguida uma parte da produção foi lida e fichada. Como o volume de produtos é bastante expressivo, houve necessidade de selecionar trabalhos a partir da combinação de três critérios: (i) distribuição regional dos produtos, buscando cobrir todas as grandes regiões do país; (ii) amplitude de abordagem, isto é, que compreendiam a totalidade da feira (sujeitos, dinâmica do mercado, preços, produtos); (iii) relevância, indicada pela quantidade de citações. Evidentemente esses critérios guardam certa dose de subjetividade; por isso, pode ter escapado à análise obras relevantes que, por exemplo, se aprofundem em determinados detalhes, muito antigas ou muito recentes. Procurando evitar esses desvios, fez-se uma reconsideração, tomando como base os resumos dos trabalhos; ao final, foram analisados 50 estudos, constituídos por artigos, dissertações, teses e relatórios, que representam pouco mais de 10% da produção brasileira identificada sobre o assunto.

Esses estudos foram analisados em pontos considerados essenciais nas abordagens sobre as feiras: o perfil de feirantes e as questões de gênero, os tipos de feiras existentes, aspectos culturais, sociais e econômicos. Foram feitos também agrupamentos quando a produção guardava similaridades: processos de escambo, formação de preços, presença de valores identitários nos produtos ou nos feirantes, programas de apoio às feiras livres, importância no abastecimento local, geração de renda para feirantes e técnicas de comercialização empregadas por estes.

A seguir os resultados dessa pesquisa e revisão de literatura são apresentados obedecendo a seguinte ordem. Primeiro, é comentada a importância das feiras, para em seguida classificar a literatura produzida sobre o assunto. Depois os temas mais recorrentes presentes nos trabalhos são agrupados e analisados, compreendendo os tipos de feiras, os tipos de feirantes, gênero, rendas, preços, economia local, técnicas de vendas, identidade dos produtos e, por fim, programas públicos.

### **3. Resultados**

A expressiva quantidade de estudos sobre feiras livres, do mesmo modo que as referências às feiras em manifestações artísticas e culturais, sem dúvida se devem à sua



importância no abastecimento, na geração de rendas, na segurança alimentar e no cotidiano de famílias rurais e urbanas.

Apesar da estrutura de abastecimento urbano constituída pelas redes de supermercados, nos anos 1990 feiras livres abasteciam 51% das famílias urbanas do Brasil (CARMO, 1994). Ao mesmo tempo, feiras se revelaram essenciais para assegurar rendas para pequenos produtores que, de outro modo, teriam escassas possibilidades de ganhos. Feiras asseguram vendas à vista, permitem comercialização com menor custo, estimulam a interação entre produtores e vendedores, permitem ao agricultor o acesso a serviços urbanos (ANGULO, 2002; ANJOS *et al.*, 2005; RIBEIRO, 2007; COÊLHO, 2008).

Mas sua importância no abastecimento alimentar com segurança também é expressiva: consumidores acreditam que alimentos *in natura* vindos do produtor com intermediação reduzida são mais saudáveis, menos contaminados e, ao mesmo tempo, mais sujeitos à interferência do consumidor na definição de qualidade (MALUF, 1999; GODOY, 2005; DIAS JUNIOR, 2015). Assim, feiras não são apenas equipamentos de oferta de alimentos, mas viabilizam a aproximação entre vendedores e compradores destacando a soberania alimentar e cultural (JESUS, 1992; RIBEIRO, 2007). Na verdade, as feiras superam o caráter estrito de comercialização, e cimentam relações econômicas e sociais de proximidade, que institucionalizam espaços que vão para além dos negócios, unindo a esses aspectos a sociabilidade. Cassol (2013), por exemplo, destacou a importância das cadeias curtas de abastecimento alimentar que integram a produção ao consumo dos alimentos, que, além de superar as distâncias físicas da comercialização, estreitam a relação pessoal produtor-consumidor. Ou seja: feiras estimulam a criação de espaços de sociabilidade, tanto quanto laços financeiros (CASSOL, 2013).

Feiras também criam e reproduzem hábitos culturais de consumo, tantos e tão diferenciados quanto as regiões brasileiras porque seus espaços são apropriados por laços de identidade que vão para além das trocas (VERGARA, 2003; PLOEG, 2016). Dessa forma, as feiras podem ser compreendidas como espaços de economia de proximidade, de hábitos culturalizados, de canais marcados pela informalidade dos negócios e pelas relações sedimentadas nos costumes, criando “um verdadeiro encontro entre a cidade e o campo” (ANDRADE, 1987: 103; ver também FORMAN, 2009).

Essa importância das feiras livres evidentemente se manifesta na produção científica. A pesquisa que deu base a este artigo revelou a existência de 434 estudos brasileiros catalogados sobre o tema feiras livres.

Esses estudos usaram canais variados de divulgação: artigos completos publicados em eventos, artigos em periódicos científicos, dissertações, livros, entre outros. A pesquisa apontou que os trabalhos sobre feiras livres usaram como principal meio de divulgação os periódicos científicos, correspondendo a 155 trabalhos; os artigos apresentados em eventos científicos compreenderam 97 trabalhos, e os resumos a 67; dissertações de mestrado representavam 59 trabalhos, e o formato que apresentou a menor quantidade encontrada de trabalhos foi conclusão de curso de especialização: 2. Distribuídos entre as grandes regiões brasileiras, percebe-se que foram feitos mais estudos sobre feiras do Nordeste (44,47%), seguido por Sudeste (18,89%), Norte (13,37%), Sul (12,90%), e por fim, Centro-Oeste, com 10,37% do quantitativo analisado (Tabela 1).



Tabela 1. As fontes e regiões das produções analisadas, números absolutos e percentual

Fonte	SE	S	CO	NE	N	Total	Percentual
Artigos em periódico científicos	33	14	21	66	21	155	35,71
Resumos de trabalhos publicados em eventos	8	10	0	34	15	67	15,44
Artigos completos publicados em eventos	15	18	11	45	8	97	22,35
Livros	4	1	2	6	1	14	3,23
Monografias de cursos de graduação	7	4	1	10	2	24	5,53
Monografias de cursos de especialização	0	0	1	0	0	1	0,23
Dissertações	9	6	9	27	8	59	13,59
Teses	1	3	0	4	1	9	2,07
Relatórios/Documentos técnicos	5	0	0	1	2	8	1,84
Total	82	56	45	193	58	434	100,00

Fonte: pesquisa documental, 2017.

Quanto ao período de publicação, observa-se que os trabalhos sobre feiras livres cresceram abruptamente a partir da década 2000/2010, tendo seu número aumentado nos anos subsequentes. São escassos os trabalhos anteriores ao ano 2000, independentemente do tipo de veículo da produção (Tabela 2). Isso pode ser devido a dois fatores. Primeiro, às fontes pesquisadas, pois trabalhos dos anos 1990 podem não ter sido adequadamente disponibilizados, e por isso foram menos citados em estudos ou na rede. Segundo, e talvez com maior importância, pelo grande crescimento da pesquisa sobre segurança alimentar, agricultura familiar e comercialização ocorrida desde fins dos anos 1990; estes temas foram impulsionados por programas públicos - particularmente o PRONAF, pela criação do MDA e pela legislação específica para agricultura familiar posterior a 2006.

Tabela 2. Período de publicação de trabalhos sobre feiras livres, números absolutos e percentuais

Período	Produção	Percentual%
Anteriores a 1990	4	1
1990-2000	7	2
2000-2010	122	28
Posteriores a 2010	301	69
Total	434	100

Fonte: pesquisa documental 2017.

Quanto aos objetivos dos trabalhos analisados, percebe-se que estes abordaram principalmente espaço, relações e características das feiras (42% deles), e alimentos e grupos de produtos (40%). Mas, também foram importantes objetivos analisar os próprios feirantes (33% dos trabalhos) e os consumidores das feiras (23%). A metodologia dos estudos foi principalmente qualitativa (78% dos estudos), sendo que apenas 13% compreenderam estudos quantitativos e 9% dos estudos combinaram métodos quali e quantitativos.

Esses estudos se concentraram principalmente, considerando as “grandes áreas” da CAPES, nas Ciências Sociais Aplicadas (41%), versando sobre estratégias e formas de comercialização dos produtos nas feiras, trabalho e geração de receitas, entre outros assuntos. Em seguida, foram observados com maior constância os trabalhos de Ciências Humanas



(28%), com estudos das relações socioeconômicas entre feirantes e fregueses, questões culturais e de memória, entre outros. Também existem trabalhos nas Ciências da Saúde (17%), compreendendo questões ergonômicas, saúde e segurança do trabalho nas feiras. Nas grandes áreas de Engenharias, e Ciências e Exatas e da Terra não foram encontrados trabalhos sobre feiras livres.

### 3.1. Tipificação das feiras

A partir da produção de estudos, se percebe que feiras apresentam grande diversidade no território brasileiro. Nelas, as especificidades regionais se manifestam e influem na forma da comercialização dos produtos, nas estratégias de vendas e nas relações socioeconômicas. Em meio às variações, feiras livres podem ser agrupadas por características, mais abrangentes ou mais específicas, compreendendo as categorias descritas a seguir.

#### i. Quanto ao feirante

A frequência na feira livre é o traço diferenciador essencial entre feirantes: estar ou não vendendo todos os dias cria a distinção mais importante. Existem feirantes fixos, que frequentam um mesmo lugar por apenas um dia da semana para vender sua produção (ANGULO, 2002; GODOY, 2005; ANJOS *et al*, 2005). E existem feirantes móveis, que se deslocam, cada dia da semana numa cidade, geralmente vendendo produção alheia; define assim o tipo de feirante mais frequente no Nordeste (GARCIA, 1982; GARCIA JR, 1983; FORMAN, 2009; COELHO, 2008). Mas feiras também podem ser formadas por feirantes fixos num mesmo mercado e ponto de venda durante todos os dias da semana; este definitivamente não é produtor, vende produção alheia, quase sempre é denominado como “feirante”, embora às vezes receba denominações regionais como “atravessador” (GODOY, 2005) ou “mercadante”, no Jequitinhonha mineiro (SERVILHA, 2008; RIBEIRO, 2007).

#### ii. Quanto ao produto

Feiras podem vender produção estritamente rural (“feirinhas” ou “feiras livres”) ou responder pelo abastecimento de áreas urbanas maiores, com presença destacada de atacadistas (“feirões”, de acordo com GARCIA, 1992). No Nordeste as feiras podem ser classificadas em “feira livre”, quando comercializam alimentos vindos da agricultura, ou “feiras de usina”, quando ofertam, além daqueles, produtos industrializados e atende várias localidades próximas (FORMAN, 2009). Podem ainda ser denominadas como “feira urbana de abastecimento” ou “feira do produtor” quando há presença do vendedor direto, ou como “feira de mercado” quando existem intermediários (PAZERA JR, 2003; GUERRA; SOUZA, 2010).

#### iii. Quanto à técnica usada no produto

Nos estudos mais recentes percebe-se nova diferenciação entre feiras livres de abastecimento alimentar. Podem ser classificadas como “convencionais”, que vendem alimentos produzidos sem uso de técnica específica, ou feiras “agroecológicas” ou “orgânicas” que vendem alimentos produzidos com cuidado ambiental (GODOY, 2005; ANJOS *et al*, 2005).<sup>4</sup>

#### iv. Quanto aos setores

O espaço das feiras livres costuma ser segmentado em áreas específicas segundo critérios locais e regionais que delimitam espaços para vendas de produtos idênticos que, portanto, competem entre si. Dessas segmentações, certamente, a mais conhecida é aquela usada nas feiras nordestinas, subdivididas em setores como feira de raízes e ervas; de flores, bolos,

<sup>4</sup> Essa subdivisão foi institucionalizada pela Caisan (Câmara Interministerial de Segurança Alimentar e Nutricional / Ministério do Desenvolvimento Social) que em 2015 catalogou 3.726 feiras brasileiras, encontrando 210 delas com produtos exclusivamente agroecológicas, 1.355 consideradas convencionais com presença de produtos agroecológicos, 2.021 exclusivamente convencionais, e outras 143 sem classificação.



doces, ferragens, fumo, corda, entre outras; entre essas divisões, destaca-se no Nordeste a “feira do mangaio”, o setor de retalho, miudezas e varejo; nessas são vendidas palhadas, argilas, sucatas, sempre produtos de reduzido valor (GARCIA, 1983; IPHAN, 2006; PALMEIRA, 2014; FERNANDES JUNIOR, 2015). Nas feiras paraenses os produtos também se organizam por segmentos: “(...) peixe, a carne, o açaí e a farinha são os alimentos que se destacam e por isso possuem espaços específicos: mercado de carne, mercado de peixe, feira do açaí e feira da farinha” (DIAS JUNIOR, 2015, p. 4).

iv. Quanto ao processo de trocas

Existem também diferenças nos estilos de trocas: regra geral, feiras livres são espaços de venda à vista e preço fixado pelas circunstâncias da concorrência (o “preço que corre”, de acordo com ANGULO, 2002). Mas a literatura registra pelo menos duas variações: o escambo das “feiras do troca-troca”, segmento de uma feira maior, em Caruaru (IPHAN, 2006), e outra que envolve todo o segmento de produtos perecíveis nas feiras do Jequitinhonha, com a troca entre produtores nos momentos finais das feiras de sábados (RIBEIRO, 2007). Outra variação das trocas é temporal: no fim da feira, feirantes de todo o Brasil costumam reduzir drasticamente o preço – lembrando aqui que a qualidade dos produtos perecíveis também já ficou reduzida – para acelerar vendas; em alguns locais este momento é conhecido como “xepa” (PANDOLFO, 1987; COELHO, PINHEIRO, 2009).

### 3.2. Tipos de feirantes

Embora os traços sejam muitas vezes parecidos, os atores que fazem as feiras livres se concretizar a cada semana têm singularidades derivadas de ocupação, renda ou produto. Por isso, dentro da literatura analisada, os participantes das feiras recebem diferentes denominações. Feirantes convencionais, de acordo com Anjos, Godoy e Caldas (2005), ou “tradicionais” (JESUS, 1992) são aqueles que apresentam pouca diferenciação em termos produtivos; geralmente comercializam os mesmos produtos, concorrem entre si, e os autores os subdividem em feirantes produtores e feirantes comerciantes. Feirantes produtores produzem a mercadoria exposta nas suas bancas, ou a maior parte dela (GODOY, 2005; ANJOS *et al.*, 2005; RIBEIRO, 2007; VALENÇA, 2016). Já feirantes comerciantes, ou intermediários, ou mercadantes, são aqueles que adquirem produtos de terceiros (GODOY, 2005; ANJOS *et al.*, 2005; SERVILHA, 2007; RIBEIRO, 2007). Valença (2016) classifica esse tipo de feirante como “mercadores”, por comprar e revender produtos de outros.

Os intermediários têm o papel de criar a ligação “entre a oferta e a demanda, coletando o produto diretamente junto aos produtores, realizando a estocagem, beneficiamento e distribuição ao comércio varejista” (GODOY, 2005, p. 74). Ribeiro (2007) observou que os intermediários são minoria nas feiras livres do Jequitinhonha; já o termo atravessador “costuma estar associado, além dos manufaturados, principalmente a fumo, carnes e parte da indústria doméstica rural” (RIBEIRO, 2007, p. 81). Palmeira (2014), no caso que analisou, percebeu que os intermediários (“retalheiros” ou “retalhistas”) eram vendedores ‘pequenos’, com pouco capital, que compravam mercadorias de sitiantes e vendiam por consignação, sendo também chamados como ‘fregueses de oito dias’; o mesmo autor destaca que nas feiras nordestinas existia a figura do ‘ribrista’, intermediário que comprava o produto do “matuto”. ZANINI E SANTOS (2017) destacam que, quando as feiras são conduzidas pelos agricultores e não por intermediários, estas tendem a ter produtos mais diversificados.

Noutro estudo, Pandolfo (1987) caracteriza o “feirante de fim-de-semana”, definindo assim aqueles que exercem várias atividades na semana mas se ocupam periodicamente da feira, que pode ser considerada uma das suas muitas ocupações.



Diferentemente dos feirantes convencionais, emergiu mais recentemente a categoria dos feirantes ecológicos: feirantes que fazem gestão integrada da produção e venda, de forma a dividir os espaços de comercialização, decidindo questões específicas como a logística e a certificação e mantendo relação fortemente associativa (ANJOS *et al.*, 2005).

Quanto à renda, os feirantes do Vale do Jequitinhonha mineiro costumam entre si se classificar em “fortes” ou “fracos”. Fracos comercializam pequenos volumes, com baixo valor agregado, enfrentam dificuldades de transporte e acesso a água; feirantes fortes têm maior volume de recursos e força produtiva, estabelecendo oferta regular de produção nas feiras (ANGULO, 2002; RIBEIRO, 2007).

Mas feirantes podem também ser categorizados pelos produtos que vendem. E assim existem os “barraqueiros” que dispõem de espaço próprio para vender alimentos preparados (PANDOLFO, 1987), os “feireiros” que comercializavam produtos da agroindústria doméstica como rapadura, goma e farinha, com “a convicção que seus produtos eram os melhores do mundo” (ANTUNES JUNIOR, 1976, p. 182); “raizeiros”, vendedores dos variados artigos medicinais, de forma que nas bancas destes “podia-se comprar também mezinhas para todos os males, tais como ataque, enalho, espinhela caída, mordedura de cobra, tumor e muitos outros” (ANTUNES JUNIOR, 1976, p. 183; ver também SERVILHA, 2007; RIBEIRO, 2007 e ANGULO, 2002); “peixeiros” e açougueiros que comercializam carnes e peixes nos mercados municipais (PANDOLFO, 1987).

Além dessas categorias, as feiras registram a presença de uma série de pessoas ocupadas em funções correlatas ou complementares. Muito importantes são os artistas das feiras, que recriam as culturas populares em forma de cordel, teatro e músicas (PANDOLFO, 1987; GARCIA, 1992). Feiras também atraem camelôs ou ambulantes, vendedores de produtos diferenciados, geralmente não-agrícolas, e que não dispõem de estrutura fixa para as vendas (PANDOLFO, 1987; SOUZA, 2010). A atividade dos ambulantes é, muitas vezes, “um refúgio para todas as pessoas que, estando sem emprego, buscam nesta atividade uma forma de garantir sua sobrevivência” (PAZERA JR, 2003, p. 152). Do mesmo modo, nas feiras com frequência se encontram cambistas de rifas e jogos, com espaço fixo ou circulantes (PANDOLFO, 1987). Feiras exigem, ademais, trabalho de carregadores que auxiliam os clientes no carregamento de compras, geralmente meninos (PANDOLFO, 1987). Segundo Lima (2008), na feira do peixe paraense os carregadores transportam produtos para redes atacadistas e fazem a seleção dos melhores pescados. Existem ainda os freiteiros, que carregam os produtos para serem vendidos nas feiras (LIMA, 2008), e os “arrumadores” ou “chapas”, que segundo SOUZA (2010) descarregam caminhões, e frentistas que prestam serviços de transportes para as bancas dos feirantes. Por fim, feiras costumam ocupar “seguranças de posturas”, para manter a guarda tanto durante a realização e após o fim destas, e também os “rapas” e os “fiscais da feira”, com o intuito de apreender os produtos fora da legalidade (PANDOLFO, 1987).

### 3.3. Gênero

Na literatura sobre feiras, as relações de gênero entre feirantes é assunto controverso. Existem diferenças entre regiões, produtos e, certamente, épocas.

Certamente foi GARCIA (1983; 1992) quem conduziu a reflexão mais sistemática sobre o assunto. A autora observou que as feiras nordestinas são espaços notadamente masculinos, muito embora se notasse na década de 1980 na Paraíba crescimento do número de feirantes mulheres em relação aos homens; estas ocupavam 26% dos pontos de vendas. A autora notou que as feiras refletem a divisão sexual do trabalho das unidades camponesas: ao provedor da família era dada a tarefa de decidir sobre os sistemas de produção e



investimentos, existindo “uma colaboração estreita entre homem e mulher, mesmo quando o trabalho feminino, seja qual for o nível de sua participação, é considerado ajuda” (GARCIA, 1992, p. 3). Mulheres ocupavam somente as bancas de café. Apesar disso, GARCIA (1992) percebeu que há um envolvimento familiar, e que os filhos rapazes dos feirantes, desde novos, são estimulados a participar das feiras, enquanto as moças, ao acompanharem o pai, são admitidas apenas em setores específicos, salvo caso de não haver um menino para ajudá-lo.

Já Heredia (2013), analisando a mesma realidade nordestina, registrou que as mulheres participavam na venda de produtos ‘secundários’, sendo o seu trabalho considerado “ajuda”. A autora notou que ocorreria um processo de desvirtuação da família se a mulher tomasse o posto de chefe da família, observando o mesmo que Garcia (1992, p. 03): “a feira é um lugar em que são medidos não só o valor dos produtos, mas também o valor dos homens”. Esse comentário mostra a estreita associação entre os negócios e os costumes. Heredia (2013) observou que o trabalho de vendas geralmente ficava entregue aos homens; mulheres não podiam vender quaisquer tipos de alimentos, como produtos da agroindústria e feijão, tendo o homem a responsabilidade da comercialização destes produtos, considerados mais importantes para a renda da família; este seria um dos mecanismos para instituir o controle masculino sobre a produção e a qualidade do produto. Segundo Heredia (2013), a mulher não participava da negociação na feira, sendo que “opina apenas quando consultada, o que nem sempre acontece; e no caso de ser solicitada sua opinião, sempre se faz de forma privada, sem a presença de terceiros” (HEREDIA, 2013, p. 56).

Outros autores ressaltaram que nas feiras nordestinas o papel feminino era reduzido, pois mulheres “manipulam mercadorias consideradas menos relevantes, que exigem menor investimento” (PANDOLFO, 1987, p. 108). Desse modo, a divisão familiar costumeira do trabalho no campesinato se transferiria para a feira, que se configurava como “uma atividade definida socialmente como masculina” (PANDOLFO, 1987, p. 108). Palmeira (2014) reforçou: na comercialização e abastecimento familiar persiste a questão do gênero, e “tanto feirar (vender na feira) como fazer feira (comprar na feira) são definidos socialmente como atividades masculinas” (PALMEIRA, 2014, p. 332). Em depoimento, um feirante relata que a atividade de comercializar farinha nas feiras exige muita responsabilidade; portanto, trata-se de uma atividade masculina: “mulher só vende uma coisinha maneira. Mulher não dá para vender farinha, que farinha exige muito cálculo. Não é fácil vender farinha” (PALMEIRA, 2014, p. 333).

O trabalho feminino nas feiras nordestinas, ponderando o viés de época e regiões dos estudos feitos por esses autores, era configurado principalmente como “ajuda”. Mas essas preocupações da atuação da mulher feirante podiam estar ligadas também a outros motivos, entre eles o assédio (SANTOS, 2007).

Godoy (2005) também observou, no Sul do país, que a sucessão dos trabalhos nas vendas em feiras não abrange as mulheres (e esposas); elas assumem apenas quando o esposo abandona o ofício na juventude. Mas existem sutilezas culturais e regionais. Segundo Dias Junior (2015), a figura da mulher aparece de forma predominante nos restaurantes em feiras livres paraenses de Cametá. O mesmo autor observa que nos outros setores das feiras “a presença masculina é absoluta” (DIAS JUNIOR, 2015, p. 13). Na região amazônica, Vargas (2015) observou a participação feminina nas feiras livres, ressaltando o trabalho caracteristicamente familiar na produção. Observou que as agricultoras que atuam nas feiras livres amazônicas geralmente também atuam em outras atividades, lecionando, costurando, cuidando da casa, o que mostra “uma estrutura que está sendo moldada dentro da relação de



gênero, bem como múltiplas atividades, com trabalhos que lhe proporcionem renda fixa, sendo o trabalho da agricultura e feira uma renda extra” (VARGAS, 2015, p. 86).

Já Ribeiro (2007) observou que, no Jequitinhonha, existe uma presença bastante marcante de mulheres feirantes que comercializam alimentos prontos, tais como biscoitos e bolos. Nessa pesquisa, inicialmente, foram adotados cuidados para identificar questões nas relações de gênero; mas os cuidados acabaram por não se justificar, e a perspectiva

foi abandonada em virtude de haver ficado evidente que a maioria dos feirantes produz e comercializa em regime de trabalho familiar; assim, quando a mulher está vendendo na feira, o marido, ausente, trabalha no preparo daqueles produtos, e vice-versa (RIBEIRO, 2007, p. 65).

Para Ângulo (2002), estudando em Turmalina, no Jequitinhonha de Minas Gerais, percebeu a importância da figura feminina na vitalidade produtiva das feiras. Ainda sobre as feiras dessa região, Ribeiro (2007) salientou que mulheres são bases essenciais das feiras, uma vez que muitos produtos são de sua responsabilidade, pesando tanto na produção como na comercialização. Silvestre *et al.* (2011) destacam que as feiras de São Francisco, norte de Minas Gerais, são movidas predominantemente por mulheres, ressaltando sua importância na comercialização e nos ganhos para a família.

### **3.4. Rendas, preços e economia local**

Feiras livres têm grande influência na renda familiar de produtores e vendedores. Herédia (2013), Forman (2009) e Palmeira (2014), por exemplo, observaram a importância do comércio direto na sustentação das unidades familiares. Cassol (2013) observou que a feira era o principal meio de gerar receitas para 48% das famílias feirantes pesquisadas; embora os demais pesquisados tenham deixado claro a importância relativamente menor para seus ganhos, o autor concluiu que a feira “é essencial para a manutenção das famílias do meio rural e na atividade agrícola, posto que seja importante fonte de renda” (CASSOL, 2013, p. 124). Para Godoy (2005) as feiras livres possibilitam que o feirante do Sul do Brasil tenha acesso a rendas elevadas e contínuas, mesmo considerando que geralmente têm pouco estoque de produtos, custos elevados com transporte, e não contam com estruturas especializadas de marketing, como têm as redes varejistas.

Mas, embora sejam importantes, nem sempre essas rendas são expressivas. Forman (2009) observou o nível reduzido de estoques, contrastando, na dinâmica de comercialização, com as estruturas especializadas das grandes redes capitalistas. Em relação à rentabilidade, o autor destaca que as margens são difíceis de serem calculadas; mas, acredita serem estas muito baixas. Outro autor destaca “que fica tecnicamente impossível estabelecer com segurança a renda gerada e consumida por agricultores familiares feirantes, salvo nos raros casos em que ela se origina de uma única fonte monetária” (RIBEIRO, 2007, p. 67). Para Coelho (2008), nas feiras de Cascavel e Ocara, Ceará, são os feirantes que atuam na comercialização de carnes de primeira qualidade aqueles que geralmente conseguem as rendas mais altas; os feirantes que vendem miúdos têm, geralmente, rendas menores. Por outro lado, feirantes que comercializam especiarias com menor valor agregado, como produtos de extração vegetal, são os que conseguem menores rendas das feiras; por isso ganha importância a observação feita por Ribeiro (2007) e Coelho (2008): ambos notaram a grande importância dos programas sociais de transferência de renda para os feirantes, que fazem combinações de recursos a fim de melhorar os ganhos.

Num mercado perfeito como a feira livre, onde os produtos são parecidos e a diferenciação é reduzida, a formação de preços é um jogo que combina muitas variáveis. Segundo Ribeiro (2007), os preços praticados pelos feirantes do Jequitinhonha resultam de uma média dos preços do comércio local e daqueles praticados por outros feirantes; é definido



em cada dia de feira como “o preço que corre”; quer dizer, o preço praticado por todos os vendedores da feira. A fim de tornar seus produtos competitivos nas feiras, feirantes têm o costume de efetuar um levantamento de preços médios praticados por outros feirantes; assim decidem tanto a quantidade a ser comercializada como os preços (Ângulo, 2002). Garcia Jr (1983) destaca que, diante da flutuação intensa de preços, se os produtos não alcançassem os preços esperados, os feirantes os consumiam.

Segundo os autores pesquisados, um dos fatores que influi nas diferenças do preço é o valor agregado, que diferencia o produto dos demais. Há, porém, muita sutileza nisso. De acordo com Antunes Junior (1976), por exemplo, neste mercado competitivo um feirante afirmava que “o preço é este mesmo; ninguém vende um artigo melhor”; mas, na negociação, o feirante deixava clara a diferença do seu produto em meio a outros, que o tornava mais valorizado em relação aos concorrentes (ANTUNES JUNIOR, 1976, p. 182).

Esses diferenciais podem ser de naturezas variadas: matéria-prima, qualificação do produtor, localidade de origem ou técnica de preparo. Mas por outro lado, a variação de preços também pode ter origem na sazonalidade e na escassez ou abundância relativa dos produtos ao longo do dia (ÂNGULO, 2002; RIBEIRO, 2007). Com essa variação dos preços nas feiras, aos finais ocorre a “hora da xepa ou “hora da viração” quando o produto que, no início da feira, custa um preço muito alto para as camadas de baixa renda torna-se, no fim da mesma feira, bastante acessível” (PANDOLFO, 1987, p. 28). Assim, além de variações sazonais, com o passar do tempo da feira os “preços-prontos” caem (MALUF, 1999). De acordo com um estudo,

“os preços podem cair até 50%, pois o feirante não quer voltar para casa com sua produção. Os preços tanto sofrem variações no correr do dia quanto no correr do mês e do ano. Variações ao longo do ano são muito acentuadas; os feirantes conhecem bem essa situação e procuram vender mais rápido e o melhor preço (RIBEIRO, 2007, p. 126).

De forma similar, observando a dinâmica das feiras de Campina Grande, Moraes (2016) notou que, lá, os preços variavam por influência do mercado varejista estabelecido. Segundo o autor alterações podem ser derivadas de influências das práticas dos supermercados e os de outros feirantes, pelos intervalos de horários no decorrer das feiras, além dos comportamentos e negociações com os clientes. Dessa forma, “na construção dos preços, feirantes, fornecedores e clientes participam ativamente tanto no processo de formação dos preços quanto no processo de regulação” (MORAIS, 2016, p. 128).

Outro fator que pode interferir na formação de preços são as pressões dos intermediários sobre os produtores. Segundo Moreira (1992), ao colocar preços mais reduzidos, intermediários forçam os feirantes produtores a seguir a queda, e com receio de terem prejuízos feirantes abaixavam os preços para garantir vendas. Palmeira (2014) também anotou que preços de produtos considerados chaves na feira, como a farinha e cereais, são determinados por atacadistas e comerciantes.

Resumindo os processos de formação de preços analisados por autores de diferentes locais e épocas, é possível concluir que os preços nas feiras livres dependem de oferta, de sazonalidade, de intermediários, do comércio urbano e da qualidade, que pode ser determinada objetiva ou subjetivamente.

Por intermédio dos ganhos das feiras livres as famílias rurais conseguem promover o sustento familiar, em geral pela produção em suas unidades de trabalho; mas a influência dessas rendas vai além do familiar, atingindo as economias locais.

A comercialização da produção agrícola familiar pode ser concebida em relação a circuitos econômicos: segundo Porto (2005), as feiras livres se inserem em “circuitos



inferiores” da economia, fornecendo produtos e serviços artesanais ao consumidor. Segundo a Cepal (2014) feiras livres se inserem em “circuitos curtos”, conhecidos desde os primórdios da história como forma de venda direta ao consumidor. A denominação desses circuitos tem origem na atitude de famílias do Japão que, preocupadas com a industrialização agrícola que massificava a produção, formaram alianças com agricultores de forma a assegurar suas compras com expressiva redução da intermediação (CEPAL, 2014). Maluf (2004), na mesma direção, analisou que a agricultura familiar se insere em circuitos regionais produtivos, integrando tanto os produtores, como cooperativas e associações caracteristicamente familiares. A venda de produtos familiares em feiras por meio dos “circuitos curtos” (ou “mercados de proximidade”) favorece a oferta em melhores condições e também aumenta receitas, permitindo, como mostra outro autor, “realizar localmente o trabalho de venda, concorrendo assim para a manutenção dos empregos no território” (FRANÇOIS, 2000, p. 13).

Por outro lado, as rendas oriundas das vendas dos feirantes entram no circuito monetário local, e suas receitas passam pelas mãos dos comerciantes, ao receberem o pagamento das compras de produtos ou dos serviços efetuados aos feirantes (RIBEIRO, 2007). Outro autor observa que produtos e rendas de feirantes movimentam “os bares, boates, restaurantes, casas lotéricas, lanchonetes, oficinas, salões de beleza e outros estabelecimentos [que] ganham intensidade nos dias de feira” (GUERRA; SOUZA, 2010, p. 130). Dessa maneira, as feiras podem se tornar “um indicador da dinâmica econômica dos municípios” (COELHO, 2008, p. 21), uma vez que as atividades dos feirantes fazem circular receitas nas economias locais.

### **3.5. Técnicas de vendas nas feiras**

Em cada feira livre, feirantes criam maneiras de diferenciar seu produto. Eles desenvolvem técnicas que usam na negociação e que caracterizam as relações socioeconômico nas feiras. Assim, feiras são também palco do saber-fazer da negociação, espaço de aplicação de técnicas específicas de marketing, de estratégias diferenciadas de “quantificações, medições, classificações, comparações, elegendo e utilizando os conhecimentos e instrumentos de que eles [os feirantes] dispõem em seu contexto imediato” (CASTRO e ALMEIDA, 2017, p. 15).

Segundo Menezes (2005), o feirante de Fortaleza aprende essas técnicas cedo. Reproduzem o comportamento da família ou de outros feirantes que transmitem um “conjunto de habilidades que o torna capaz de dominar toda a linguagem e gestos do ato de comercializar, assim como a manipulação correta dos objetos e das mercadorias, ou seja, de como apresentá-las de forma a atrair o freguês” (MENEZES, 2005, p. 61). Para Silva (2008) o aprendizado das estratégias dos feirantes começa pela montagem das bancas, a comercialização, a divulgação audiovisual do produto, e as formas de pagamentos. Já Zanini e Santos (2017) analisaram os sons das feiras, isto é: as palavras e atitudes que “procuram engajar os fregueses nas compras e mesmo nas conversas. Anunciar um produto não é apenas gritar seu nome e preço, mas inseri-lo nas possibilidades de troca que têm lugar no mercado, apresentando-o como algo especial” (ZANINI; SANTOS, 2017, p. 45). Dessa forma, segundo os autores, os feirantes não só se comunicam com os fregueses, mas também entre si, de modo a estabelecer ajuda mútua, resolvendo necessidade de produtos, trocos e informações.

Essas técnicas de vendas são, também, sutis. Feirantes destacam os valores específicos e diferenciados de seus produtos, como observou Antunes Junior (1976): em Lençóis do Rio Verde os erveiros das feiras que, sabendo que seus produtos se tornavam singulares principalmente a partir da percepção subjetiva sobre seus efeitos medicinais, se esmeravam na arte do convencimento sobre seus resultados práticos; defendiam, por exemplo, que “casca de



canela de ema e a catuaba, precisavam ser tiradas na lua forte, num movimento de baixo para cima e levadas na mesma posição da caixa [...] [e] os fregueses acreditavam piamente neles, e isto era fundamental” para as vendas (ANTUNES JUNIOR, 1976, p. 182). Assim, pode-se observar que ocorre uma relação de proximidade entre feirantes e fregueses, que passa pelas informações e conecta campo e cidade, seja por meio dos alimentos ou pela valorização das técnicas produtivas (GODOY, 2005). Este mesmo autor ainda salienta que, embora os fregueses planejem suas compras, são influenciados a adquirir outros produtos pela própria dinâmica das feiras, que destaca bons preços, ofertas e promoções.

Outro procedimento adotado pelos feirantes para potencializar suas vendas é a ocultação dos preços nas bancas, a fim de tornar a interação com os fregueses maior; o preço é divulgado na medida em que os clientes perguntam (MORAIS, 2016). Este autor ainda destaca que, independente da exposição dos preços, os fregueses têm o hábito da pechincha, o que torna a relação feirante-freguês ainda mais próxima. Outra forma de se ganhar a atenção dos clientes, segundo Guerra e Souza (2010), é de o feirante abordar seus clientes ocupando pontos de fluxo de passagem, uma vez que a aproximação destes se torna inevitável. Já Kinjo e Ikeda (2005) ressaltam usos de cores dos produtos para destacar sua oferta e a degustação de produtos nas bancas como forma de estímulo de compras.

Feirantes também criam estratégias de comercialização nas feiras, de forma a combinar os dias da semana, a fim de reduzir os impactos sobre produtos mais perecíveis. A pesquisa de Palmeira (2014), por exemplo, mostrou que os feirantes pernambucanos pesquisados admitiam variações de preços tanto nas mesmas bancas como entre uma e outra, de modo a nunca acontecer de um produto voltar para casa. Outra estratégia consiste no esforço para vender muito nos primeiros horários da manhã, evitando a queda de preços que ocorrerá com a chegada mais tardia de caminhões de intermediários (PALMEIRA, 2014). As escolhas pelos dias de realização das feiras também são importantes nas vendas: as feiras nas áreas canavieiras ocorriam aos domingos para acolher os trabalhadores que trabalham seis dias por semana; já igrejas interferem para que feiras ocorram em outros dias da semana, para não coincidir com celebrações do domingo (GARCIA, 1992). Outra estratégia de comercialização observada foi na feira cearense de Aprazível, onde os feirantes têm acesso a uma revista local e, a preços razoáveis, divulgam os seus produtos para ampliar suas vendas (PARENTE, 2015). Nessa mesma localidade ocorre ainda a divulgação da feira por meio de motocicleta com alto-falante, exaltando seus produtos e os períodos de realização.

Castro e Almeida (2017) destacam a “lógica do troco” nas feiras: são feitos arredondamentos de preços ou descontos, principalmente em momentos que os feirantes não dispõem de troco para o freguês. Desse modo, feirantes desenvolvem um sistema matemático diferenciado, denominado por alguns autores de “saber etnomatemático”, em que “os feirantes mostram, em suas atividades, conhecimentos matemáticos que vão além do seu nível de escolaridade” (CASTRO E ALMEIDA, 2017, p. 14). Gayer *et al.* (2009) citam o raciocínio “sessenta igual a um”, usado para contabilização numérica, formando-se “lotes produtivos”. O mesmo autor ainda destaca “a parte ruim da conta”, que consiste na operação de isolamento do cálculo dos valores decimais das compras dos fregueses; depois os decimais voltam a ser inseridos na conta, para torná-los o mais próximo possível de números inteiros.

Em relação às formas de crédito, um autor ressalta que feirantes do Jequitinhonha estabeleciam acordos com seus fregueses, determinando prazos de pagamentos para produtos, que eram efetuados tanto ao final do dia nas feiras ou até uma semana depois (ÂNGULO, 2002). Ribeiro (2007) ainda analisou que os produtos nas feiras do Jequitinhonha eram pagos à vista; dependendo do tipo do freguês uns poucos feirantes ofereciam crédito. Para Coelho



(2008), os feirantes que compram produtos para revenda fazem pagamento após as vendas (no “apurado”).

Mas em feiras livres, além de vendas, acontecem trocas. Existe grande movimento nas feiras do “troca-troca” de Caruaru, com a presença tanto dos produtores como de intermediários nas trocas de produtos sempre de segunda mão, que vão de bolsas a produtos eletrônicos; de muitos desses produtos trocados pouco ou nada se sabe sobre a procedência (IPHAN, 2006). Na pesquisa de Angulo (2002), no Jequitinhonha, o autor destacou que a produção que sobra nas feiras livres tem como destino as trocas, que ocorrem tanto na própria feira como nas comunidades rurais. Já Ribeiro (2007), na mesma região, compreendeu que no espaço das feiras os feirantes trocam e se abastecem de produtos que não estão disponíveis em seus roçados: “quase todos os vegetais consumidos são cultivados no sítio, e aqueles que não o são, podem ser adquiridos por troca no dia da feira com outros produtores” (RIBEIRO, 2007, p. 105). O sistema de troca não necessariamente envolve produtos do mesmo gênero: “troca-se, por exemplo, uma medida de farinha de mandioca por rapadura, duas medidas de farinha de mandioca por um quilo de carne” (RIBEIRO, 2007, p. 128).

E as trocas que acontecem nas feiras não são apenas econômicas, abrangem variadas formas, principalmente no relacionamento entre feirantes e fregueses. Nessa relação, observou um autor, “há a hospitalidade (...) em forma de dádiva, o freguês ganha sua segurança e comodidade, o vendedor ganha a sua venda e os dois ganham a amizade” (DIAS JUNIOR, 2015, p. 10). No município de Araçuaí, no Jequitinhonha, Servilha (2008) percebeu que as feiras livres, na verdade, processam trocas materiais e simbólicas. Trocas materiais são aquelas que envolvem alguma mercadoria, serviços ou ainda presentes; já trocas simbólicas são aquelas que envolvem bens intangíveis, isto é, relações sociais como as prosas, as informações, as histórias de vida. Nesse sentido, existem trocas materiais com funções simbólicas, quando o feirante troca uma ação ou serviço permeando dificuldades pessoais e familiares ou agrados; as trocas estritamente simbólicas, que são aquelas envolvendo apenas a sociabilidade nos espaços das feiras, sendo tanto de informações como os casos pessoais; e por fim, as trocas simbólicas por razões materiais. Dessa forma, as relações sociais dentro do espaço da feira são construídas travestidas de assuntos comerciais, como estratégias dos feirantes para atrair seus clientes para adquirir seus produtos (SERVILHA, 2008).

### **3.6. Identidade dos produtos das feiras livres**

Quando as sociedades se globalizam, contraditoriamente se manifesta a tendência para que se tornem também mais territorializadas. Isso significa que passam a valorizar produção local, inclusive e talvez principalmente alimentos costumeiros que se tornam marcas pessoais, identitárias e geográficas. Por isso, com a ampliação dos circuitos mundiais de trocas e a liberalização de comércio característica dos anos 1990, os mercados locais e particularmente as feiras livres vêm se tornando espaços cada vez mais importantes para vendas, locais específicos e voltados para o abastecimento adaptado às demandas culturais locais, associadas fortemente à soberania alimentar (ZUIN & ZUIN, 2008; WILKINSON, 2008; PECQUEUR, 2009). Exemplo disso, como mostra Ribeiro (2007), é o fato de que produtos comercializados em feiras se destacam pela sua origem familiar e cultural local, que garante agregação de valor cultural e se tornam referências de qualidade local.

A criação das pautas locais de alimentação pode ter suas particularidades. De acordo com Zuin e Zuin (2008), os alimentos que as pessoas consomem na infância passam a fazer parte da memória alimentar; Cassol (2013) destacou que produtos com procedência territorial são diferenciados, atribuindo-se valor que vem das relações de confiança com o produtor: “valores como reputação, honestidade e amizade são os mais relevantes. A qualidade, neste



sentido, é atestada pela interação pessoal estabelecida entre o consumidor e o produtor no momento da venda” (CASSOL, 2013, p. 58).

A formalização dessas relações pode se transformar em processos socioeconômicos organizados sob a forma de selos de certificação, como o de Indicação Geográfica (IG) e o de Denominação de Origem (DO). O segundo é menos complexo e formalizado que o primeiro, pois as informações necessárias são mais simples; porém esses selos exigem certa adaptação dos agricultores às normas e exigências de agências reguladoras. Para isso, conforme salientam Zuin e Zuin (2008), produtos territorializados devem procurar certificações de Indicações de Procedência (IP).

Porém, essas certificações apresentam um alto custo para a produção rural familiar, e mais frequentemente essas denominações se constroem na informalidade, compreendendo alimentos costumeiros, produtos “coloniais” ou “produtos da fazenda”, que não passam por monitoramento de agências públicas nem por registro de marcas, mas são sustentadas pelas relações de confiança entre consumidores e produtores. Essa certificação informal se manifesta por exemplo nos “produtos coloniais” que são “comercializados predominantemente nas regiões Sul e Sudeste” (ZUIN; ZUIN, 2008, p. 107). Esses produtos coloniais, da roça, entre outros termos, como salienta Maluf (1999), se caracterizam por qualidades próprias associadas ao sabor e procedência, que asseguram o valor agregado a esses produtos. Uma certificação caracteristicamente desse estilo é o “Selo Sabor Gaúcho”, que além de mostrar a origem dos produtos, se embasa na produção agroindustrial familiar, além de seguir uma série de normas legais, sociais e sanitárias (SDR, 2017).

Nas feiras, esses processos de valorização da regionalidade e do saber-fazer se constroem no cotidiano das trocas entre produtores e consumidores, que estipulam informalmente a valorização das características, levando em consideração a força do produto na região, destacando aspectos como gosto, origem, matéria prima e produtor. Segundo Ribeiro *et al.* (2011), os padrões de qualidade local sofrem variações determinadas pelas preferências mescladas dos clientes e dos feirantes, que se relacionam e “negociam” seus gostos específicos pelos produtos comercializados, com critérios diferenciadores, tendo a sua fama interligada à sua palatabilidade:

a goma é aprovada quando apresenta gosto azedo e textura fina, tem que dissolver na boca. A farinha tem que ficar úmida no mesmo momento em que entra em contato com a língua; se a secura persistir, a farinha não presta. A qualidade da rapadura se conhece pelo doce, que deve no começo lembrar a cana e no final, o mel, mas não pode nunca trazer ao final travo de sal (RIBEIRO *et al.*, 2011, p. 14).

Esses autores ressaltam que, dadas as características de gosto dos seus produtos, os feirantes conseguem acessar com exclusividade um mercado específico de comercialização. Visto que seus produtos atendem particularidades alimentares locais, a feira se torna um nicho peculiar, defendido de invasores e dominado por especialistas em determinados produtos, de gosto e qualidade socialmente reconhecidos (RIBEIRO *et al.*, 2011).

Assim, de acordo com a qualidade percebida pelos fregueses, os produtos passam a ser lembrados, procurados nas feiras, tornando único o seu nome, que passa a se atrelar à comunidade em que é produzido (ÂNGULO, 2002; RIBEIRO, 2007). Dessa forma, segundo os autores, muitos agricultores familiares/feirante do vale do Jequitinhonha são reputados pelos produtos de qualidade, garantindo sua fama pelo “capricho” (ÂNGULO, 2002) empregado na manufatura dos seus produtos: “alguns deles se dedicam apenas à farinha, de milho e mandioca. Assim conseguem ter uma freguesia constante e se tornam bem conhecidos, seu produto é procurado todo final de semana” (RIBEIRO, 2007, p. 127). O



capricho, segundo o autor, se refere às concepções dos produtores e consumidores referentes a qualidade, influenciados pela boa aparência, higiene e sabor dos alimentos, que às vezes podem se chocar com a aparência. Por outro lado, inversamente, consumidores podem não criar certos vínculos afetivos com produtos comercializados nas feiras se os consideram iguais a outros; dessa forma, alguns produtos podem se tornar “facilmente substituíveis”: “[os consumidores] não querem escolher o produto ‘perfeito’, mas [um produto] bom o suficiente para satisfazê-los” (KINJO; IKEDA, 2005, p. 9).

A diversidade de produtos culturais e locais, como vassouras, farinhas, doces e verduras produzidas em diferentes municípios do vale do Jequitinhonha são procuradas pelos consumidores de produtores bastante específicos. A “fama” do feirante indica um “produtor caprichoso; o capricho é valorizado pelo consumidor, é considerado um dos principais atributos para aquisição de determinado produto” (RIBEIRO, 2007, p. 81). Para Maciel (2005), esses alimentos reconhecidos culturalmente podem até mesmo ser estigmatizados em determinados estratos sociais; exemplo disso é o consumo de água com farinha (“tibé”), que para alguns segmentos indica sinais de carência familiar; para outros é um alimento cultural.

Os gostos locais se manifestam na comercialização dos produtos nas feiras, como a espessura dos tipos de farinhas ou o processo empregado (HEREDIA, 2013). A diversidade de alimentos no país é muito grande, e alguns produtos ultrapassam o nicho do mercado local e adquirem dimensão nacional, em decorrência de “algo culturalmente construído, o gosto” (MACIEL, 2005, p. 53). Cassol (2013) também observou que, na feira, a aquisição e o consumo dos produtos estava ligado às suas origens. O autor notou que, para os clientes dos feirantes, “as relações pessoais já são suficientes para atestar a qualidade dos produtos” (CASSOL, 2013, p. 40).

Assim como variam os produtos em sua especificidade, o sistema de peso e medida dos produtos também costuma ser peculiar; exemplo é o sistema de pesagem das mercadorias que nem sempre segue padrões. Nas feiras de Itabaiana, Pazera Jr (2003) assinalou que os feirantes utilizavam o litro ou a cuia para a pesagem de farinha. Da mesma forma, Moreira (1992) destacou que são diversos os sistemas de medição de produtos, passando pela arroba e o celamin, que existiam nas feiras livres de Feira de Santana, e não guardavam correspondência com o sistema métrico decimal:

Café, farinha de trigo, algodão, açúcar, tocinho, cacau, ‘carne verde’ (carne fresca), etc. eram comprados/vendidos a *arroba*. Farinha de mandioca, arroz, feijão, sal, ao *alqueire*. Óleo, cachaça, vinagre e outros líquidos eram comercializados a *canadas*; chá e manteiga a *libra*. Usava-se o *celamin* (ou *selamim*), também chamada *litro*, além das medidas lineares *vara* e *côvado* (MOREIRA, 1992, p. 196).

Sobre os sistemas de medição, Souza (2010) destacou a existência de unidades específicas na feira de São Joaquim, Bahia. Eram utilizadas como métricas “molho, bacia, pote, caxixe, cesto, balde, xícara de chá, de café, copinho plástico de café, latinha, saquinho, saco, saca, talhada, dúzia, feixe ou maço, rede, monte, copo de vidro, cumbuca, garrafa pet, lata, latinha, litro etc” (SOUZA, 2010, p. 212). Por meio deles, são feitas medidas adaptadas, costumeiras, que quantificam e precificam mercadorias.

Essa interação forte entre a localidade, o produtor e o produto tem sido muito destacada na abordagem dos Sistemas Agroalimentares Localizados (SIAL). Pecqueur explica que os alimentos e as redes de proximidade com os produtores formam os SIAL, que têm forte ligação com o território e o saber-fazer dos agricultores. Dessa forma, com a criação de valor atribuída aos processos de produção ou matérias primas específicas, os produtos e produtores, agentes e recursos naturais, o “próprio território torna-se produto a ser vendido”



(PECQUEUR, 2009, p. 88). Assim, conclui-se que existe uma relação entre esses produtos ‘afamados’ das feiras livres que compõem uma “cesta de bens culturais”; a relação é criada por “produtos ou serviços oriundos de diferentes produtores e de lugares de um mesmo território e seu consumo não é necessariamente simultâneo” (PECQUEUR, 2003, p. 144).

### **3.7. Programas públicos de apoio**

As feiras livres, segundo Ribeiro *et al* (2004), são espaços propícios para a criação de programas voltadas para a agricultura familiar, tendo em vista a sua interação com a agricultura familiar, o abastecimento e as economias locais. É possível criar programas voltados as feiras livres; em geral a principal ação é o transporte, mas não se restringem a essas ações, sendo possível a criação de políticas voltadas para crédito, produção, certificação de origem, entre outros (RIBEIRO *et al*, 2004).

Experiências para o fortalecimento de coalizão entre feirantes, como que ocorrem na Associação de Feirantes de Ver-o-Peso (AFVP), a Associação dos Feirantes de Turmalina (AFTUR), entre tantas outras, mostram que os espaços criados pelos próprios feirantes para debater questões referentes às feiras, podem se tornar verdadeiros laboratórios para criação de políticas públicas específicas, enraizadas nos atores que nela atuam.

Outros programas públicos de fomento às feiras no Brasil são encontrados por iniciativa do poder público municipal, com os chamados “Vale Feira”, como em Marataízes (ES) e Itapemirim (ES), fornecendo alimentos da feira à população vulnerável; e outros com benefícios para os servidores públicos municipais, como ocorre em Bom Retiro do Sul (SC) e Içara (SC), que mensalmente usam o benefício com compras de feirantes.

### **4. Conclusões**

Estudos feitos no Brasil mostram a riqueza econômica e cultural das feiras livres de todo o país. Alimentam a população, fortalecem a identidade, vitalizam circuitos próximos de troca com forte repercussão na pegada ecológica dos alimentos. Apesar disso, os programas públicos criados para apoiar as feiras têm sido muito tímidos: ações municipais, iniciativas pontuais, que estão muito longe de equiparar à escala abrangente do alcance das feiras livres. Esta é uma lacuna séria que precisa ser corrigido para assegurar soberania e segurança alimentar, para garantir o fortalecimento das muitas “províncias” alimentares que existem e se multiplicam pelo Brasil.

### **5. Referências bibliográficas**

- ANDRADE, M. C. Geografia econômica. São Paulo: Atlas, 1987.
- ANGULO, J. L. G. Mercado local, produção familiar e desenvolvimento: estudo de caso da feira de Turmalina, Vale do Jequitinhonha, MG. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Federal de Lavras, Lavras, 2002.
- ANJOS, F. S.; GODOY, W. I.; CALDAS, N. V. As feiras livres de Pelotas sob o império da globalização: perspectivas e tendências. Pelotas: Editora e Gráfica Universitária, 2005.
- ANTUNES JUNIOR, D. Lençóis do Rio Verde: crônica do meu sertão. Belo Horizonte: Editora Comunicação, 1976.
- CARMO, M. S. Reestruturação do sistema agroalimentar no Brasil: a diversificação da demanda e a flexibilidade da oferta. Tese (Doutorado em Economia) – Instituto de Economia, UNICAMP, Campinas, 1994.
- CASSOL, A. P. Redes agroalimentares alternativas: mercados, interação social e a construção da confiança. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – UFRGS, 2013.
- CASTRO E ALMEIDA; S.P.N. Práticas etnomatemáticas em uma feira livre. Educação matemática em revista. Revista da Sociedade Brasileira em Educação Matemática. Ano 22, nº 54, junho 2017.



- CEPAL. Fomento de circuitos cortos como alternativa para la promoción de la agricultura familiar. Boletín CEPAL/FAO/IICA, 2014. 14 p.
- COELHO, J.D. Feiras livres de Cascavel e Ocara: caracterização, análise da renda e das formas de governança dos feirantes. Dissertação (Mestrado em Economia Rural) – Universidade Federal do Ceará. Fortaleza, 2008.
- COELHO, J.D.; PINHEIRO, J.C.V. Análise das formas de governança dos feirantes que atuam nas feiras livres de Cascavel e Ocara, no Ceará. In: Anais do XLVII Congresso da SOBER - Sociedade Brasileira de Economia e Sociologia Rural, 2009.
- DIAS JUNIOR, C.A.C. Comer na feira: consumo alimentar e cultura na feira municipal de Cametá – Pará. In: Anais da V Reunião de Antropólogos do Norte e Nordeste – RABANNE e XIV Reunião Equatorial de Antropologia – REA, Alagoas, UFAL, 2015.
- FERNANDES JUNIOR, J.V.M. Da feira de mangaio aos pequenos negócios da atualidade: as dimensões plataforma e relacionamento em empresas de artigos do vestuário e acessórios Alto Oeste Potiguar. Cadernos de inovação em pequenos negócios: Comércio. Sebrae, CNPq, v. 3, n. 3 (2015) – Brasília: Sebrae, 2015.
- FORMAN, S. Camponeses: sua participação no Brasil. Rio de Janeiro: Centro Edelstein de Pesquisas Sociais, 2009.
- FRANÇOIS, M. Ligação entre ações de desenvolvimento da economia rural. Circuitos curtos ou circuitos longos? Caderno nº7 – Observatório Europeu Leader: Julho, 2000.
- GARCIA, M.F. Negócio e campesinato: uma estratégia de reprodução social. Boletim do Museu Nacional. Antropologia, n. 45. Rio de Janeiro, 1983.
- \_\_\_\_\_. O segundo sexo do comércio: camponesas e negócio no Nordeste do Brasil. Revista Brasileira de Ciências Sociais. v.7, n.19. Rio de Janeiro: Anpocs, 1992.
- GARCIA JR, A.R. Terra de trabalho – trabalho familiar de pequenos produtores. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.
- GAYER, I.; RAMOS, D.G.; DUARTE, C.G. Os saberes matemáticos do “mundo da agricultura e da feira livre”, calculando uma grande plantação: 250 dúzias de alfaces? “sessenta igual a um” e a parte “ruim da conta”. In: Anais do X Encontro Gaúcho de Educação Matemática, Ijuí/RS, 2009.
- GODOY, W.I. As feiras-livres de Pelotas, RS: Estudo sobre a dimensão de um sistema local de comercialização. Tese (Doutorado) – Universidade Federal de Pelotas, 2005.
- GUERRA, G.A.D; SOUZA, C.A.M. Relatório de Pesquisa – Feiras em Altamira, Pará: Confluências de universos de significação. Amazônica - Revista de Antropologia, Belém, v. 2, n. 1, p. 116-131, 2010.
- HEREDIA, B.M.A. A morada da vida – Trabalho familiar de pequenos produtores no nordeste do Brasil. Rio de Janeiro: Centro Edelstein de Pesquisas Sociais, 2013.
- INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL (IPHAN). Dossiê: Feira de Caruaru – Inventário Nacional de Referência Cultural, 2006. Disponível em: <[http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/Dossie\\_feira\\_de\\_caruaru.pdf](http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/Dossie_feira_de_caruaru.pdf)>. Acesso em 20 de agosto de 2017.
- JESUS, G.M. O lugar da feira livre na grande cidade capitalista: Rio de Janeiro, 1964-1989. Revista Brasileira de Geografia, Rio de Janeiro, v.54, n.1, p. 95-120, jan./mar, 1992.
- KINJO, T.; IKEDA, A.A. Comportamento do consumidor em feiras livres. In: Anais do XLIII Congresso da SOBER, Ribeirão Preto, 2005.
- LIMA, M.D. Ver-o-peso, patrimônio (s) e práticas sociais: uma abordagem etnográfica da feira mais famosa de Belém do Pará. Dissertação (Mestrado em Antropologia) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Pará, Belém, 2008.



- MACIEL, M.E. Olhares antropológicos sobre a alimentação: identidade cultural e alimentação. In: CANESQUI, A. M.; GARCIA, R.W.D. Antropologia e nutrição: um diálogo possível. Rio de Janeiro: Editora FIOCRUZ, 2005.
- MALUF, R.S. Ações públicas locais de abastecimento familiar. *Papers Pólis* 99, v.5, 43 p., 1999.
- MALUF, R.S. Mercados agroalimentares e a agricultura familiar no Brasil: agregação de valor, cadeias integradas e circuitos regionais. *Ensaio FEE*, Porto Alegre, v.25, n.1, p. 299-322, 2004.
- MENEZES, V.P.L. *As feiras-livres em Fortaleza* - retrato da polissemia urbana. Dissertação (Mestrado) – Centro de Ciências, Universidade Estadual do Ceará. Fortaleza, 2005.
- MORAIS, F.A. Dignidade nas relações entre Stakeholders no mercado da feira livre de Campina Grande: um estudo etnográfico. Tese (Doutorado em Administração de Empresas) – Universidade Presbiteriana Mackenzie - São Paulo, 2016.
- MOREIRA, V.D. Projeto memória da Feira Livre de Feira de Santana: origens e secularidades. *Sitientibus*, Feira de Santana 3(5): 171-176, jan/jun. 1992.
- PALMEIRA, M. Feira e mudança econômica. Brasília: *Vibrant*, 2014.
- PANDOLFO, M.L.M. Feiras de São Cristóvão - A reconstrução do nordestino num mundo de paraibas e nortistas. Dissertação (Mestrado) – Fundação Getúlio Vargas. Rio de Janeiro, 1987.
- PARENTE, A.M.M. Se o novo já é velho, imagine o antigo? Formação e territorialidades da feira livre de Apazível, Sobral, CE. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade Estadual Vale do Acaraú. UEVA, 2015.
- PAZERA JR, E. A feira de Itabaiana – PB: permanência e mudança. Tese (Doutorado em Geografia) – Universidade de São Paulo, FFLCH. São Paulo, 2003.
- PECQUEUR, B. A guinada territorial da economia mundial. Dossiê Desenvolvimento Territorial Sustentável: Parte 2. Política & Sociedade (UFSC). *Reinventando a Economia*, v. 8, n. 14, 2009.
- \_\_\_\_\_. A qualidade e desenvolvimento territorial: a hipótese da cesta de bens e de serviços territorializados. *EISFORIA* – v.1, n.1 (jan./jun. 2003). Florianópolis: PPGAGR, 2003.
- PLOEG, J.D. Mercados aninhados recém-criados: uma introdução teórica. IN MARQUES, F.M, CONTERATO, M. & SCHNEIDER, S. *Construção de mercados e agricultura familiar*. Porto Alegre, Editora UFRGS, 2016.
- PORTO, G. C. S. Configuração sócio-espacial e inserção das Feiras Livres de Itapetinga-BA e arredores no Circuito inferior da economia. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade Federal da Bahia, Instituto de Geociências, 2005.
- RIBEIRO, E.M. (org.) *Feiras do Jequitinhonha: mercados, cultura e trabalho de famílias rurais no semiárido de Minas Gerais*. Fortaleza: Banco do Nordeste do Brasil/UFLA, 2007.
- RIBEIRO, E.M.; AYRES, E. C. B.; GALIZONI, F. M.; ALMEIDA, A. F.; ASSIS, T. R. P.; MOREIRA, T. M.; FONSECA, V. M.; CARVALHO, A. A. O engenho na mesa: indústria doméstica e soberania alimentar no Jequitinhonha mineiro. *Revista Agriculturas: experiências em agroecologia*, v.8, n.3, 2011.
- RIBEIRO, E. M. et al. Agricultura Familiar, cultura local e políticas públicas: o caso dos lavradores do Alto Jequitinhonha. In: XI Seminário sobre Economia Mineira, 2004. Anais.
- SANTOS, H.R. Vidas nas fronteiras. Práticas sociais e experiências de feirantes no Recôncavo Sul da Bahia. Santo Antonio de Jesus 1948-1971. Dissertação (Mestrado em Cultura, Memória e Desenvolvimento Regional) – Universidade do Estado da Bahia, 2007.



---

SECRETARIA DO DESENVOLVIMENTO RURAL, PESCA E COOPERATIVISMO – SDR. Programa Estadual da Agroindústria Familiar. Manual Operativo. Governo do Estado do Rio Grande do Sul, 2017.

SERVILHA, M.M. As relações de trocas materiais e simbólicas no mercado municipal de Araçuaí-MG. Dissertação (Mestrado), Universidade Federal de Viçosa, 2008.

SILVA, M.G. Feira de São Bento em Cascavel – CE (Festa a Céu Aberto). Dissertação (Mestrado em Sociologia), UFC, Fortaleza, 2008.

SILVESTRE, L.H.A.; RIBEIRO, E.M.; FREITAS, C.S. Subsídios para a construção de um programa público de apoio à feira livre no Vale do São Francisco, MG. *Organizações Rurais & Agroindustriais*, v. 13, n. 2, p. 186-200, 2011.

SOUZA, M.N.C. A teia da feira: um estudo sobre a feira-livre de São Joaquim, Salvador, Bahia. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – Universidade Federal de Bahia, 2010.

VALENÇA, T.G. Circuito carioca de feiras orgânicas: um olhar geográfico sobre a expansão da comercialização de alimentos orgânicos na cidade do Rio de Janeiro. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2016.

VARGAS, R.M.B. As feiras de produtos regionais: uma transformação do habitus na mulher agricultora familiar. Dissertação (Mestrado em Ciências do Ambiente e Sustentabilidade na Amazônia) – Universidade Federal do Amazonas, 2015.

VERGARA, G.S. *Ferías libres: espacio de soberanía*. Santiago: Ediciones SUR, 2003.

ZANINI, M.C.C.; SANTOS, M.O. Feiras, feirinhas e feirões: a “economia dos centavos” em foco. São Leopoldo: Oikos, 2017.

ZUIN, L.F.S.; ZUIN, P.B. *Produção de alimentos tradicionais: extensão rural*. Aparecida, SP: Ideias & Letras, 2008.

WILKINSON, J. *Mercados, redes e valores*. Porto Alegre, Editora UFRGS, 2008.