



UNILAB

**UNIVERSIDADE DA INTEGRAÇÃO INTERNACIONAL
DA LUSOFONIA AFRO-BRASILEIRA
INSTITUTO DE HUMANIDADES E LETRAS
BACHARELADO EM HUMANIDADES**

CAROLINE VITORIA DE BARROS SANTOS

**COTIDIANO E TRAJETÓRIA DOS FEIRANTES
NA FEIRA LIVRE DE SANTO AMARO – BA**

SÃO FRANCISCO DO CONDE

2017

CAROLINE VITORIA DE BARROS SANTOS

**COTIDIANO E TRAJETÓRIA DOS FEIRANTES
NA FEIRA LIVRE DE SANTO AMARO – BA**

Projeto de pesquisa apresentado a Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira - Instituto de Humanidades e Letras -, como requisito para obtenção do grau de Bacharel em Humanidades.

Orientador: Prof. Dr. Rafael Palermo Buti

SÃO FRANCISCO DO CONDE

2017

CAROLINE VITORIA DE BARROS SANTOS

**COTIDIANO E TRAJETÓRIA DOS FEIRANTES
NA FEIRA LIVRE DE SANTO AMARO – BA**

Projeto de pesquisa apresentado à Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira-UNILAB, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Humanidades.

DATA DE APROVAÇÃO: 19/12/2017

BANCA EXAMINADORA

Orientador: Prof. Dr. Rafael Palermo Buti

Universidade da Integração da Lusofonia Afro-Brasileira - UNILAB

Examinadora: Profa. Dra. Cristiane Santos Souza

Universidade da Integração da Lusofonia Afro-Brasileira - UNILAB

Examinadora: Profa. Dra. Luciana Schleder Almeida

Universidade da Integração da Lusofonia Afro-Brasileira - UNILAB

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	5
2	A FEIRA LIVRE, AS MERCADORIAS, OS FEIRANTES E OS FREGUESES: UMA PRIMEIRA CARACTERIZAÇÃO	5
3	MERCADORIAS	8
4	OBJETIVO GERAL	9
4.1	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	9
5	JUSTIFICATIVA	10
6	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	10
7	METODOLOGIA	13
8	CRONOGRAMA	14
	REFERÊNCIAS	15
	APÊNDICE - Roteiro de perguntas	17
	ANEXO - Fotos	21

1 INTRODUÇÃO

Motivada pelos meus 18 anos de convívio no mercado e da visão que construí durante esse tempo, pretendo fazer um estudo sobre os feirantes do Mercado de Santo Amaro. Embora ali haja um comércio muito variado, pretendo focar no setor alimentício, ou seja, no cotidiano e trajetória dos vendedores de alimentos, conhecidos também por feirantes. Através deles intento fazer uma reflexão sobre o trabalho informal em Santo Amaro.

É válido mencionar que a realidade da feira ultrapassa um sentido meramente comercial, pois abarca uma dimensão de encontro e relação social entre variadas culturas e experiências diárias. Ali o urbano e o rural se mesclam conformando uma identidade coletiva. Em via de regra os vendedores abarcam a população mais humilde da cidade, que não teve a oportunidade de se integrar no mercado de trabalho formal. Por ser uma atividade informal, o trabalho na feira não exige escolaridade. Sendo assim, pessoas de qualquer faixa etária podem virar feirante. Além disso, boa parte dos feirantes de Santo Amaro trabalha com sua própria família, evidenciando um aspecto intergeracional da prática.

2 A FEIRA LIVRE, AS MERCADORIAS, OS FEIRANTES E OS FREGUESES: UMA PRIMEIRA CARACTERIZAÇÃO

Segundo Braudel (2009), “na feira ninguém está só”. A feira livre é o lugar mais movimentado da cidade de Santo Amaro, marcado pela alegria popular, pelo calor humano que dá vida à coletividade das pessoas. Os mercadores de rua ocupam um papel essencial na sociedade santoamarense. O setor alimentício do qual me aprofundarei é uma área de produção muito ativa no mercado informal. O mercado facilita a vida dos consumidores, que conseguem encontrar em um mesmo lugar e por um preço acessível e negociável, uma variedade de produtos frescos e essenciais para seu consumo. Como afirma Ribeiro (1995), "o feirante é o ator principal e indispensável de qualquer feira livre".

A feira livre que acontece há décadas no mercado de Santo Amaro é um patrimônio histórico da cidade, ocupando um espaço de grande relevância social, econômica e cultural. Ali tudo se

encontra: tomate, cebola, hortaliças, farinha, beiju, maniçoba, especiarias em geral, da carne ao peixe e o fato, carne em conserva, camarão seco e o amendoim, como também o azeite. Como toda feira livre, existe um recinto chamado “Mercado da Farinha”, sendo um dos locais de descontração e lazer, onde as pessoas se encontram tomar “*pinga*” em rodas de conversa para descontração.

Funciona de segunda a sábado em uma rotina muito ativa e produtiva. Sua localização não foi planejada pela prefeitura. Ao longo dos anos os vendedores foram colocando suas barracas às margens do rio Subaé, que antigamente servia como uma via de transporte para moradores e comerciantes de cidades vizinhas, que traziam e levavam suas mercadorias em pequenas embarcações e canoas. O rio teve grande participação no processo histórico de formação da cidade, que, sendo uma das mais antigas do Brasil, hoje possui uma população de mais de 60 mil habitantes, sendo 90 % autodeclarados negros (IBGE 2010).

Como uma maneira de organizar o Mercado, no ano de 2013 a Prefeitura realizou um cadastro de pessoas físicas que trabalham na feira, cobrando das mesmas pequenas taxas mensais com valores variáveis. Segunda-feira costuma ser o dia de maior movimentação no Mercado. Às cinco da manhã os feirantes iniciam a arrumação de suas barracas e organização de seus produtos. Há fregueses que preferem ir bem cedo para desviar da aglomeração que vai se formando ao longo do dia, tendo prioridade na escolha dos alimentos. Já outros preferem comprar no final da tarde, que é o período em que a feira está finalizando e os alimentos ficam mais baratos. As barracas não fecham em horário de almoço.

O espaço da feira se torna familiar às pessoas, que diariamente frequentam o lugar, virando “*fregueses*” e criando amizades, ligando vidas e culturas distintas, atenuando as diferenças sociais que também marcam a população. Os feirantes são, em via de regra, pessoas simples que estão (na maioria das vezes) de bom humor e ativos em suas vendagens. São homens e mulheres de diferentes idades e procedências, com históricos variados de trabalho no local. No Mercado parecem inseridos numa rede de solidariedade e ajuda mútua. É ali que ficam à espera das pessoas vindas dos muitos lugares da cidade e da região, seus “*fregueses*”. Pode-se dizer que a figura do “freguês”, para quem vende na rua, é sagrada.

Os feirantes oferecem seus produtos através de propagandas verbais usadas como forma de comunicação popular para atraí-los. No vai e vem da multidão, frases do tipo são entoadas: “*Quer limão freguesa? Tá verdinho*”; “*Mulher casada aqui não paga só quem paga é o marido*,

freguesa!”; “*Olha a uva sem caroço meu freguês, tá docinha! Vai levar hoje não?*”, “*Olha o tempero verde, tá fresquinho, esperando pela senhora!*”, “*Mulher bonita não paga, mas também não leva!*”, “*Olha a verdura, hoje tá de dois reais o quilo*”, “*Aqui o freguês tem sempre razão*”, dentre outras.

As propagandas verbais fazem parte do repertório dos vendedores em suas estratégias de venda, e soam variamente entre a população. Não precisa muito para “virar” freguês, basta parar diante de uma barraca ou fazer-se ouvir a voz do vendedor. A condição do “ser freguês” não passa necessariamente pela compra, mas pela conversa. Outra estratégia de venda é aquela dos feirantes fruteiros, que oferecem provas de degustação para a freguesia, para que estes averiguem a qualidade do produto e retornem na próxima compra. Há também as estratégias dos próprios fregueses: o famoso “pechinche” é típico da intimidade dos mesmos para com os feirantes. Para conseguirem um preço mais baixo iniciam uma negociação amigável: “*Um alface é três reais e se eu levar dois faz por cinco?*”, “*a penca de banana é quatro reais. Mas tá muito pequena, moço! Eu levo se fizer por três...*”.

É nesse sentido que o Mercado de Santo Amaro parece um bom lugar para pensar aspectos da realidade da cidade. Mas afinal, quem são os homens e mulheres feirantes do Mercado de Santo Amaro? Para o presente projeto, já foram realizadas entrevistas preliminares com três feirantes, permitindo-nos evidenciar diferentes perfis e trajetórias ligadas ao tema. Um deles é Elias dos Santos Costa de Jesus, de 53 anos de idade, que trabalha no mercado há 30 anos. Seu Elias vive da produção de hortaliças em sua roça. Quando a colheita é produtiva ele vende em outras cidades. Ele guarda seus produtos na barraca da vizinha, e se orgulha em dizer que a feira livre é uma “*comunidade*”, onde cada um ajuda como pode.

Boa parte dos feirantes de Santo Amaro trabalha com sua própria família para conseguir o sustento da casa. Como o caso da vendedora Marjori de Jesus, mulher muito gentil e sorridente que trabalha no Mercado desde os oito anos de idade, junto ao seu pai que foi feirante por 50 anos e hoje é falecido. Ela vive do seu trabalho no mercado, vendendo verduras, hortaliças e legumes. E define a feira livre como um ambiente bom, mas que poderia ser mais limpo.

Originários de Feira de Santana, seus produtos são armazenados na sua própria barraca. Alguns deles plantam seus próprios produtos, porém, a maioria compra de cidades próximas e vendem no mercado. Há também pessoas como Maria das Neves, que tanto compra como planta seus produtos. Dona Maria nasceu em Santo Amaro, tem 51 anos de idade e atua na feira livre há

28 anos. A mesma acha o mercado um pouco desorganizado, sendo também um bom lugar para trabalhar.

3 MERCADORIAS

A maioria dos feirantes conserva suas mercadorias no próprio ambiente onde trabalham. As mercadorias passam a noite dentro de caixotes no interior das barracas de madeira que permanecem fixas no local. Os espaços que essas barracas possuem são compartilhados entre vários vendedores. Pelo fato de não haver segurança noturna, muitas vezes os vendedores têm seus produtos saqueados, suas barracas abertas, acarretando prejuízos. Até chegar às barracas dos feirantes, as mercadorias passam por vários processos.

Alguns feirantes plantam seus próprios alimentos, porém, a maioria compra de cidades próximas e vendem na feira livre. A diversidade de alimentos varia entre formas e cores distintas, sempre coloridas e arrumadas de uma forma a atrair os olhares do freguês. Os mais vendidos são as frutas, verduras, legumes, temperos, frutos do mar e tubérculos. Um bom feirante possui informações precisas sobre os usos e funções de cada alimento comercializado. Um dos objetivos da presente pesquisa está em descrever a cadeia produtiva de algumas das mercadorias, buscando fazer um mapeamento do perfil dos produtos comercializados: se adquiridos no próprio município; se cultivados e\ou extraídos pelo próprio feirante; se plantados em áreas de seu próprio núcleo familiar, dentre outras.

Abaixo segue uma tabela preliminar dos principais produtos comercializados na feira que poderão ser objeto de análise.

ALIMENTOS ENCONTRADOS NA FEIRA LIVRE	
FRUTAS	Abacate, Melancia, Manga, Goiaba, Jaca, Melão, Morango, Banana, Caqui, Pera, Abacaxi, Maracujá, Mamão, Limão, Uva verde, Uva roxa, Laranja, Tangerina, Lima, Acerola.
RAÍZES	Batata doce, Beterraba, Mandioca.
HORTALIÇAS	Acelga, Agrião, Alface, Couve-manteiga, Couve-Flor, Espinafre, Repolho, Rúcula.
TEMPEROS	Açafrão, Alecrim, Alho, Canela, Cebolinha, Cheiro-verde, Coentro (erva), Cominho, Cravo, Erva-doce, Hortelã, Louro, Gengibre, Manjeriçã, Noz-moscada, Salsa, Orégano.

4 OBJETIVO GERAL

Analisar a feira livre e suas características como um lugar comercial, histórico, cultural e social. Ressaltar o papel do feirante como fundamental para a existência da feira livre, evidenciando sua condição de informalidade e mostrando sua trajetória de vida, experiências e vivências no contexto da feira.

4.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Descrever a trajetória e o histórico de vida dos feirantes; Ambientar a feira livre como lugar social e cultural; Analisar a cadeia produtiva das mercadorias;
- Pesquisar sobre o ramo alimentício dentro do mercado informal; Problematizar a condição de informalidade dos feirantes; Ressaltar a função do setor informal em meio à crise econômica.

5 JUSTIFICATIVA

Sendo iniciante no campo da pesquisa e moradora da cidade de Santo Amaro, percebo uma grande teia de relações e significados na trajetória dos feirantes, junto com a história que se esconde por detrás de cada banca dos variados produtos, e os motivos que fizeram com que homens e mulheres estivessem ali. A sociabilidade que acontece há anos no cotidiano da feira me chamou atenção ao ponto de querer enfatizá-la no sentido de “comunidade”. Além disso, o presente trabalho aborda um tema pouco explorado e, ao mesmo tempo, de grande pertinência da realidade brasileira, ou seja, o trabalho informal a partir das vivências dos feirantes da cidade.

Investigar a realidade social dos feirantes de Santo Amaro contribui para a valorização de uma prática central e centenária na região. Desenvolver essa pesquisa acadêmica significa compreender os aspectos que estruturam essa sociedade tanto do ponto de vista dos próprios feirantes quanto da sociedade em geral. Ressaltar a trajetória de vida dessas pessoas e descrever as suas rotinas em meio às dificuldades e preconceitos é de significativa relevância para a conscientização de uma sociedade humanitária, que visa a resistência de um legado que é perpetuado cotidianamente pela população da cidade.

6 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

As feiras livres fazem parte da tradição e da história das cidades. Para Singer (1987), a economia de mercado é muito antiga e desde os primórdios as diferentes sociedades organizavam sua vida econômica sob forma de produção especializada de bens que eram intercambiados em feiras sazonais de mercados permanentes. As feiras eram realizadas ora em mercados locais (comércio de curta distância), ora em feiras periódicas ou fixas, as quais atraíam caravanas de mercadores. O termo feira

deriva do latim “feria” e significa dia santo, feriado ou dia de descanso, posto que os comerciantes das feiras medievais, preocupados em vender o excedente da produção, se reuniam próximo das Igrejas aos domingos (dia do senhor) para comercializar seus produtos, já que eram os locais que apresentavam o maior fluxo de pessoas.¹

¹ Conforme <https://www.todamateria.com.br/historia-e-origem-das-feiras/>. Acesso: 11 de dezembro de 2017

Apesar da crescente transformação e internacionalização das redes de comércio e trocas oriundas do desenvolvimento industrial (determinando a criação de grandes redes de hipermercados e compras virtuais), as feiras livres não foram desvanecidas, carregando consigo características fiéis a sua tradição e identidade. Nesse sentido, há quem acredite que as feiras livres são coisa do passado e que em algumas cidades só trazem mais transtornos do que benefícios. A realidade mostra o engano de quem defende esta posição e prova que não inventaram um substituto à sua altura. As feiras livres são ainda imprescindíveis para o abastecimento da população e sua longevidade está plenamente garantida. (ANDRADE; PINHEIRO; SILVA, 2008).

Araújo e Barbosa (2004) afirmam que historicamente mercados e feiras “adquiriram uma importância muito grande que ultrapassa seu papel comercial, transformando-se, em muitas sociedades, num entreposto de trocas culturais e de aprendizado, onde pessoas de várias localidades congregavam-se estabelecendo laços de sociabilidade” (2004, p. 2).

Clifford Geertz (1988) busca caracterizar o mercado como um tipo especial de economia. A troca inserida no sistema do mercado é definida como qualquer relação onde dois ou mais indivíduos trocam algo, envolvendo ou não dinheiro, incluindo relações de compra ou venda diárias. Arjun Appadurai (2008) enfatiza a “vida social” das mercadorias, tomando-as como “cultura material”. Segundo o autor, as mercadorias são peças-chave para entendermos o sistema econômico em que vivemos. Por isso a importância em construir um sentido de mercadoria com base em todos os aspectos que lhe rodeiam e fornecem estrutura para existir socialmente. Um dos interesses do autor é pensar a mercadoria de forma integrada e a partir dos seus fluxos.

Com a movimentação dos feirantes junto a transitoriedade dos fregueses, se torna impossível a ausência de interação: o clima ativo da feira incentiva a comunicação entre pessoas, tornando-as próximas e fortalecendo relações de confiança entre feirantes e compradores. É nesse sentido que pensamos o mercado como um “lugar”, espaço vivido de experiências e trocas múltiplas. Segundo Archela *et all* (2004), “como parte do espaço, o lugar é ocupado por sociedades que ali habitam e estabelecem laços tanto no âmbito afetivo, como também nas relações de sobrevivência (...) O lugar é o espaço que se torna familiar às pessoas, consiste no espaço vivido da experiência”(2004, p. 129-130).

E é pensando a feira livre do Mercado de Santo Amaro como um “espaço vivido da experiência” que pretendemos desenvolver a presente pesquisa. A feira de Santo Amaro é

caracterizada pela informalidade comercial que abrange um tipo especial de economia, onde há uma ligação direta com a cultura e sociedade local, valores sociais e econômicos se mesclam, podendo ser avaliados e renegociados através do contato pessoal que permite uma interação entre comerciante e consumidor. A feira é também uma oportunidade de emprego para pessoas que não trabalham no mercado formal, sendo que algumas pessoas conhecem a realidade da feira desde crianças, onde acompanham o comércio de rua com seus familiares, ajudando e pegando gosto pela venda. Assim é que

entre as várias estratégias utilizadas, atividades no âmbito da economia informal surgem como possibilidades concretas. Consoante a criatividade, as oportunidades de mercado e as circunstâncias objetivas e subjetivas em que são exercidas essas atividades, há uma vasta amplitude de ocupações que podem ocorrer na economia informal, o que torna desafiador homogeneizá-las num mesmo campo conceitual. (SANTOS *et all* 2014);

É essa característica da feira de Santo Amaro o que leva a presente pesquisa ao tema da informalidade. Na perspectiva antropológica e etnográfica, a contribuição de pesquisas como a de Moisés Kopper (2015) e Santos *et all* (2010) são importantes para a discussão sobre a definição conceitual do termo “informalidade”, bem como os vários contextos de mercados informais. Através de pesquisas de campo em diferentes cidades, eles buscam entender a relação entre sujeitos, objetos e lugares.

É importante mencionar que, conforme a Organização Internacional do Trabalho, um trabalho é informal quando o trabalhador não possui vínculo ou benefício fornecido por uma empresa, não tendo carteira assinada, renda fixa e direito às férias pagas. Conforme dados da OIT, existem mais de 300 milhões de trabalhadores informais no mundo, sendo que mais de 30 milhões são brasileiros.

A exclusão do trabalhador do mercado de trabalho formal (que conforme a Organização Internacional do Trabalho – OIT –, compreende atividades ocupacionais regulamentadas e protegidas) leva muitas pessoas a recorrer a formas alternativas de vivência fora dos padrões de regulação e proteção. Entre as várias estratégias utilizadas, as atividades no âmbito da economia informal surgem como possibilidades concretas. O caso da feira de Santo Amaro é um desses exemplos que pretendemos investigar.

7 METODOLOGIA

O projeto será realizado no período de três anos, as etapas dessa pesquisa compreendem: pesquisa etnográfica, revisão bibliográfica, pesquisa quantitativa e análise de dados oficiais sobre o Mercado e o trabalho informal no Brasil e em Santo Amaro. Mediante “observação participante” pretende-se observar a feira livre de perto, penetrar na vida e na vivência dos feirantes para compreendê-los melhor. Com a pesquisa de campo pretende-se recolher os dados a partir de fontes etnográficas a partir das pessoas que conhecem e vivenciam a feira.

Para entender a realidade do Mercado é preciso ir além das teorias ou descobertas já formuladas sobre o tema. Deve-se observar o que os praticantes da feira livre de Santo Amaro fazem. Sua rotina, costumes, estratégias de vendas e vocabulários, estabelecendo relações, observando cada detalhe que compõe a feira livre, para a obtenção de uma “descrição densa” do objeto de pesquisa. Segundo Clifford Geertz (1926), fazer a etnografia é como tentar ler (no sentido de "construir uma leitura de") um “manuscrito estranho, desbotado, cheio de elipses, incoerências, emendas suspeitas e comentários tendenciosos, escrito não com os sinais convencionais do som, mas com exemplos transitórios de comportamento”.

Emitir uma descrição densa sobre o objeto de pesquisa possibilita alcançarmos distintas informações ligadas umas as outras para assim entendermos a sua essência. Acreditando, como Max Weber, que o homem é um animal amarrado a teias de significados que ele mesmo teceu, Geertz assume a cultura como sendo essas teias e a sua análise: não como uma ciência experimental em busca de leis, mas como uma ciência interpretativa à procura do significado. Um simples olhar é capaz de absorver muita coisa, um olhar “disciplinado” à etnografia é capaz de absorver muito mais. Cada detalhe é visto atenciosamente pelo pesquisador, indo além do que se vê e relacionando o conhecimento teórico com a prática.

Um bom pesquisador deve saber ouvir e saber esperar o momento de falar, questionar. Acompanhando o ritmo da entrevista, atento às expressões e gestos e silêncios. A gentileza é essencial para um bom diálogo: manter uma relação aberta e confiável faz com que o entrevistado se sinta a vontade para contar seu testemunho. A escrita é uma forma de fixar tudo que vemos e ouvimos, cada detalhe que ocorre rapidamente durante nossa observação (CARDOSO DE OLIVEIRA, 2000). Para escrever sobre outros povos e outras vidas é preciso

muita cautela na forma em que descrevemos e interpretamos a realidade observada no campo, que pode ganhar ou não outro sentido quando se passado para o papel. Por isso o projeto de pesquisa será apresentado previamente aos feirantes do Mercado, prezando pela ética e pelo mútuo consentimento.

Serão pesquisadas também fontes escritas, como jornais, documentos oficiais, pesquisas que foram realizadas mencionando o mercado e o tema do trabalho informal na cidade. Serão elaboradas entrevistas semi-estruturadas para abranger alguns informantes a serem escolhidos, bem como um roteiro de questões a ser respondido². Buscarei também informações da prefeitura municipal sobre os recursos que são oferecidos ao Mercado, aplicando um roteiro de perguntas aos profissionais do poder público.

8 CRONOGRAMA

PERÍODO	2018	2019	2020
Pesquisa etnográfica do Mercado	X	X	X
Revisão de literatura	X	X	
Entrevistas	X	X	
Definição dos capítulos		X	
Análise de dados	X	X	X
Redação final			X
Entrega			X

² Um documento preliminar do roteiro de questões está em anexo.

REFERÊNCIAS

- ARAÚJO, Patrícia Cristina de Aragão e BARBOSA, Letícia Rameh. **Feira, lugar de cultura e educação popular**. In: Revista “Nova Atenas” de Educação Tecnológica. Volume 07, Número 02, jul/dez/2004. Disponível em: www.paulofreire.org.br/pdf/comunicacoesorais>. Acesso em: 29 maio 2007.
- ARCHELA, R. S. et al. **O lugar dos mapas mentais na representação do lugar**. Disponível em: www.geo.uel.br/revista. Acesso em 16/03/2006.
- APPADURAI, Arjun 2008 “Introdução: mercadorias e a política de valor”. In_____. (org.), **A vida social das Coisas: as mercadorias sob uma perspectiva cultural**. Niterói, Eduff, pp. 15-88.
- BOSSÉ, Mathias Le. **As questões de identidade em geografia cultural**. 1968.
- BRAUDEL, Fernand. **O jogo das trocas**. Civilização material, economia e capitalismo: século XV-XVIII. São Paulo, Martins Fontes, 1996.
- CARDOSO DE OLIVEIRA, Roberto. **O trabalho do antropólogo**. 2. Ed. / Roberto Cardoso de Oliveira. Brasília: Paralelo 15; São Paulo Editora UNESP, 2000. 220p.
- CORRÊA, Roberto Lobato, ROSENDAHL, Zeny (Org.). **Paisagens, textos e identidade**. Rio de Janeiro, EDUERJ, 2004. p. 157-179.
- CORRÊA, Roberto Lobato e ROSENDAHL, Zeny (org.). **Religião, identidade e território**. Rio de Janeiro. editora: UERJ, 2001. p. 93-113.
- GEERTZ, Clifford. **A Interpretações das Culturas**. Rio de Janeiro, Guanabara Koogan, 1989. _____, Suq: **the bazaar economy in Sefrou**. In: **Geertz, Clifford et al. Meaning and order in Moroccan society: three essays in cultural analysis**. New York, Cambridge University Press, 1979. p.123-313.
- GOMES, Paulo César da Costa. **A cultura pública e o espaço: desafios metodológicos**. 2001.
- RIBEIRO, Eduardo Magalhães (coord.). **Feiras do Jequitinhonha: mercados, cultura e trabalho de famílias rurais no semi-árido de Minas Gerais**. Universidade Federal de Lavras, Fotalenza, 2007.
- SANTOS, Moisés. MESQUITA, Odilon Pinto Filho. MOREIRA, Jussara Tânia Silva. **“Fala aí, freguês!”: Estratégias de Comunicação na Feira Livre de Itapetinga-Bahia**. 2010.
- SANTOS, João Bosco Feitosa dos; MACIEL, Regina Heloisa Mattei de Oliveira; SATO, Leny. **Trabalhadores informais e a formação de redes socioprodutivas (RSP): considerações teórico-empíricas**. Contemporânea – Revista de Sociologia da UFSCar. São Carlos, v. 4, n. 2, jul-dez 2014, pp. 325-350.

APÊNDICE

APÊNDICE - Roteiro de perguntas

Nome: _____ Idade: _____ Cor/Raça: _____

Naturalidade: _____ Cidade Atual: _____

Gênero: _____ Profissão: _____

Estado Civil: _____ Renda Mensal: _____

1. Por que você trabalha na feira livre de Santo Amaro?

2. Há quanto tempo você trabalha na feira?

3. No contexto da feira, como as pessoas te chamam?

4. No contexto da feira, qual o nome que você usa para se referir aos consumidores?

5. Você trabalha na feira com algum membro de sua família? Qual?

6. Seus pais, avós ou bisavós já trabalhavam como feirantes?

7. Você tem filhos (as)? Se sim, eles (as) trabalham na feira?

8. Que histórias você conhece sobre a formação do Mercado e da cidade de Santo Amaro?

9. Você tem casa própria ou paga aluguel?

10. Você gosta de ser feirante?

11. Você já trabalhou em outros lugares?

12. Quantos dias na semana você trabalha?

13. Qual horário que você inicia e finaliza seu trabalho na feira?

14. Você trabalha ou já trabalhou como agricultor (a)? Se sim, em suas próprias terras ou nas terras de terceiros?

15. De onde vêm suas mercadorias?

16. Que tipo de mercadorias você vende?

17. Onde você armazena suas mercadorias?

18. Como você lida com a concorrência?

19. Você se considera um (a) trabalhador (a) informal?

20. Você já esteve desempregado (a)?

21. A crise econômica vivida atualmente no Brasil afetou o seu trabalho?

22. Você tem horário de almoço? Onde faz suas refeições?

23. Suas vendas são sempre ativas? Qual a estação em que há mais lucro?

24. Você já sofreu preconceito durante as suas vendas na feira livre?

25. Você já trabalhou de carteira assinada?

26. Você tem outra fonte de renda?

27. Você recebe algum benefício de algum programa dos governos municipal, estadual e federal?

28. Qual a sua avaliação sobre a Prefeitura de Santo Amaro em relação ao seu trabalho?

29. Você tem algum método para atrair fregueses? Quais?

30. Como você define a rotina de um feirante?

31. Se você pudesse, trabalharia em outro ramo? Qual?

ANEXO

ANEXO - Fotos**Figura1** - Feira livre no mercado de Santo Amaro- BA (Março de 1985)

Fotógrafo: Nailton Oliveira Santos.

Figura 2 - Feira Livre (2000)

Fotógrafo: Nailton Oliveira Santos

Figura 3 - Enchente do mercado de 1958



Fotógrafo: Nailton Oliveira Santos.

Figura 4 - Feira Livre de Santo Amaro - BA (2017)



Fotógrafa: Caroline Vitória.

Figura 5 - Rio Subaé (2000)



Fotógrafo: Nailton Oliveira Santos.

Figura 6 - Feirante Maria das Neves (2017)



Fotógrafa: Caroline Vitória.

Figura 7 - Elias dos Santos Costa de Jesus



Fotógrafa: Caroline Vitoria

Figura 8 - Feirante Marjori de Jesus



Fotógrafa: Caroline Vitória.

Figura 10 - Feira Livre de Santo Amaro (2000-2004)

