

# A FEIRA

## ESPACIALIDADES E TEMPORALIDADES DE UMA MODALIDADE DE COMÉRCIO ANTIGA

*“Estas cidades são ‘mais mercados do que cidades’, ou melhor, mais feiras do que cidades, mas, cidades ou mercados, mercados ou cidades, feiras ou cidades, cidades ou feiras, é tudo a mesma coisa [...]”*  
(BRAUDEL, 1997, p. 461)

Este capítulo tem caráter introdutório e constitui uma recuperação, embora sucinta, dos estudos sobre a feira como fenômeno histórico e geográfico vinculado ao mercado e à cidade. Evidentemente é um estado da arte, elaborado com esteio em algumas obras, de Aristóteles (2011); Bakhtin (1987), Benevolo (1997); Braudel (1987, 1997, 1998), Burke (2010), Dobb (1976), Engels (1986), Huberman (2010); Le Goff (1989, 1992, 1998), Marx (1996, 2007), Mumford (1998), Pirenne (1965,1971), Thomas (1993) e Weber (1967).

Na busca de elementos explicativos necessários à condução de uma base conceitual, perfilhamos como metodologia do capítulo a prática interdisciplinar no campo das Ciências Sociais. Embora os autores considerados cuidem de realidades europeias, sobretudo, de temporalidades muito distantes, indo do Período Antigo à transição do modo de produção feudalista para o capitalista, é possível detectar aspectos comuns concernentes às representações da feira no passado e sua realidade atual. Assim, ao verificarmos as configurações atuais, percebemos que nelas estão contidas estruturas e modalidades passadas, em um jogo dialético entre expressões globais e experiências locais mais particularizadas.

Com base nesse entendimento, fomos estabelecendo um alicerce conceitual concernente às noções de feira, mercado e cidade. Iniciamos este capítulo com

a análise da relação entre as feiras e o mercado na constituição do urbano, para, em seguida, adentrarmos o recorte que compreende a expressão econômica e cultural das feiras livres no Nordeste brasileiro e, posteriormente, a convergência da explosão do comércio de confecções nesses formatos tradicionais de comércio como são as feiras nordestinas.

## 2.1 A ORIGEM DAS FEIRAS E SUA RELAÇÃO COM O MERCADO E A CIDADE

A feira, como uma conformação de comércio, tem origem na Idade Média, especificamente, no período do renascimento do comércio, com o aumento da circulação de mercadorias entre as cidades e o campo. Referindo-se às feiras, Pirenne (1965) as considera como um dos fatos de maior relevância na organização da economia da Idade Média, existindo em vários países e tendo grande expressão até o final do século XIII. As feiras abundavam “[...] nos diferentes lugares, os mesmos caracteres, de modo que podem ser consideradas como um fenômeno internacional inerente às condições mesmas da sociedade europeia. A época do seu apogeu foi a do comércio errante” (PIRENNE, 1965, p. 103).

A concentração demográfica e a aglomeração comercial formaram historicamente as cidades medievais<sup>1</sup>. Como aduzem Netto e Braz (2006), o desenvolvimento do comércio provocou mudanças profundas na estrutura feudal, com destaque, principalmente, para a figura dos comerciantes e mercadores, grandes concentradores do capital mercantil. De outro modo, o desenvolvimento da atividade comercial em regiões mais afastadas estimulou “[...] o surgimento de *idades*, num original movimento urbanizador, pois é nas cidades que os núcleos das redes comerciais se localizarão (Veneza, Colônia, Bruges, Londres)” (NETTO; BRAZ, 2006, p. 70).

Se recuarmos ao Período Antigo, ou seja, à organização da *Pólis*, à Cidade-Estado, vamos constatar a importância do comércio, como assinala Benevolo (1997), na constituição das cidades helênicas. Naquele período, não só as relações civis, mas também as comerciais já eram realizadas nos espaços ao ar livre, na *Ágora*, que também era uma praça de mercado, ao servir à mesma função, ou seja, à troca tanto de informações e decisões quanto de produtos

---

<sup>1</sup> Lewis Mumford (1998, p. 343) acentua que um dos sinais que apontou para o final da Idade Média foi quando “A religião cedeu lugar ao comércio, a ‘fé’, ao ‘crédito’”. Corroborando, ainda, essa asserção, Jacques Le Goff ensina ser a cidade medieval um centro econômico, uma aglomeração cujo centro principal é o mercado em vez da catedral. Para ele, uma das características imprescindíveis da mudança da cidade medieval foi a “[...] distinção entre grandes mercadores que se dedicam ao comércio a longa distância e pequenos comerciantes” (1989, p. 172).

a serem comercializados ou permutados. A *Pólis* constituía o espaço comum onde se manifestava a liberdade coletiva, embora existisse a liberdade individual (BENÉVOLO, 1997).

A subsistência na cidade, ou seja, a obtenção de alimentos, ocorria no primeiro momento de maneira diversa, de modo que a “[...] vida nômade, a pilhagem, a pesca, a caça: são esses os meios empregados por todos esses povos para obter a subsistência, buscando-a no que lhes oferece a natureza, sem as trocas nem o comércio” (ARISTÓTELES, 2011, p. 66).

A necessidade de trocas fez surgir outras feições de comércio no momento em que a *arte de aquisição de bens* para prover o necessário confrontou a *arte da riqueza*, que não conhecia limites. Desse modo, as coisas, os objetos, passam a ter dois usos: o primeiro é o próprio emprego para o qual foi feito e o segundo é destinado a fim impróprio, ou seja, para ser permutado. Isso ocorreu, segundo Aristóteles, “[...] em razão de alguns homens possuírem mais e outros menos as coisas que são necessárias à vida” (p. 68). Das primeiras associações ou cidades que viviam de gêneros diferentes de vida, sobretudo, da aquisição de alimentos, surgiram sociedades mais desenvolvidas que passaram a ter o formato de comércio “[...] em que se compra para revender mais caro” (ARISTÓTELES, 2011, p. 69). Esse novo ramo na ciência da riqueza tornou-se mais complexo, à medida que:

[...] os homens, pela experiência, aprenderam onde se deviam buscar os objetos e de que maneira se podia daí obter maior lucro. O objetivo principal dessa nova forma de adquirir riqueza é investigar a maneira de a obter em grande quantidade, e é propriamente aquela que produz a opulência e as grandes fortunas. (ARISTÓTELES, 2011, p. 69).

Para Marx (1996), o objeto, ao tornar-se mercadoria, adquire duas condições: o valor de uso e o valor de troca<sup>2</sup>. A mercadoria realiza-se como valor de troca na passagem da produção para o consumidor final, obtendo-se aí o lucro. Essa é a base da atividade de muitos feirantes e sacoleiros que se deslocam para as feiras de confecção a fim de comprar mercadorias em maior quantidade no atacado a preços mais baixos, para revender mais caro em seus sítios de origem. Detalharemos, todavia, essa situação nos capítulos seguintes deste trabalho.

<sup>2</sup> De acordo com Karl Marx, na sociedade capitalista, os objetos, ao assumirem o aspecto de mercadoria, são vistos por duplo aspecto. O primeiro refere-se ao valor de uso, que é sua utilidade, ou seja, o uso do objeto em si; todavia, esse objeto também porta um valor de troca que aparece “[...] como a relação quantitativa, a proporção na qual valores de uso de uma espécie se trocam contra valores de uso de outra espécie, uma relação que muda constantemente no tempo e no espaço” (MARX, 1996, p. 166).

O surgimento das feiras, conforme alvitra Souza, ocorreu em virtude da produção de excedentes<sup>3</sup> entre os produtores e pela necessidade de troca de produtos “[...] a princípio inter-grupos, sem a exigência de um lugar [...]. A existência das feiras foi uma solicitação natural de um ambiente que congregasse todos os produtos que estivessem disponíveis para outrem;” (SOUSA, 2004, p. 199).

Engels (1986) contribui para o debate sobre a Lei do Valor, contida no terceiro livro de “*O Capital*” de Karl Marx, acrescentando que, nos primórdios da sociedade, os produtos eram consumidos por seus produtores que se organizavam em comunidades assemelhadas às comunistas. A troca do excedente com outros grupos estrangeiros contribuiu para a transformação de produtos em mercadorias, haja vista que, antes, eram apenas trocadas entre comunidades individuais. Isso também concorreu para a dissolução das comunidades em grupos familiares, sendo os chefes de famílias responsáveis pelas trocas. Eram, sobretudo, camponeses que trabalhavam a terra, com a ajuda da família, suprindo suas necessidades e trocando o excedente de sua produção. Na perspectiva de Engels, naquele momento, a família bastava em si mesma, ocupando-se na agricultura e pecuária, transformando produtos em artigos próprios para o consumo, conforme relata o autor: “[...] às vezes faz ela mesma [a família] a farinha com o moinho de mão, coze o pão, fia, tingue, tece o linho e a lã, curte o couro, levanta e conserta construções de madeira, fabrica ferramentas e utensílios e não raro forja e faz obras de marcenaria” (ENGELS, 1986, p. 326).

Engels ressalta, todavia, o fato de que o camponês da Idade Média dominava as maneiras de produzir, sabendo exatamente o tempo de trabalho exigido para a produção dos objetos que trocava. Assim ocorria com o ferreiro, o alfaiate, o sapateiro e com aqueles camponeses que faziam roupas e sapatos. Para ele, era com base no trabalho, ou seja, no tempo de trabalho empregado na produção ou na elaboração de um produto, que se estabeleciam as medidas quantitativas de grandezas de troca. O mesmo se aplicava às permutas de produtos entre camponeses e artesãos citadinos, pois elas ocorriam diretamente, ou seja, “[...] sem mediação do comerciante, nos dias de feira nas cidades, quando o camponês vende seus produtos e faz compras. Também aí, não só o camponês conhece as condições de trabalho do artesão, mas também este as do camponês” (ENGELS, 1986, p. 326).

---

<sup>3</sup> Tratando do excedente, Netto e Braz (2006) assinalam que o surgimento do excedente da produção nas comunidades primitivas decorria, naquele momento, do aumento da produtividade do trabalho que permite a prosperidade dessas comunidades e também a acumulação dos produtos do seu trabalho. Com isso, ocorreu maior divisão do trabalho, inclusive, do especializado (artesanato), produzindo bens que “[...] não sendo utilizados no autoconsumo da comunidade, destinam-se à troca com outras comunidades – está nascendo a *mercadoria* e, com ela, as primeiras formas de troca (comércio)” (p. 57).

Segundo Le Goff, a atuação das ordens religiosas nas cidades da Idade Média, principalmente, desde o século XIII, favoreceu a aglomeração, não só de religiosos, mas também de outras pessoas que os alimentavam. “A feira e o mercado da Idade Média ofereciam as mesmas ocasiões de trocas e de oportunidades de modernização” (LE GOFF, 1998, p. 33).

Segundo o *Dictionnaire Analytique, Historique, Étymologique, Critique et Interprétatif de la Coutume de Normandie*, o termo *Foire*<sup>4</sup>, designa :

[...] Marché où tous étrangers ont droit de vendre, & auquel font attachés certains privileges, foit pour les marchandifes, foit pour les perfonnes qui les apportent dans le lieu où le marché fe tient.

Dans les onzième & douzième siècles, les Seigneurs donnoient en fief les loges des foires. (BRUFFEL, ch. I, p. 42).

Les foires ne pouvoient être ouvertes que dans les Bourgs ou Villes, & par permiffion du Roi, ou des Seigneurs auxquels le Roi en avoit accordé le droit.

Le domicile que l'étranger choitiffait dans un Bourg pour le temps de la foire, étoit fon véritable domicile. Il étoit tenu de répondre pour toutes actions personnelles & de fon commerce devant le Juge du lieu où étoit fa réfidence actuelle. L'Ordonnance de 1673 a confervé cet ufage. Tous leurs procès devoient être infruits fommairement & promptement. Le délai pour paroître devant le Juge & de faire rendre Sentence, n'étoit que d'une marée à une autre: ch. 8, Leg Burg. Trait. Anglo-Norm. t. a. Chaque étalant dans les foire payoit un droit ou au Roi, ou au Seigneur. & ce droit étoit proportionné à l'étendue ou à la commodité de l'étal ou loge qu'il occupoit. Ibid ch. 40.

Avant l'ouverture de la foire, on en proclamait la paix; pacem mundine: c'est-à dire tes privileges dont tous les commerçants y jouiroient. Le principal de ces privileges, étoit que celui qui s'y établroit ne pouvoit y être arrêté par Justice, fi ce n'étoit pour trouble caufé dans foire, ou parce qu'il étoit banni du Royaume comme traître ou homicide. Ibid, ch, 91.

Les fabricants n'étoient pas admis dans les foires; on ne pouvoit y expofer en vente que des marchandifes fabriquées; ainfi les teinturiers, les cordonniers, les bouchers ne pouvoient y faire aucun ouvrage de leur proffion. Ibid. 99.

La plupart de ces réglemens s'obfervent encore à l'égard des foires de cette province. Les Receveurs des droits de marché s'étoient arrogé le double droit fur les étaux ou marchandifes en temps de foire. L'article VII de la Déclaration du Roi, du 12 Mars 1752, a reprime cet abus.

Quoique les foires ceffent pendant quelques années, le droit n'en eft pas pour cela éteint: Arrêt de Decembre 1661; Bafnage, Article 24 de la Coutume. Suivant cet Article, les Bas-Jufficiers qui ont droit de foire, ont auffi la connoiffance des mefures de boire & de bled, s'ils les trouvent fauffes en leurs fiefs, avant que la Justice Royale y ait mis la main. [sic] (HOUARD, 1780, p. 578)<sup>5</sup>.

<sup>4</sup> A definição histórica de feira, em virtude da importância que ela teve na Idade Média, está registrada em inúmeros documentos históricos. Utilizamos uma bibliografia de língua francesa para definir feira, haja vista a riqueza de registros nessa língua estrangeira.

<sup>5</sup> “Mercado onde todos os estrangeiros têm o direito de vender e ao qual estão ligados certos

Conforme aponta o verbete, a feira era um mercado onde todos, estrangeiros ou não, tinham o direito de vender. Alguns detinham certos privilégios seja pelo tipo de mercadoria ou em função das pessoas que levavam essas mercadorias para o lugar onde eram comercializadas. Esses *lieux de commerce*, retratados nos séculos XI e XII, eram divididos em *loges*, ou seja, compartimentos, tendas ou lojas, e dados em confiança pelo Rei para a realização das feiras. Estas, entretanto, não poderiam funcionar nos burgos ou cidades sem a autorização do rei ou dos senhores donos das terras e detentores das leis locais.

A organização da feira, todavia, passava pelo estabelecimento de regras, marcadas pela necessidade de o comerciante fixar domicílio durante o tempo da feira, sendo de sua responsabilidade os atos pessoais e comerciais ali cometidos e que eram submetidos a um juiz local. Além de terem a obrigação de pagamento pelo direito de estarem naquela feira, o pagamento desse direito era proporcional à extensão, conveniência e espaço ocupado na feira.

Por um lado, as regras para o comércio na feira não admitiam a participação de fabricantes, muito menos de mercadorias manufaturadas. Os tintureiros, sapateiros e açougueiros eram, assim, impedidos de exercer sua profissão no espaço da feira. Por outro lado, embora grande parte desses regramentos fosse

---

privilégios, tanto para mercadorias quanto para pessoas que as trazem para o lugar onde está o mercado. Nos séculos XI e XII, os Senhores davam em confiança os alojamentos das feiras, c.I., p. 42. [...]. As feiras só podiam ser abertas em vilarejos e cidades com a permissão do Rei, ou dos Senhores aos quais o Rei tinha dado esse direito. O domicílio que o estrangeiro escolhia no Vilarejo durante o período da feira, era seu verdadeiro domicílio. Ele era responsável por responder por todas as ações pessoais e do seu comércio diante do Juiz do lugar onde ele residia atualmente. O Decreto de 1673 conservou esta prática. Todos os seus processos eram para ser instruídos formalmente e prontamente. O prazo para comparecer perante o Juiz para prestar esclarecimentos era apenas de uma maré para outra: c. 8 Leg. Burg. Trait. Anglo-Norm. t. a. Cada um estando na feira pagava um direito ao Rei ou ao Senhor. E este era proporcional a extensão ou a conveniência da banca ou do alojamento que ele ocupava. Ibidem c. 40. Antes da abertura da feira, era proclamada a paz; *pacem mundince*: isto é, os privilégios de que todos os comerciantes deveriam aproveitar. O principal desses privilégios era que aquele que se instalava não podia ser parado pela justiça, exceto os problemas causados nas feiras, ou porque eles eram banidos do reinado como traidores ou homicidas. Ibidem, c. 91. Os fabricantes não eram admitidos nas feiras; eles só podiam expor à venda as mercadorias fabricadas; assim como tintureiros, sapateiros, açougueiros que não podiam fazer qualquer trabalho da sua área. Ibidem 99. A maioria desses regulamentos pode ser observada ainda nas feiras desta província. Os coletores dos direitos no mercado concediam esse duplo direito de acordo com as bancas ou as mercadorias no tempo da feira. O Artigo VII da declaração real de 12 de Março de 1752 reprimiu esse abuso. Mesmo que as feiras tenham parado durante vários anos, a lei sobre ela não perdia efeito [...]" (HOUARD, 1780, p. 578).

observada, os beneficiários do direito de comercializar foram, com o passar do tempo, apropriando-se desse duplo direito de usar seu ofício e comercializar mercadorias ao mesmo tempo na feira. Essa dupla prática, todavia, não deixava de ser reprimida pela autoridade maior, no caso, o rei. Além disso, se por acaso a feira deixasse de ocorrer por algum tempo, o direito de comercialização não se extinguiu. O principal privilégio do comerciante, uma vez estabelecido na feira, era o direito de “paz”, isto é, de comercializar sem ser importunado pela justiça, com exceção daqueles que causavam desordens ou que tivessem sido banidos do reino por traição ou homicídio.

Na obra *As cidades da Idade Média*, Pirenne (1971) aponta a dinâmica das feiras e mercados já nas *cidades fortalezas* revestidas do poder episcopal nos séculos IX e X<sup>6</sup>. Nas cidades sedes dos bispados quase sempre havia um “[...] mercado semanal, onde os camponeses dos arredores traziam os seus produtos; algumas vezes, mesmo, realizava-se uma feira anual (*annualis mercatus*). Nas entradas da cidade recebia-se o imposto, sobretudo o que entrava ou saía” (p. 55). Conforme podemos verificar na descrição do autor, no que se refere à periodicidade, os mercados tinham uma ocorrência semanal e a função de abastecimento da população da cidade. O mercado servia também como um ponto de concentração/aglomeração e comércio da produção camponesa. Já a feira, em contraposição, tinha o caráter ocasional de modo a ocorrer uma ou duas vezes por ano. O que era produzido e comercializado era taxado na entrada das cidades.

O crescimento da cidade comercial, de acordo com Mumford (1998), sucedeu de modo lento e enfrentou obstáculos impostos pela estrutura e costumes da cidade medieval. Para ele, o grande ato realizado pelo capitalismo foi “[...] introduzir os costumes da praça de mercado, de maneira universal, em todos os cantos da cidade: nenhuma parte dela ficava imune à mudança, se esta pudesse ser conseguida em troca de um lucro” (p. 446). Essa mudança ocorreu com a implantação de outra modalidade de comércio, ou seja, daquele à longa distância que se desenvolveu fora dos domínios e regulamentos das guildas, com a atuação de corretores<sup>7</sup> que passaram a atuar em transações no mercado em grosso.

---

<sup>6</sup> O autor conclui que o período referente à Época Carolíngia, ou seja, do reinado de Carlos Magno (742-814), “[...] não conheceu cidades, nem no sentido social, nem no sentido econômico ou jurídico desta palavra. As cidades antigas e os burgos não foram senão praças fortes e sedes de administração” (PIRENNE, 1971, p. 63).

<sup>7</sup> Os “corretores”, segundo Pirenne (1965, p. 222), eram “[...] agentes comerciais, às vezes artífices abastados a quem os progressos do crédito, da especulação e da circulação abrem uma carreira”.



Pirenne (1965) destaca o fato de que o apogeu das feiras ocorreu numa época marcada pelo comércio errante. O autor salienta, então, o papel do mercador, que surgiu no primeiro momento, de modo improvisado, sendo aquele servo responsável pela compra e venda de produtos excedentes ou de escassez nos latifúndios senhoriais. De início, não se caracterizava como atividade comercial, muito menos profissional, porém, o declínio do comércio e da vida urbana nas cidades no século VIII conduziu ao surgimento do comércio errante e com isso à “[...] existência errante dos mercadores e os riscos de toda espécie a que estavam expostos, em uma época em que o saque constituía um dos meios de existência da pequena nobreza, impeliram-nos a procurar desde logo proteção no interior das muralhas [...]” (PIRENNE, 1965, p. 47). Desse modo, o mercador, tanto no comércio marítimo quanto no terrestre, era aquele que fazia tudo pessoalmente, desde o embarque das mercadorias para vender até a compra de cargas na viagem de regresso a serem encaminhadas para seus lugares de destino (PIRENNE, 1965, p. 102).

Braudel (1987) estabelece algumas classificações sobre os agentes envolvidos no mundo do mercado e das trocas, dentre os quais podemos listar o *artesão itinerante* que, segundo ele, é aquele que “[...] vai de burgo em burgo oferecer seus modestos serviços de reempalhador de cadeiras ou de limpar chaminés” (p. 16). *O camponês* era aquele sujeito que comercializava regularmente sua colheita na feira e lá mesmo comprava ferramentas ou vestuário, dentre outros produtos necessários para satisfazer às suas necessidades. Era também aquele “[...] que só vai ao burgo para vender algumas mercadorias miúdas, ovos, uma galinha, a fim de obter algumas moedas necessárias ao pagamento de seus impostos ou à compra de uma relha de charrua [...]” (p. 16). Já *o camelô* comercializa nas ruas e *o mascate*, “[...] percorre o interior oferecendo mercadorias em pequenas quantidades, estão do lado da vida de trocas, do lado do cálculo, do dever e haver, por modestas que sejam suas trocas e seus cálculos” (p. 16). Entrementes, *o lojista* é um comerciante que “[...] ou vende o que fabrica e, nesse caso, é um artesão-lojista; ou vende o que outros produziram e está, por conseguinte, no estágio dos mercadores ou comerciantes” (p. 16). O fato de sua loja estar quase sempre aberta caracterizava uma vantagem de comércio/troca contínua em relação ao mercado que, apesar de ter uma ocorrência semanal, era realizado somente uma ou duas vezes por semana. Aqueles mercadores, porém, que se lançavam ao comércio de longa distância em feiras alcançavam outros lugares e outro público de consumidores.

Peter Burke (2010) chama atenção para a figura do mascate que atua como um agente, um vendedor ambulante. Segundo esse autor, o mascate foi definido



pelo inglês como “[...] um vendedor ambulante que numa sacola ou cesta comprida (que na maior parte do tempo ele carrega aberta e na sua frente, pendurada no pescoço) tem almanaques, livros de notícias ou outras coisas insignificantes para vender.” (p. 244). Burke remonta à prática que muitos comerciantes de feira e artistas tinham de se deslocar por várias cidades e/ou feiras, pois:

Os artistas de entretenimentos, assim como os latoeiros ambulantes e mascates, viajavam de lugar em lugar. Era mais fácil mudar o público do que mudar o repertório, e para mudar o público eles tinham de **viajar de cidade em cidade, ou de feira em feira**, parando nas aldeias que existissem pelo caminho (2010, p. 136).

As cidades e os burgos passaram a ser lugares de trânsito e de parada para os mercadores e suas mercadorias, de modo que o “[...] espaço que cidades e burgos ofereciam a esses adventícios, cada vez mais numerosos e estorvantes, enquanto a circulação se tornava mais intensa, já não bastou para contê-los. Tiveram que se estabelecer nos arredores da cidade [...]”, nascendo, assim, as primeiras aglomerações mercantis ao lado das cidades eclesiásticas ou das fortalezas feudais (PIRENNE, 1965, p. 48).

Jack Thomas (1993) exprime, em sua obra, *Le temps des foires*, uma ilustração, portanto, uma pintura, que tem por título *Le marché de Saint-Gaudens*. Exprime como funcionava o mercado na Idade Média. Nela, vemos justamente a aglomeração de pessoas situadas fora dos muros da cidade, realizando o comércio de produtos a céu aberto. Seu modo, entretanto, nos remete ao de uma feira, do livre comércio de produtos, levando-nos a cogitar em que, naquele período, a feira e mercado eram coisas semelhantes. Na ilustração, estas formatações de comércio estão situadas ao largo dos muros da cidade, de modo que parece não pertencer à estrutura urbana.

Para Thomas, as feiras e mercados são “[...] *des manifestations du commerce périodique; une forme de commerce très ancienne, précédant, sans doute, le commerce permanent des boutiques et des magasins urbains.*”<sup>8</sup> (THOMAS, 1993, p. 364). Reforçando o exposto, as feiras e mercados podem ser entendidos como manifestações de um comércio periódico que antecedeu às de perfil de comércio permanente no espaço urbano com estabelecimento de comércios, a exemplo das boutiques e lojas. Thomas (1993) destaca, ainda, a contradição nos estudos dedicados às feiras e mercados, visto que, para alguns estudiosos, as feiras são manifestações de urbanidade, enquanto para outros elas pertencem mais ao mundo rural. Entendemos, contudo, que essa contradição é aparente, pois as feiras e os mercados são pontos de contato entre os mundos urbano e rural.

---

<sup>8</sup> “Manifestações do comércio periódico; uma forma de comércio muito antiga, precedendo, sem dúvidas, o comércio permanente de boutiques e de lojas urbanas.”

Já Fernand Braudel destaca o mercado e seu papel para a cidade, pois nos mercados semanais e diários, os cidadãos, todas as manhãs, se abasteciam de gêneros alimentícios. As feiras, da mesma maneira, eram abastecidas por camponeses que vinham dos arredores das cidades, trazendo grandes quantidades de produtos agrícolas (legumes, frutas, flores, peixes, presuntos, salsichas etc.).

Para esse autor, entretanto, parece não haver grandes diferenças entre a feira e o mercado, tanto nas cidades orientais quanto nas ocidentais, pois ele acentua que, em muitos casos, as cidades são “[...] ‘mais mercados do que cidades’, ou melhor, mais feiras do que cidades, mas, cidades ou mercados, mercados ou cidades, feiras ou cidades, cidades ou feiras, é tudo a mesma coisa [...]” (BRAUDEL, 1997, p. 461). Portanto, para o autor citado, o que está em foco não é a aparência, o feitiço, mas sua essência, que é constituída pelos movimentos de concentração e dispersão promovidos pelo comércio nas cidades, em suas feiras e mercados.

Essa relação entre mercado e cidade também aparece em Max Weber (2009), quando ele assinala que:

Toda cidade no sentido aqui adotado da palavra é ‘localidade de mercado’, isto é, tem um mercado local como centro econômico do povoado, mercado no qual em virtude da existente especialização da produção econômica, também a população não urbana satisfaz suas necessidades de produtos industriais ou artigos mercantis ou de ambos, e, como é natural, também os próprios moradores da cidade trocam entre si os produtos especiais e satisfazem as necessidades de consumo de suas economias. (p. 409).

O que viria, porém, a ser um mercado? O que o aproxima à cidade, fazendo com que, para alguns autores, essas noções e/ou realidades se confundam? Polanyi (2000, p. 76) considera o mercado “[...] um local de encontro para a finalidade da permuta ou da compra e venda”, e faz uma distinção entre os mercados locais e aqueles direcionados para o comércio de longa distância. Para ele, o florescimento das feiras europeias constituiu “[...] um exemplo de um tipo definido de mercado produzido pelo comércio de longa distância” (p. 81). Já o mercado local é aquele espaço marcado pelas relações de vizinhança, de grande importância para a vida comunitária. O mercado local típico é aquele no qual:

[...] as donas de casa vão comprar algumas de suas necessidades domésticas diárias e nos quais os agricultores de cereais ou verduras, assim como os artesãos locais, oferecem seus artigos à venda, revelam uma impressionante indiferença quanto a tempo e lugar. Reuniões desse tipo são não só bastante generalizadas nas sociedades primitivas como também permanecem praticamente imutáveis até meados do século XVIII nos países mais adiantados da Europa Ocidental. Elas constituem um acessório da existência local e diferem muito pouco, quer façam parte da vida tribal centro-africana, quer de uma *citê* da França merovíngia, ou de uma aldeia escocesa da época de Adam Smith. O que é verdadeiro em relação à aldeia é também verdadeiro em relação à cidade. (POLANYI, 2000, p. 83).

Ele assinala, ainda, que “[...] os mercados se desenvolveram naturalmente em todos os lugares onde os transportadores tinham que parar, nos vaus, portos marítimos, cabeceiras de rios ou onde as rotas das expedições se encontravam” (POLANYI, 2000, p. 83). Para ele, todavia, a separação entre o comércio local e o de longa distância foi fundamental para a instituição dos centros urbanos medievais.

Foi, no entanto, em Pirenne (1965), que pudemos apreender a distinção entre feiras e mercados. Para esse historiador, havia clara distinção entre o papel desempenhado pelas feiras e o dos mercados locais, porquanto os mercados tinham o objetivo de abastecer de alimentos a população local, com funcionamento durante a semana, atuando num raio limitado e sendo uma atividade de comércio restrita ao varejo. Já as feiras são definidas por Pirenne como lugares de reuniões periódicas dos mercadores profissionais. “[...] são centros de intercâmbios e, principalmente, de intercâmbios em grande escala, que se esforçam em trazer até eles, fora de toda consideração local, o maior número possível de homens e produtos” (p. 104). As feiras, assim, reuniam grande número de pessoas que negociavam um volume numeroso de produtos, atuando no raio de ação de uma região ou país e tinham uma ocorrência periódica, ou seja, em média, duas vezes por ano. As feiras, assim, atuavam em escalas maiores e, mesmo existindo em localidades distintas, traziam consigo essas mesmas características (PIRENNE, 1965).

Huberman também faz a distinção entre mercado e feira, ao assinalar que, ao contrário dos pequenos mercados locais que negociavam, em geral, produtos agrícolas, as feiras do século XII ao XV “[...] eram imensas, e negociavam mercadorias por atacado, que provinham de todos os pontos do mundo conhecido” (2010, p. 18). Para o autor, a feira atuava como um centro distribuidor onde os mercadores, diferentemente dos pequenos revendedores e artesãos locais, comercializavam mercadorias vindas de várias partes do mundo.

Interessante é ressaltar, ainda, o entendimento de Le Goff, referindo-se às atividades comerciais nas cidades, ao enfatizar que elas se manifestavam “[...] a princípio, nas feiras e nos mercados, seguindo toda uma hierarquia que vai do simples mercado (às vezes chamado feira) à grande feira internacional, passando por feiras de irradiação local ou regional” (1992, p. 68).

Sobre a dinâmica e organização das feiras, ou seja, seu funcionamento, Braudel (1987, p. 17) exprime que elas ocorriam somente durante alguns dias, com intervalos, retornando sempre aos mesmos lugares. Nas feiras, entretanto, por mais que não houvesse restrições “[...] aos pequenos vendedores e aos comerciantes medíocres, [...]”, nas suas palavras, funcionavam como bolsas sob o domínio de grandes comerciantes que vendiam no atacado. Marc Bloch (1982)

ressalta que os tecidos cumpriram um importante papel na expansão econômica europeia na Idade Média, haja vista que “[...] os centros de fabrico de tecidos se espalharam um pouco por toda a parte – se ouvia o ruído dos teares e o bater dos pisões, eles trabalhavam mais aos serviços dos mercados exóticos, praticamente, do que do consumo interno” (p. 91).

Para Le Goff, o comércio do mercado parece ser responsável pelo abastecimento de gêneros, ao ponto de haver vários mercados para cada tipo de mercadoria, a exemplo do *quartier des Halles*, em Paris, conhecido como bairro dos mercados, no centro econômico da Capital Francesa, no final do século XIII que concentrava o mercado dos peixes, dos legumes, das carnes, do trigo, do queijo etc. Já as grandes feiras se destacavam pelo comércio de mercadorias, sobretudo, a feira alojada que compreendia o:

[...] grande mercado de tecidos, onde vendem por atacado fabricantes de Ypres, Gand, Douai, Tournai, Valenciennes, Chalons, Aubenton, Troves, Chimay, Huy, Namur, Saint-Quentin, Avesnes, Abbeville, Lyon, Malines, Provins, Paris, Beaune, Rouen, Beauvais e Lille, o mercado da pelaria e o mercado dos cambistas. O comércio dos tecidos, sobretudo de lã, ocupava ali o primeiro lugar. A feira ‘reunia vendedores de tecidos vindos dos centros industriais da Europa do Norte e do Noroeste e compradores originários dos países situados a leste e a sudeste do reino de França’ (LE GOFF, 1992, p. 70).

Davide (2010) noticia o fato de que, ainda na alta Idade Média, as propriedades rurais, sozinhas, não tinham como prover todas as suas necessidades, de modo que o excedente da produção era trocado e comercializado em feiras e mercados locais. A Feira de *Saint-Denis*, conforme o autor citado, era uma das mais importantes no comércio de produtos agrícolas. Surgiu em 635, funcionando sempre no mês de outubro nos arredores de Paris. Posteriormente, em 775, aflorou a feira de São Mateus, sendo que esta ocorria, todos os anos, porém, somente no mês de fevereiro (p. 250).

Ainda sobre a feira de *Saint-Denis*, comenta Pirenne que ela remontava à Época Merovíngia, e, apesar de ter atravessado o período agrícola da Idade Medieval, não inspirou o surgimento de outras. Com exceção dessa feira, as outras surgem com o renascimento do comércio<sup>9</sup>, sendo as mais antigas aquelas

---

<sup>9</sup> Segundo Pirenne, o renascimento do comércio na Europa pode ser representado pela força de dois grandes movimentos comerciais que ocorreram em meados do século XI nas porções periféricas, isto é, de modo mais específico, no mar Mediterrâneo Ocidental e no Adriático, bem como no Báltico e no mar do Norte. O autor destaca aí o papel exercido pela navegação marítima, bem antes das rotas comerciais continentais, como fomentadora do comércio que atingia cidades mais distantes. Nesse contexto, o autor ressalta, como exemplo, o progresso econômico das cidades de Veneza e Gênova que se destacavam como importantes praças de comércio impulsionadas pela navegação marítima (PIRENNE, 1965).

que datam do século XI. Por volta do século XII, o número de feiras já era grande e continuou aumentando no século XIII (PIRENNE, 1965). Embora o autor denote que as feiras se estabeleceram naturalmente nos caminhos e rotas comerciais, ele retoma a situação, asseverando que a importância da feira “[...] não depende do lugar onde se estabelece, e isto se compreende facilmente, pois a feira é só um lugar de reuniões periódicas para uma afastada clientela e sua frequência não está relacionada com a maior ou menor densidade da população local” (p. 105).

Trazendo a reflexão do autor para o momento atual e, sobretudo, para nosso objeto de estudo, as feiras de confecção, poderemos verificar nos capítulos posteriores deste trabalho que, em parte, algumas delas e/ou empreendimentos que incorporaram vários elementos característicos das feiras tradicionais, se estabeleceram justamente às margens de rodovias, sejam elas intermunicipais, interestaduais e até inter-regionais, conformando verdadeiros caminhos comerciais para sacoleiros e revendedores de confecção. Nesse sentido, a situação geográfica de algumas feiras ou empreendimentos, diferentemente das feiras tradicionais que têm intenso vínculo com o lugar, tiveram funcionamento e frequência condicionados às demandas do público vindo de fora, e menos em função da população local. Em alguns casos, o surgimento da feira de confecção ocorreu pela oportunidade de se estabelecer um novo entreposto situado entre o local de origem da produção confeccionista e o mercado consumidor.

Entre as feiras do período referenciado há pouco, Le Goff destaca a de *Champagne*, em virtude da sua situação geográfica, reafirmando a cidade como um encontro de encruzilhadas; sua duração; o papel dos senhores protetores, ou, ainda, da proteção senhorial das feiras; a organização dos próprios mercadores e o papel comercial das mercadorias, com o comércio de tecidos ocupando o primeiro lugar. (LE GOFF, 1992). Quanto à distribuição geográfica das feiras, Pirenne (1965) atenta para o fato de que as mais ativas estavam agrupadas na grande rota comercial que ia da Itália e da Provença até a costa de Flandres.

São as famosas ‘feiras de Champanha e de Brie’, que se realizam uma após outra, em todo o decorrer do ano. Vinha primeiramente, em janeiro, a de Lagny-sur-Marne, e na terça-feira que precedia a quaresma, a de Bar; em maio, a primeira feira de Provins, chamada de São Quiriácio; em junho, a ‘feira quente’ de Troyes; em setembro, a segunda feira de Provins ou de Sto. Ayoul; finalmente, em outubro, para fechar o ciclo, a ‘feira fria’ de Troyes. No século XII, cada uma dessas assembleias prolongava-se por seis semanas, aproximadamente, e não deixava entre si mais do que o intervalo indispensável ao transporte das mercadorias. [...] **A prosperidade dessas feiras deve-se sem dúvida, às vantagens de sua situação.** (PIRENNE, 1965, p. 106, grifo nosso).

Le Goff (2007), ao ressaltar o êxito da Europa no século XIII, o divide em quatro campos: o crescimento urbano, a renovação do comércio e da promoção dos mercadores, o saber e a difusão de novos religiosos. O primeiro deles, o crescimento urbano, considerando o século XIII, é personificado nas cidades, isto é, na imposição de uma Europa Urbana contraposta à Europa Rural da Alta Idade Média. Foi desde as cidades que ocorreu a mistura de população, a afirmação de novas instituições e o surgimento de centros econômicos e intelectuais. Ainda para o autor, a noção de cidade medieval era a de que,

[...] mesmo se ela continua no mesmo lugar de uma cidade antiga, muda profundamente de figura e, mais ainda, de função. [...]. As cidades antigas não eram os centros de consumo muito importantes que se tornaram na Idade Média, mas elas são também centro de troca por causa da urbanização dos mercados e das feiras. A cidade medieval é policêntrica, mas o mercado é em geral o seu centro mais visível e mais importante (LE GOFF, 2007, p. 144).

Assim e apesar de a cidade medieval já ter o caráter policêntrico, o mercado era o ponto central de destaque para o comércio e o consumo. Esse é um ponto importante levantado pelo autor, que é a urbanização dos mercados e feiras, além do papel da produção nessas cidades que ficava por conta das oficinas de ofícios e lojas de artesãos (corporações).

As feiras, entretanto, entraram em decadência, conforme referencia Pirenne (1965), a exemplo da feira de *Champagne*, que teve início no século XIV. A causa principal disso, para ele, foi “[...] sem dúvida, a substituição do comércio errante por hábitos comerciais sedentários [...]” (p. 109). Isso ocorreu *pari passu* ao progresso das navegações diretas de importantes portos italianos, de Flandres e da Inglaterra. Outro fator citado pelo autor foi a ocorrência de guerras, a exemplo da Guerra dos Cem Anos, que retirou clientes que vinham da parte setentrional<sup>10</sup>, arruinando aquele tradicional centro de negócios que atraía mercadores de todas as partes da Europa (PIRENNE, 1965).

Corroboramos, entretanto, o entendimento de Le Goff, quando ele reassignala o comércio, ou seja, a troca como uma das funções essenciais da cidade contemporânea, pois, ante a “[...] desruralização da cidade no século XIX, desindustrialização no século XX, a cidade contemporânea perdura, contudo, na sua essência. E sua essência está em outro lugar, na função da troca” (1998, p. 33). Na contextura de hoje, há vários exemplos de cidades cuja economia entrou em

---

<sup>10</sup> Conforme destaca Pirenne (1965, p. 162), a indústria têxtil das cidades do norte da França foi bastante ativa durante o auge das feiras de Champanha. Com o seu declínio, deslocou-se para o comércio de Flandres e Brabante.

declínio em virtude da desinstalação de plantas industriais, restando à população do lugar dedicar-se a outro ramo de atividade, como o comércio.

No que se refere à existência de feiras fora do Continente europeu, Corrêa (2011) atenta para os relevantes estudos empreendidos por G. William Skinner sobre os mercados periódicos chineses<sup>11</sup>, em específico, da região de *Szechwan*, nos anos 1950. Esse autor menciona, ainda, outros estudos realizados por Stine, Frölich, Smith e Bromley, Symansky e Good sobre os mercados periódicos asiáticos (Coreia do Sul), os mercados africanos e também os latino-americanos.

Conforme Braudel (1998) assinala, as questões relativas a produção, troca e consumo são elementares a todos os povos, de modo a estabelecerem regras básicas que ultrapassem fronteiras. Sendo assim, é possível encontrar mais semelhanças do que diferenças, ao se reportar às feiras de outras porções do mundo. É o caso dos mercados do Islã (Bagdá, Cairo, Istambul, dentre outros), onde é possível identificar condições análogas aos mercados europeus. O próprio autor resume isso, acentuando que:

[...] todas as características do mercado europeu estão aí: o camponês que vem à cidade com a preocupação de obter dinheiro necessário ao imposto e que mal atravessa o mercado. O revendedor ativo, esperto e que, apesar das proibições, se adianta ao vendedor rural; a animação e o atrativo social do mercado, [...] (p. 96).

Entre os mercados superpovoados, ruas especializadas dos *suks*, também era possível encontrar mercados de gêneros elementares, onde se podia encontrar o trigo, a cevada, os ovos, a seda crua etc. Não obstante, havia grandes feiras que serviam de ponto de encontro de caravanas e também atendiam ao calendário das grandes peregrinações. A periodicidade das feiras ou sua sazonalidade pode ser observada quando o autor cuida das grandes reuniões mercantis que se realizavam nas cidades do Cairo e Alexandria. Ali, “[...] a peregrinação a Meca é a maior feira do Islã”, e “[...] as feiras dependem das estações de navegação no Mediterrâneo e no Mar Vermelho, correspondendo ainda ao calendário emaranhado das peregrinações e das caravanas” (BRAUDEL, 1998, p. 106).

No caso das feiras do Oriente e Extremo-Oriente, eram as monções que regulavam as viagens ou dos mercadores viajantes pelo Oceano Índico, ou ditando o tempo da feira, sua extensão, duração e volume de mercadorias comercializadas. Na Índia, as feiras eram “[...] um traço forte, onipresente, que se incorpora

<sup>11</sup> De acordo com Skinner (2002), a mudança do sistema tradicional promovida pela transformação de uma sociedade tradicionalmente agrária em uma moderna sociedade industrial provocou alterações na estrutura social, na distribuição e padronização dos mercados rurais com a introdução do progresso com a modernização.



na vida de todos os dias e o espetáculo nem sequer impressiona os viajantes, de tal forma é natural” (BRAUDEL, 1998, p. 107).

Já na China, as feiras situadas em aldeias eram algo raro. Elas funcionavam mais nas vilas. Em geral, ocorriam duas vezes por semana, tendo um calendário para evitar sobreposição com o dia de feiras em outras vilas ou, ainda, da cidade a qual dependia. A feira dava o ritmo à vida da aldeia, mobilizava trabalhadores (mascates, transportadores, varejistas, artesãos) que faziam um calendário de circulação permanente de feira em feira, cidade em cidade, vila em vila até retomarem o começo (BRAUDEL, 1998).

A relação de comércio na cidade, todavia, seguia a hierarquia dos mercados chineses apontada por Skinner. Enquanto as feiras estavam para a vila, os mercados estavam para as cidades. Braudel (1998, p. 97) expõe que a “[...] cidade é o elemento que começa a ser francamente alheio à economia local, que sai do seu âmbito restrito e se vincula ao grande movimento do mundo, [...]”. Já a vila, segundo o autor, se caracterizava por uma feira e isso, no século XVIII, valia tanto para a China quanto a França. Enquanto “As vilas estão dentro da sociedade, da cultura, da economia camponesas; as cidades saem dela” (BRAUDEL, 1998, p. 97). Ao nosso ver, o autor contrapõe-se, não absolutamente contrário, à tese de Le Goff, quando este aponta que a essência da cidade é a troca, ou melhor dizendo, da urbanização das cidades pelo comércio. Haja vista que muitas cidades europeias surgiram do comércio de feiras e mercados, produziram um efeito multiplicador de cidades, porém, no caso oriental, a feira atendeu ao contexto local das vilas e aldeias, sempre submetida a uma hierarquia mais rígida de zonas de mercado. O que uniu os mercados e feiras orientais e ocidentais, contudo, foi o estabelecimento do comércio de longa distância, de captura de mercados com as companhias marítimo-comerciais (BRAUDEL, 1998).

No Continente Americano, Mott (1976) chama nossa atenção para as semelhanças de organização e estrutura das feiras e mercados nos países latino-americanos, classificando-os em dois tipos. O primeiro diz respeito aos mercados pré-hispânicos<sup>12</sup>, ou seja, daqueles países colonizados por espanhóis e que já possuíam praças de mercado anteriormente à chegada do invasor europeu. Já no segundo tipo ele conclui que as feiras “[...] constituíam uma inovação que era desconhecida da população nativa” (p. 82).

No caso brasileiro, Prado Júnior (1981) assinala que muitos índios que já praticavam a agricultura encontraram “[...] no abastecimento dos colonos

---

<sup>12</sup> Segundo Mott (1976, p. 81), quando “[...] Hernán Cortez chegou à cidade de Tenochtitlán, a capital do Império Asteca, encontrou aí um mercado que se realizava diariamente e que, segundo os cronistas, congregava por volta de 60.000 comerciantes”.

brancos um meio de obter os objetos e mercadorias que tanto prezavam. Muitos deles foram fixando-se em torno dos núcleos coloniais e adotando uma vida sedentária” (p. 42).

Relativamente à instituição de feiras no Brasil-Colônia, Mott relata que o primeiro registro dessa atividade ocorreu na Colônia por volta de 1548, entre as ordens regimentais de Dom João III ao primeiro Governador Geral do Brasil, Tomé de Sousa<sup>13</sup>. O Rei português ordenou que “[...] nas ditas vilas e povoações (da Bahia) se faça em um dia de cada semana, ou mais, se vos parecerem necessários, feira a que os gentios possam vir vender o que tiverem e quiserem, e comprar o que houverem mister [...]” (AHU, 1548, p. 4 apud MOTT, 1976, p. 84).

Mott questiona, entretanto, o sentido da criação da feira como uma instituição econômica sofisticada na Bahia, que era ainda naquele momento pouco povoada e cujos nativos mantinham uma economia de subsistência e sistema espontâneo de trocas, desconhecendo práticas de comércio como a feira. Para ele, a instalação das feiras no Brasil, pela Monarquia portuguesa, visou “[...] muito mais provocar a concentração de mercadorias nativas a serem exportadas para a Metrópole, do que a satisfação das necessidades de subsistência imediata dos habitantes dos pequenos núcleos populacionais [...]” (1976, p. 84). Essa ação propunha repetir o que ocorria nas feiras angolanas que reuniam os produtos nativos para exportação para a Europa.

Embora houvesse uma ordem para a criação de feiras, o mesmo autor acredita que sua aplicação não foi imediata, pois, ainda em 1677, a comunicação entre Portugal e sua colônia continha mensagem determinando a criação de feiras para o comércio entre os gentios. A despeito disso, acentua que não há documentos que comprovem a criação da primeira feira no Brasil com exatidão, mas é provável que “[...] a primeira, senão uma das primeiras feiras a serem instituídas na colônia foi a de **Capoame**, situada na parte norte do Recôncavo Baiano” (MOTT, 1976, p. 85, grifo nosso).

O historiador americanista Robert C. Smith (2010), ao realizar estudos com base na coleção de desenhos de edifícios, mapas, plantas e vistas de povoações

---

<sup>13</sup> Conforme Boris Fausto (1995), a decisão de criar um governo geral para uma melhor organização administrativa da Colônia ocorreu num momento em que a Coroa Portuguesa tinha indícios da crise com os negócios das Índias. Nesse sentido, o autor enfatiza que, no “[...] mesmo ano em que Tomé de Sousa foi enviado ao Brasil como primeiro governador geral (1549), fechou-se o entreposto comercial português de Flandres, por ser deficitário” (p. 46). Vale ressaltar que esta cidade, no passado, constituía-se num dos pontos principais da rota de comerciantes europeus, conforme vimos anteriormente neste trabalho.

coloniais do Arquivo Histórico Colonial Português, encontrou seis peças de grande relevância para a arquitetura baiana, dentre as quais a vista da Vila de Abrantes. Verificou que ela se refere a uma antiga aldeia de índios. “É a Aldeia do Espírito Santo, hoje município de Abrantes, uma das quatro primeiras povoações estabelecidas pelos padres da Companhia de Jesus no Brasil para catequizar os nativos [...] principiada em 1558, nove anos após a fundação da própria Bahia, [...]” (SMITH, 2010, p. 57). A planta dessa vila foi elaborada por volta de 1792, durante a visita de inspeção de Domingos Alves Branco Moniz Barreto, representante da Coroa Portuguesa. Ele, assim, descreve os índios da vila: “Os Índios que achei nesta Villa he gente muito dada ao trabalho da lavoira, sendo a sua principal força a plantação da mandioca, de que fazem a melhor farinha para seu sustento, e o muito que lhes sobra a reputação na cidade” (SMITH, 2010, p. 59). Os índios da vila também se dedicavam à plantação de algodão e ao serviço de fabricação de telhas, tijolos e louças de uso doméstico. A vila era um ponto de ligação da Sede da Capitania, no litoral, com outras povoações e aldeias sertão adentro. Os registros destacam a feira de gado como uma referência espacial de suma importância no abastecimento das vilas e cidades da Bahia. “Dos quatro ângulos partem as diversas estradas que ligavam a antiga Aldeia do Espírito Santo com o resto da Bahia: (H) ‘Estrada que vae ter a **Capoame** e á **Feira do gado**, que vem dos sertões, para fornecimento da cidade’” (SMITH, 2010, p. 60, grifo nosso).

Mott (1976) esclarece como funcionava o pequeno comércio no contexto da organização socioeconômica colonial. Diferentemente do grande comércio, formado pelas lojas de mercadores que negociavam (exportando e importando) produtos diretamente com a Metrópole, o pequeno comércio dedicava-se à venda dos produtos das roças que vinham para as vilas e cidades. O autor assim sintetiza: “[...] de um lado, o comércio estabelecido das lojas dos mercadores, de outro, a venda ao ar livre na praça. Os primeiros manipulando mercadorias importadas, coisas mais caras e nobres, o segundo, especializando-se nos frutos da terra” (p. 87).

Ainda segundo Mott (1976) havia, no século XVIII, dois tipos de feira:

*A feira-mercado*, realizando-se todos os sábados, com uma área de dominância mais restrita, destinada, sobretudo, ao abastecimento alimentar da população circunvizinha e a *feira-franca*, anual ou bi-anual, reunindo compradores e vendedores especialistas provenientes de regiões mais distantes, que comerciavam certos bens regionais, como o gado, por exemplo. Cumpre notar que, atualmente no Brasil, não mais existem estas feiras francas de antanho (p. 89).

Cabe ressaltar que, desde a metade do século XVIII, com o advento da Revolução Industrial, a produção de objetos tomou duas direções: uma com a produção de peças exclusivas (artesanais) para os consumidores de maior poder aquisitivo e a outra com a produção de artigos utilitários (industriais) produzidos em série e destinados à população de menor poder aquisitivo. A industrialização trouxe, como consequência para o artesão, a perda do domínio sobre o processo produtivo, promovendo os produtos industrializados que passam a substituir daqueles feitos artesanalmente.

Consequentemente, houve um distanciamento dos ofícios e a perda do valor do trabalho do artesão<sup>14</sup> pela produção da máquina, passando, por vezes, de criador a copiadador do produto industrial. O artesão, contudo, passou a agregar o valor artesanal àquele objeto feito com apuro e que, embora tenha irregularidades, estas tornam cada peça única. O artesão passou a ser sinal de resistência ao capitalismo e à produção seriada da indústria (SENNET, 2009).

Refletindo sobre a função primordial das feiras e mercados como espaço, por excelência, do comércio da produção agrícola, Thomas (1993) ressalta que, já de longa data, a feira acolhia outros produtos, no primeiro momento, artesanais e, posteriormente, industrializados.

Vendre et acheter des denrées agricoles est certainement une des fonctions primordiales des foires et des marches, mais on aurait tort de s'arrêter là. Leur place dans l'économie ancienne embrasse des champs d'activité bien plus vastes. Au Moyen Age, les foires de Champagne canalisaient une partie significative des produits manufacturés de l'époque; les grandes foires de la Renaissance, celles de Lyon et de Genève, par exemple, ont joué un rôle tout à fait analogue. Il en est de même des foires de l'époque moderne – Beaucaire, Guibray, Bordeaux – où les produits textiles constituent la majeure partie du chiffre d'affaires. Les foires et marches que nous étudions sont bien plus modestes et bien plus orientées vers la production agricole. Cependant, ils continuent à accueillir des producteurs artisanaux et industriels, toujours nombreux dans les campagnes françaises avant le triomphe de la Révolution industrielle (THOMAS, 1993, p. 153)<sup>15</sup>.

---

<sup>14</sup> A expressão “habilidade artesanal”, segundo Richard Sennet (2009), pode levar a um entendimento de que este foi extinto com o surgimento da sociedade industrial, o que para o autor é falso, pois a habilidade artesanal designa “[...] um impulso humano básico e permanente, o desejo de um trabalho benfeito por si mesmo. Abrange um espectro muito mais amplo que o trabalho derivado de habilidades manuais” (p. 19).

<sup>15</sup> “Compra e venda de mercadorias agrícolas é certamente uma das principais funções das feiras e dos mercados, mas seria errado parar por aí. Seu lugar na economia antiga engloba campos de atividade bem mais vastos. Na Idade Média, as feiras de Champagne canalizavam uma parte significativa dos produtos manufaturados da época; as grandes feiras renascentistas, com as de Lyon e Genebra, por exemplo, tiveram um papel bastante semelhante. É a mesma feira da era

Retomando as colocações de Thomas (1993) sobre as feiras na Europa, verificamos sua intensiva manutenção do século XIX. Referindo-se a Toulouse, na França, ele afirma que *“Les échanges de denrées agricoles sont certainement au coeur de l’économie des foires et marches. Si le XIX<sup>e</sup> siècle marque l’apogée du commerce périodique dans la région toulousaine, c’est grâce à une production agricole plus forte [...]”* (p. 153)<sup>16</sup>. O destaque é, portanto, para os produtos agrícolas regionais. Quanto aos artigos manufaturados, este autor pondera que os tecidos não foram os únicos produtos da indústria a serem comercializados nas feiras e mercados. *“Les textiles ne sont pas l’unique objet d’industrie et de commerce surtout après la Revolution. Des spécialités artisanales se développent dans maints villages, la production trouvant ses débouchés dans les foires et marches de la region.”* (p. 166)<sup>17</sup>.

Fabriquetas no interior das vilas faziam produtos de várias matérias-primas (madeira, tricô, lã, argila, palha etc.) que eram vendidos nos mercados locais, inclusive, em pequenos mercados especializados, a exemplo da região francesa de *Montréjeau*, cuja produção local era especializada na tricotagem de meias de lã. *“A Montréjeau, l’importance de ce commerce se signale par l’existence d’une place aux Tricots où ont lieu les transactions. Dans le même canton, on trouve trace d’autres petits marchés spécialisés dans la laine et son travail.”* (THOMAS, 1993, p. 166)<sup>18</sup>.

Segundo Marx e Engels (2007), a manufatura tornou-se “[...] um refúgio dos camponeses contra as corporações que os excluía ou remuneravam mal, do mesmo modo que anteriormente as cidades dominadas pelas corporações haviam servido de refúgio contra a nobreza rural que os oprimia” (p. 56). Esperamos mostrar, no decorrer deste trabalho, que a manufatura outra vez revelou ser um refúgio para camponeses sertanejos contra a escassez de recursos naturais, a

---

moderna – Beaucaire, Guibray, Bordeaux –, onde os produtos têxteis constituem a maior parte das vendas. As feiras e mercados que estamos estudando são muito mais modestas e mais orientadas para a produção agrícola. No entanto, eles continuam a acolher os produtos artesanais e industriais, sempre numerosos no interior da França antes do triunfo da Revolução Industrial.”.

<sup>16</sup> “O comércio de produtos agrícolas é certamente o coração da economia das feiras e dos mercados. Se o século XIX marca o clímax do comércio periódico na região de Toulouse, é graças a uma produção agrícola mais forte [...]”

<sup>17</sup> “Os produtos têxteis não eram os únicos objetos da indústria e de comércio antes da Revolução [Industrial]. As especialidades artesanais se desenvolvem em várias cidades. A produção encontra-se nos boxes nas feiras e mercados da região.”

<sup>18</sup> “Em Montréjeau, a importância deste comércio é marcado pela existência de um lugar para o tricô onde aconteciam as operações. No mesmo lugar, pode-se encontrar vestígios de outros pequenos mercados especializados na lã e no seu trabalho.”

concentração fundiária, o patriarcalismo enraizado na sociedade nordestina e a exploração do trabalho em postos e funções com salários rebaixados, o que não exclui outras lógicas contraditórias, como a exploração do trabalhador pelo trabalhador sob a égide do empreendedorismo. De modo mais específico, podemos apontar que a pequena produção confeccionista também se tornou refúgio para o agricultor que trocou a enxada pela máquina de costura. Isso não deixa de ser parte de processo de modernização capitalista e de uma nova divisão territorial do trabalho que novamente submete a massa de trabalhadores do campo aos novos ditames do capital, todavia, agora operando sobre a lógica da acumulação flexível, que promove a exploração do trabalho na produção confeccionista de maneira difusa, em facções e microunidades produtivas dotadas de maquinário (máquinas de costuras) com tecnologia atualizada tanto na cidade quanto no campo. Acreditamos, assim, que a produção difusa teve grande repercussão no aumento de barracas de confecção nas feiras-livres estudadas, conforme veremos nos próximos capítulos.

## **2.2 A EXPRESSÃO CULTURAL DA FEIRA: BREVE ABORDAGEM**

Intentando estabelecer aqui outro eixo de reflexão sobre as feiras, em paralelo à óptica histórico-econômica, nos apoiamos em autores como Burke (2010), Bakhtin (1987) e Canclini (1983), que destacam aspectos da cultura e da política também encontrados nas feiras. Alguns autores ressaltam a relação da feira com a festa, com a cultura popular, enfim um espaço transposto ao econômico. Burke (2010), referindo-se às feiras italianas, acentua que os dias de mercado e de feiras eram organizados para coincidir com as festas religiosas e assim durarem mais dias.

A feira era programada de modo a coincidir com uma grande festa: a festa de Ascensão, em Veneza (com uma feira de quinze dias), a festa de Santo Antônio, em Pádua (outra feira de quinze dias), e assim por diante. Nas feiras, os camponeses teriam a oportunidade de comprar livretos ou figuras de cerâmica que, de outra forma, talvez nunca chegassem a ver. O que requer aqui maior destaque são os aspectos não econômicos dessa instituição. As feiras não eram apenas locais para o comércio de cavalos ou carneiros e a contratação de empregados, mas também, como nos países menos desenvolvidos de hoje, locais onde os jovens se encontravam sem ficarem sob a supervisão da família, e onde todos podiam assistir aos artistas ambulantes, dançar ou ouvir as últimas novidades (BURKE, 2010, p. 156).

Mikhail Bakhtin (1987) é outro autor que, ao se referir à cultura popular na Idade Média e no Renascimento, alude à relação entre a feira e a festa, destacando o papel da praça pública como espaço de alegria e liberdade em relação à ordem estabelecida. Aí havia contraposição do espaço oficial, em relação à ordem, com

o espaço de atuação do povo, tendo em vista que os períodos de feiras coincidiam com os dias de festa que duravam muito tempo. A praça pública parecia ser o *locus* da liberdade, e a feira era favorecida com um espaço à parte ao largo da ordem, onde a expressão popular parecia se realizar por completo, principalmente, nos dias de festa e de feira.

A cultura popular não oficial dispunha na Idade Média e ainda durante o Renascimento de um **território próprio**: a praça pública, e de uma **data própria**: os **dias de festa e de feira**. Essa praça entregue à festa, já o dissemos várias vezes, constituía um segundo mundo especial no interior do mundo oficial da Idade Média. Um tipo especial de comunicação humana dominava então: **o comércio livre e familiar** (BAKHTIN, 1987, p. 133, grifo nosso).

Com amparo no autor, podemos reafirmar a praça pública como o território próprio das festas e das feiras – espaço e tempo do comércio livre. Ressaltamos aqui o contexto vivido pelo escritor francês François Rebelais e seu profundo conhecimento do “chão da feira”, iniciado, ainda jovem, na famosa feira francesa de *Fontenay-le-Comte*. Essa feira, conhecida em todo o Território Francês, era realizada três vezes por ano e reunia grande quantidade de comerciantes e compradores originados não somente da França, mas também de países vizinhos, em grande parte, de alemães. O autor assim define o público já numeroso que afluía para essa feira: “Pequenos vendedores ambulantes, ciganos, diferentes elementos desclassificados [...]” (BAKHTIN, 1987, p. 133).

Assim como François Rebelais teve a oportunidade de observar e de prestar atenção na vida das feiras das cidades francesas como *Fontenay-le-Comte*, *Poitou*, *Montmorillon*, *Saint-Maixent*, *Poitiers*, no século XVIII, também buscamos, guardados os devidos distanciamentos, nesses três anos de pesquisa doutoral, acompanhar as feiras de Caruaru/PE, Apazível-Sobral/CE e Serriinha/BA, verificando aspectos concernentes à ordem cultural e política. Embora não tenha sido esse o nosso objeto de estudo específico, eles não passaram despercebidos. A maneira encontrada de fazer isso foi por meio das visitas de observação, algumas programadas e outras espontâneas, esperando sempre pela surpresa do encontro com as pessoas, com os sujeitos, também em trânsito, que se deslocavam para essas feiras; enfim, os feirantes, sacoleiros, lojistas, dentre outros. Tivemos a oportunidade de deparar esses sujeitos em várias oportunidades, as quais buscaremos detalhar nas seções seguintes.

A feira da cidade de *Lyon* é outro exemplo clássico da imbricação feira/festa. Consoante anota Bakhtin (1987), essa feira, que se estendia por 15 dias, era realizada quatro vezes por ano, totalizando dois meses inteiros durante um ano, destacando Lyon como uma cidade que conhecia a vida de feira, sendo esta um termômetro da cidade e de sua dinâmica.



Bakhtin (1987) destaca, ainda, nesse sentido, o caráter observador de Rabelais, dos aspectos da vida de rua, da liberdade de expressão e da proximidade quase confusa entre os sujeitos da praça pública, dos vendedores de produtos da medicina popular aos promotores da arte popular. “É isso que explica que o comediante das ruas e o comerciante de drogas fossem, às vezes, uma única e mesma pessoa” (p. 137-138). Ressalta, ainda, o estilo típico dos charlatães de feira e camelôs.

A feira também era o lugar da venda de obras literárias de vários gêneros. Bakhtin reporta-se às publicações que eram vendidas na feira de *Lyon* e que só perdiam para a feira de *Frankfurt*, na Alemanha. Ele estabelece, portanto, uma ligação entre François Rabelais e a feira de *Lyon*, por conta da venda dessas publicações, sobretudo de “Prognósticos” e “Almanaques”, que eram tipos de obras muito ligadas ao chão de feira, naquele momento. E, ainda, muitos editores publicavam “[...] seus livros ‘na ocasião da feira (da primavera, do outono e do inverno) [...]’, e, dessa maneira, a feira de *Lyon* acabava determinando o calendário das publicações na França (p. 135-136).

Outro aspecto cultural também destacado pelos autores no estudo da cultura popular, a exemplo dos já citados por Bakhtin, diz respeito ao vocabulário, às falas, jargões na praça pública, onde acontecia a feira. Por meio do jogo livre, brincalhão, do estilo de comércio que fugia das normas rígidas, foi que o discurso dos camelôs, charlatães, criou uma atmosfera especial na praça. Isso permitiu que as charlatanices da feira sempre escapassem dos imperativos hierárquicos e convenções, gozando dos privilégios da rua. Por fim, na análise de Bakhtin, o vocabulário grotesco da praça pública é um universo margeado entre os louvores e as injúrias e que “[...] estava orientado para o mundo e para cada fenômeno desse mundo em estado de perpétua metamorfose, de passagem de noite a dia, de inverno a primavera, do velho ao novo, da morte ao nascimento” (1987, p. 138). Conforme aponta o autor, o caráter ambivalente das linguagens familiares salpicadas de louvores e injúrias residia

[...] na idéia de um mundo em estado de perpétuo inacabamento, que morre e nasce simultaneamente, um mundo bicorporal. A figura de dupla tonalidade que reúne os louvores e as injúrias esforça-se por apreender o próprio instante da mudança, a própria passagem do antigo ao novo, da morte ao nascimento. Essa imagem coroa e destrona ao mesmo tempo. Durante a evolução da sociedade em classes, essa concepção de mundo só podia expressar-se na cultura não-oficial, pois ela não tinha direito de cidadania na cultura das classes dominantes, onde os louvores e as injúrias estavam, nitidamente delimitados e imóveis, na medida em que o princípio da hierarquia imutável, onde o superior e o inferior não se misturam jamais, estava na base da cultura oficial. Por outro lado, ela se presta perfeitamente ao da cultura popular na praça pública. (BAKHTIN, 1987, p. 143).

Hoje em dia, podemos destacar essa dinâmica do que foi expresso, debatido e vendido na feira, em consonância com a cultura popular, de modo a inferirmos que a confecção popular, do jeito como é produzida e comercializada, se insere também nesse âmbito. Na medida em que temos uma sociedade cada vez mais urbanizada, a feira também passa por tais mudanças, não somente como adequação ou atualização, mas também como inacabamento, ou, ainda, como perpétua metamorfose. De modo prático, vemos que, nas feiras de confecção, o traje ou modelo da atriz principal da novela de TV, de maior audiência, pode estar da noite para o dia nas bancas da feira que se atualiza, se reinventa quase que cotidianamente, como poderemos confirmar um pouco mais à frente.

Bakhtin (1987), fazendo menção à obra *Pantagruel*, de François Rabelais, destaca o estilo da praça pública marcada por tons vulgares. Segundo ele, ouvia-se “[...] o ‘grito’ do vendedor de feira, do charlatão, do mercador de drogas miraculosas, do vendedor de livros de quatro centavos, ouvimos enfim as imprecações grosseiras que se sucedem aos reclames irônicos e os louvores [...]” (p. 144). No Prólogo de *Gargantua*, segundo livro de Rabelais, o vocabulário da praça pública permanece como elemento essencial desse volume em que as injúrias e elogios continuam imbricados na linguagem familiar da praça pública, marcada por elogios injuriosos e injúrias elogiosas, consoante anota o citado autor:

Todo o Prólogo, do começo ao fim, é construído como uma conversação familiar do mesmo vendedor de feira com o seu público aglomerado em volta do tablado. Reencontramos sem cessar fórmulas como ‘não teríeis dado por isso uma casca de cebola [...] ao abrir esta caixa teríeis encontrado dentro [...] meus bons discípulos, e alguns outros loucos desocupados [...] abristes alguma vez uma garrafa?’ etc. O tom familiar e vulgar de todas essas interpelações aos ouvintes é perfeitamente evidente. A sequência do Prólogo está salpicada de injúrias diretas dirigidas dessa vez a terceiros: ‘parasita’, ‘malsinado’, ‘crápula’, ‘casmurro’ (BAKHTIN, 1987, p. 145).

Contrapondo-se às injúrias, os elogios aparecem nos reclames e pregões<sup>19</sup> dos mercadores e vendedores de feira, a exemplo de expressões como: “[...] ‘O odor de vinho, oh, quão mais apetitoso, risonho, atraente, celestial e

---

<sup>19</sup> Bakhtin (1987) destaca que os pregões são “[...] os reclames que os mercadores da capital gritam em alta voz, dando-lhe uma forma rimada e rítmica; cada ‘pregão’ particular é uma quadra destinada a propor uma mercadoria e a louvar-lhe as qualidades” (p. 156). Antes da língua nacional ser a da grande literatura, da ciência e da ideologia, ela fora a “[...] do folclore, da praça pública, da rua, do mercado, dos pequenos vendedores, dos ‘pregões de Paris’ [...]”. (p. 157). Segundo o autor, o papel dos “pregões de Paris” era de grande relevância nas praças públicas e nas ruas, pois esses “[...] zumbiam literalmente com os mais variados apelos. Cada mercadoria (alimentos, bebidas ou vestimentas) possuía o seu próprio vocabulário, a sua melodia, a sua entonação, isto é, a figura verbal e musical” (p. 157).

delicioso que o do azeite!’ ‘[...] esses bons livros de alto teor de gordura’’. Segundo Bakhtin, o primeiro exemplo refere-se ao reclame dos mercadores na praça pública ou na rua. Já no segundo exemplo, a expressão ‘alto teor de gordura’ era aplicada como o qualificativo às aves e à carne de primeira qualidade (1987, p. 147).

Com relação às tradições, Eric Hobsbawm (2008a, p. 9) assinala que, por vezes, estas “[...] que parecem ou são consideradas antigas são bastante recentes, quando não inventadas’’. Para o autor, a tradição inventada pode ser entendida como

[...] um conjunto de práticas, normalmente reguladas por regras tácita e abertamente aceitas; tais práticas, de natureza ritual ou simbólica, visam inculcar certos valores e normas de comportamento através da repetição, o que implica, automaticamente, uma continuidade em relação ao passado. Aliás, sempre que possível, tenta-se estabelecer continuidade com um passado histórico apropriado (HOBSBAWM, 2008a, p. 9).

Um estudo da feira tradicional ou da tradição da feira nordestina implicaria a análise das permanências das práticas de comércio e produtos simbólicos que perduram nas feiras e, desse modo, incorreríamos num sério risco de fuga da realidade das feiras hoje.

Muitas vezes, vemos no senso comum a visão da cultura popular como algo puro que não pode ser tocado pela Modernidade, muito menos pelo desenvolvimento capitalista. Como disse Canclini (1983), são pensados como resíduos de modos de produção pré-capitalistas. Em geral, é o que verificamos quando se fala na feira nordestina e logo passamos a idealizar, muitas vezes, de modo sentimental, uma feira dotada de produtos que se repetem como símbolos “tradicionalistas” que não podem faltar naquele espaço de comércio. Nesse sentido, a feira ainda está situada no passado e, na medida em que não é mais vivenciada pelos sujeitos, tende a não coincidir com a feira de hoje.

Canclini (1983, p.11) indaga sobre o que é a cultura popular: “[...] criação espontânea do povo, a sua memória convertida em mercadoria ou o espetáculo exótico de uma situação de atraso que a indústria vem reduzindo a uma curiosidade turística?’. Não podemos prescindir da ideia de que a feira dos dias atuais reflete a dinâmica do seu espaço e tempo e, como uma manifestação da cultura popular, é uma criação espontânea do povo. Muitas vezes, a memória da feira é convertida em tradição cristalizada no tempo e no espaço e reduzida a ponto turístico, onde se adquirem os produtos da terra e/ou regionais. Não obstante, concordamos com Canclini, no sentido de que a feira absorve as ideologias dominantes e as contradições das classes oprimidas.

A feira de confecção, desse modo, passa a descaracterizar o que há de puro, no que se refere às manifestações da cultura popular e sua memória, que em algum momento passa a ser preservada de modo sentimental na lembrança afetiva dos sujeitos que dela fizeram parte. Não é raro vermos tentativas de salvaguardar a feira como tradição, principalmente, dos produtos feitos artesanalmente.

Conforme exprime Hobsbawm (2008a, p. 10), “O objetivo e a característica das ‘tradições’, inclusive das inventadas, é a invariabilidade. O passado real ou forjado a que elas se referem impõe práticas fixas (normalmente formalizadas), tais como a repetição”. Segundo o *Dicionário de Língua Portuguesa*, de Aurélio Buarque de Holanda Ferreira, a feira é “[...] um lugar público, não raro descoberto, onde se expõem e vendem mercadorias” (2010). O ato, assim, perpetua a feira de produtos do campo, do abastecimento, que, em geral, é montada e desmontada ao lado do mercado ou no largo da igreja, guardando ainda suas reminiscências com um passado da formação territorial do Brasil e da região Nordeste. Existem várias denominações para o termo feira, sejam eles: feira de gado, feira de mangaio, feira de artesanato, feira de troca, feira livre, feirão, feirinha etc.

Canclini (1983, p. 12) nos orienta no sentido de que é preciso abandonar a visão do artesanato como uma coleção de objetos e da cultura popular como um conjunto de tradições. Para o autor, a cultura deve se entendida como “[...] um instrumento voltado para a compreensão, reprodução e transformação do sistema social, através do qual é elaborada e construída a hegemonia de cada classe”. Ele compreende as culturas das classes populares como “[...] resultado de uma apropriação desigual do capital cultural, a elaboração específica das suas condições de vida e a interação conflituosa com os setores hegemônicos” (p. 12). Mas quem são as classes populares? São somente os trabalhadores iletrados?

Nestor Garcia Canclini (1983) nos adverte e acentua que “[...] quase não existem mais feiras e mercados exclusivamente regionais, onde apenas são negociados os bens de uma região pequena entre os próprios produtores, em postos de venda controlados por eles mesmos” (p. 94). Segundo ele, os mercados locais acabaram se transformaram em pontos de articulação da “[...] economia camponesa com o sistema capitalista nacional e internacional” (p. 94). Diferentemente da maneira de operar dos supermercados, para ele, o mercado popular age de modo diverso, funcionando em “[...] espaços abertos e ruidosos, frequentemente em praças, favorece as relações interpessoais múltiplas e costuma interromper o trânsito ou misturar-se com ele” (p. 96). Para o antropólogo portenho, a denominação popular aparece como o “[...] outro nome do primitivo: um obstáculo a ser suprimido ou um novo rótulo pertencente a mercadorias capazes de ampliar

as vendas a consumidores descontentes com a produção em série” (p. 11). Essas visões das classes populares, sua instrução e universo de atuação, contrastam com as frequentes mudanças da modernização capitalista. Nesse sentido, recebem o rótulo da tradição de maneira quase imutável, como anota Hobsbawm: “É o contraste entre as constantes mudanças e inovações do mundo moderno e a tentativa de estruturar de maneira imutável e invariável ao menos alguns aspectos da vida social que torna a ‘invenção da tradição’[...]” (HOBSBAWM, 2008a, p. 10).

Outro ponto expresso por Canclini se refere à dimensão do popular como um novo rótulo, sobretudo, para as mercadorias artesanais capazes de se inserirem como estratégia de mercado ante a produção industrial (em série). Quando olhamos, contudo, para a expansão do comércio da confecção nas feiras livres nordestinas, entendemos que esse popular ocorre justamente por atingir um público cada vez maior. A confecção é popular, justamente, por ser mais barata em virtude da produção em série. A confecção torna-se um produto popular e, por isso, defendemos a ideia de que há uma nova dinâmica marcada por outra tipologia de feira, que estamos denominando de feira de confecção popular.

A redefinição do que seja cultura popular hoje perpassa por estudos e pesquisas que privilegiam a produção, a circulação e o consumo (CANCLINI, 1983). No caso da feira, podemos asseverar que passado e presente se mesclam, à medida que o produto que se vendia na feira tradicional é o mesmo vendido hoje. A feira passou, todavia, a ofertar uma grande quantidade de barracas de comércio de confecção, que nos remete às relações estabelecidas, permitindo a criação/produção confeccionista numa facção, sua distribuição nos espaços da feira e o consumo por parcela da população que vai à feira para comprar roupas. Vejamos no próximo capítulo a representatividade da feira no Nordeste brasileiro e suas manifestações socioespaciais.

