

CONSIDERAÇÕES SOBRE A DÁDIVA E SOCIABILIDADES: INCURSÕES NA FEIRA-LIVRE

Márcio Nicory Costa Souza

RESUMO: Este texto é produto de uma pesquisa sobre a Feira de São Joaquim, feira-livre localizada na Cidade Baixa, em Salvador, Bahia. A partir da observação direta realizada por meio de várias incursões ao sítio da Feira, além de entrevistas com feirantes e consumidores, buscamos a compreensão das relações que se estabelecem às trocas comerciais, e de como e com o que circulam as coisas/mercadorias na Feira. Recorrendo ao aporte teórico da Antropologia/Sociologia, da dádiva e dos estudos simmelianos sobre as sociabilidades, pretendemos descrever e apresentar considerações sobre as dimensões simbólicas das trocas efetuadas no *locus* da feira-livre.

PALAVRAS-CHAVE: Dádiva-reciprocidade; Sociabilidades; feiras-livres; Feira de São Joaquim.

1 INTRODUÇÃO

O objetivo deste texto é apresentar considerações sobre as dimensões da dádiva e das sociabilidades - a partir das formulações de autores como Marcel Mauss e Georg Simmel e conforme os estudos sócio-antropológicos sobre feiras-livres e mercados - a respeito das tessituras inscritas às trocas comerciais. Aos mercados, às trocas econômicas, racionalizadas e mediadas pela cultura monetária, misturam-se trocas simbólicas, estruturantes e revigorantes, especificando estes espaços de comércio.

Para tal, detemo-nos, descritivamente, nas observações diretas feitas sobre trocas comerciais na feira-livre de São Joaquim, sobre o cotidiano do local, localizado num istmo do aterramento de parte da Cidade Baixa, em Salvador, Bahia. Feira esta, detentora de uma longa e intrincada participação/atribuição ou papel na história do comércio/abastecimento como *locus* de provisionamento ou pólo aglutinador e dispersor de mercadorias da cidade da Bahia e de sua hinterlândia imediata, o Recôncavo Baiano¹. Buscamos compreender como e com o que circulam as coisas, as mercadorias, procurando demonstrar que elas circulam e não se encerram em trocas simples, mas imbricam-se em direitos, obrigações, intencionalidades e retribuições.

¹ Conforme discussão realizada em: SOUZA, Márcio N. C. São Joaquim: resquício, combinação ou "síntese insular" do Recôncavo baiano? In: _____. A teia da Feira: um estudo sobre a feira-livre de São Joaquim, Salvador, Bahia. Salvador, 2010. Dissertação de Mestrado - PPGCS-UF

2 NEM TUDO É SÓ UTILIDADE: CONSIDERAÇÕES SOBRE A DÁDIVA

É sabido que a reciprocidade é exigida nos atos sociais e intensamente sentida pelos indivíduos em todas as sociedades e em todas as civilizações. E mais, uma grande parte das regras e instituições sociais tem como fim organizar e codificar tais trocas. Nessa perspectiva, a troca pode ser pensada como uma relação social elementar e fundamental².

É consequência "profetizada" e observada que, à medida que nossa "sociedade se racionaliza", especializa-se, especifica-se - processos sociais observados por todos os autores fundantes da sociologia como ciência. A atividade econômica tente à autonomização frente aos demais aspectos da vida social. Entretanto, é possível ressaltar que "ainda uma quantidade de ocasiões [e situações] em que há uma estreita mistura de troca econômica e de troca social" (MENDRAS, 2004, p. 263). Quais seriam esses momentos, ocasiões ou situações? E onde eles estão, se realizam?

² Sintético trecho sobre a presença da dádiva nas trocas sociais de nossas vidas: "Os economistas estudam as trocas de bens raros, e os etnólogos deram inúmeras descrições de cerimônias e de ritos de trocas em povos variados. [...] há pessoas com que trocamos e com quem nos casamos, e aquelas com quem estamos em guerra. [...] Entre os dois extremos - o casamento e a venda - há todas as formas de trocas que misturam intimamente, de modo indissociável, o aspecto "econômico" e o aspecto "social". [grifos nossos] (MENDRAS, 2004, p. 261-262)

A teoria da reciprocidade é “a base estrutural para se entender a sociabilidade humana nos seus aspectos de reprodução social, produção econômica e comunicação” (GOMES, 2008, p. 94). Na leitura de Mércio Gomes, “a de compra e venda. As coisas têm ainda um valor sentimental além de seu valor venal, tanto é que há valores que pertencem somente a este gênero. **Não temos apenas uma moral de comerciantes.** Restam-nos pessoas e classes que guardam ainda os costumes de outrora, e quase todos dobramo-nos a eles, pelo menos em certas épocas do ano ou em determinadas ocasiões. [grifos nossos] (MAUSS, 1974, p. 163)

No capítulo IV, “Conclusão”, na primeira seção “Conclusões da Moral”, Mauss inicia com uma sentença: “é possível estender essas observações às nossas próprias sociedades”. Seguido de: “uma parte considerável de nossa moral e mesmo de nossa vida continua estacionada nesta mesma atmosfera da dádiva, da obrigação e da liberdade misturadas”. E passa a descrever constatações: “A dádiva não retribuída ainda inferioriza aquele que a aceitou, sobretudo quando é recebido sem espírito de retribuição” [...] O convite deve ser retribuído, bem como a gentileza” (*idem*, p. 163); “nessa vida à parte que é a nossa vida social, nós mesmos não podemos ‘ficar atrás’, como ainda dizemos. É preciso retribuir com mais do que foi recebido. A ‘volta’ é sempre mais cara e maior”; “O convite deve ser feito e deve ser aceito. Temos ainda esse costume, mesmo em nossas corporações liberais” [...] As coisas vendidas têm ainda uma alma, seguidas pelo antigo proprietário e o seguem.” (*idem*, p. 164). Misturada ou mesclada às nossas práticas, a dádiva faz-se presente. Na modernidade, para Mauss, a dádiva parece estar de certa maneira embutida na compra e na venda. São lógicas, ao contrário, não excludentes: “as coisas vendidas têm uma alma” (*idem, ibidem*).³

³ “Não é apenas o hábito de presentear, oferecer hospitalidade ou dar festas que permanece entre nós, mas toda uma moral, derivada da intersubjetividade que estas relações implicam. Se, em determinados contextos, há conflitos entre as lógicas da dádiva e da mercadoria, em outros pode haver complementaridade. Há instâncias onde cada uma dessas ideias opostas se verifica, a mercadoria ora pressupondo ora destruindo a dádiva.” (LANA, 2000, p. 189)

Na crítica ao utilitarismo, desde os fundamentos da escola sociológica francesa, com Durkheim rechaçando o utilitarismo spenceriano e desprezando as abstrações da economia política, segue Mauss⁴ reafirmando que a ordem social é irreduzível à ordem econômica e contratual, no esteio da crítica ao utilitarismo econômico:

Foram nossas sociedades ocidentais que, muito recentemente, fizeram do homem um “animal econômico”. **Mas não somos ainda todos seres desse gênero.** Em nossas massas como em nossas elites, a despesa pura e irracional é prática corrente; é também característica de alguns fósseis de nossa nobreza. **O homo oeconomicus não está atrás de nós, mas à nossa frente, como o homem da moral e do dever, como o homem da ciência e da razão. O homem foi durante muito tempo outra coisa, e não faz muito tempo que ele é uma máquina, complicada como uma máquina de calcular.** [grifos nossos] (*idem*, p. 176-177)

A crítica ao utilitarismo volta-se à desconstrução do mito de uma “economia natural” anteriormente existente, desde sempre, encabeçado por um *homo oeconomicus* que agiria mobilizado por interesses individuais e egoístas. Vários autores (GODBOUT, 1998; CAILLÉ, 1998; MARTINS, 2008) concordam no entendimento dessa como a mais importante crítica de Mauss ao utilitarismo. Os bens que circulam na sociedade não são apenas materiais, mas, sobretudo, simbólicos. “Assim, na organização da prática social, há sempre dois bens em circulação: um material, a coisa dada, um simbólico, a intenção oferecida” (MARTINS, 2008, p. 118). É um equívoco reduzir as origens da vida social à ideia de uma “economia natural”, a partir de um

⁴ Segundo Caillé (1998), até Mauss, a sociologia clássica teria operado uma consistente crítica ao utilitarismo econômico, o que denomina de antiutilitarismo crítico ou negativo: sendo infecundo em transformá-lo em um paradigma construtivo, positivo-propositivo. Seria frágil o antiutilitarismo crítico precisamente por sua incapacidade em construir conceitos e hipóteses compartilhadas por todos os investigadores, permanecendo na crítica.

homo oeconomicus essencial⁵.

No *Ensaio*, Mauss demonstra que em diferentes sociedades, trocar é mesclar, misturar as almas, tornando possível a comunicação entre os homens, os contatos, a sociabilidade, o intersubjetivo. Nestas, regras são estabelecidas viabilizando e ritualizando essa comunicação entre as pessoas. E, para Mauss, essas regras aparecem simultaneamente na moral, no direito, na religião, na economia, na política ou em qualquer outro âmbito da vida social. E, com a noção de fato social total, mesmo que isolemos o aspecto econômico de uma troca, perceberemos que ela implica sempre em algo mais, no religioso, no moral, na política etc.

Isto é, tudo que se troca - tudo o que se dá, que se recebe ou que se retribui - é carregado de sentidos duplos: as palavras são pronunciadas com gestos expressivos, os presentes são dados com boas ou más intenções, as ordens são proferidas com sentimentos de orgulho ou de baixo-estima, as mercadorias são vendidas com imagens de sedução ou de repulsão. Pela associação do dom com o simbolismo generalizado, Mauss conseguiu demonstrar que as coisas materiais ofertadas, as hospitalidades dadas e os serviços prestados são plenos de significações que, num lado, favorecem a aliança e o vínculo e, no lado contrário, a inimizade. (*idem*, p.120)

O mercado, na forma em que se opera nas sociedades capitalistas, como ressalta Polanyi (1980), é novidade na história da humanidade. A postura ou o comportamento para o lucro e o ganho nas trocas “jamais desempenharam um

⁵ Thompson (1998, p. 151-152) chama de “reduccionismo economicista crasso” a visão redutora do homem econômico. Ao pensar na multidão inglesa no século XVIII, Thompson elabora o conceito de economia moral, definida como “uma visão consistente tradicional das normas e obrigações sociais, das funções econômicas peculiares a vários grupos na comunidade”, refere-se a pressupostos morais. Thompson descarta a imagem abreviada do homem econômico ao ter ciência do intrincado e delicado tecido das normas sociais e das reciprocidades que regulam a vida cotidiana no século XVIII; rejeita o reduccionismo econômico que desabona a complexidade do ser social “homem” ao considerar o homem da “multidão” um impulsivo que age exclusivamente por força de componentes não-sociais, naturais.

papel importante na economia humana”. A pura troca seria um “ideal”.

A alegada propensão do homem para a barganha, permuta e troca é quase que inteiramente apócrifa. A história e a etnografia conhecem várias espécies de economia, a maioria delas incluindo a instituição do mercado, mas elas não conhecem nenhuma economia anterior à nossa que seja controlada e regulada por mercados. O papel desempenhado pelos mercados na economia interna de vários países, parece, foi insignificante até época recente e a mudança total para uma economia dominada por padrões de mercados ficará ainda mais ressaltada. (POLANYI, 1980, p. 60)

A economia do homem, como endossa Polanyi, está submersa ou recheada por suas relações sociais. O homem não age dessa forma para “salvaguardar seu interesse individual na posse de bens materiais, ele age assim para salvaguardar sua situação social, suas exigências sociais, seu patrimônio social” (*ibidem*, p. 61).

O cálculo, o controle, o registro, necessários e presentes em nossas economias de mercado, inexistem ou são relegados a segundo plano em muitas sociedades nas quais “a reciprocidade e a redistribuição são capazes de assegurar o funcionamento de um sistema econômico sem a ajuda de registros escritos e de uma complexa administração” (POLANYI, 1980, 63-64). Nem por isso deixam de ser complexas e pulverizadas de complicadas e intrincadas regulações sociais. Os mercados aparecem como apenas um acessório de uma estrutura institucional regulada e controlada pela autoridade social, pelas hierarquias sociais. É um equívoco identificar toda a economia humana com a nossa instituição social do mercado, afirma Polanyi⁶.

⁶ A leitura de Fernand Braudel sobre a dinâmica do capitalismo - seu surgimento e expansão (ou caráter histórico) - compartilha dessa perspectiva anti-utilitarista. Para ele, “[...] o capitalismo não inventa as hierarquias, utiliza-as, do mesmo modo que não inventou o mercado ou o consumo. Ele é, na longa perspectiva da história, o visitante da noite. Chega quando tudo já está em seus devidos lugares. Por outras palavras, o problema em si da hierarquia supera-o, transcende-o, comanda-o de antemão. E as sociedades não-capitalistas não suprimiram, ai de nós!, as hierarquias.” (BRAUDEL, 1987, p. 50)

Assim como Polanyi, Mauss também generaliza as noções de mercado e contrato. Para ambos, o mercado sempre existiu, mas o seu papel fora, na maior parte do tempo, apenas incidental na vida econômica. Mauss voltou-se ao entendimento da diversidade das formas de troca, da “natureza” das transações humanas. O estudo de várias sociedades permitiu a compreensão de que a garantia dos meios materiais para satisfazer as necessidades era realizada pela reciprocidade e redistribuição. Diferente das noções de mercado e contrato, o *homo oeconomicus*, a “economia natural” e o “estado de natureza” nada têm de universais ou essenciais, conforme citação abaixo:

Nas economias e nos direitos que precederam os nossos, **não constatamos nunca, por assim dizer, simples trocas de bens**, de riquezas ou de produtos no decurso de um mercado entre indivíduos. Em primeiro lugar, **não são os indivíduos, e sim coletividades que se obrigam mutuamente, trocam e contratam** [...] Ademais, **o que trocam não são exclusivamente bens e riquezas, móveis e imóveis, coisas economicamente úteis**. Trata-se, antes de tudo, de gentilezas, banquetes, ritos, serviços militares, mulheres, crianças, danças, festas, **feiras em queo mercado é apenas um dos momentos** e onde a circulação de riquezas constitui apenas um termo de um contrato muito mais geral e muito mais permanente. [grifos nossos] (MAUSS, 1974, p. 44-45).

Eis o sistema de prestações totais, como nomina Mauss. Eis outra contribuição fundamental de Mauss: a de que a vida social não é só circulação de bens, mas também de pessoas, nomes, palavras, visitas, títulos, festas etc. As trocas não são só materiais, mas simbólicas. As prestações são tanto materiais como espirituais ou valorativas. A exemplo dos prenomes e dos sobrenomes em nossa sociedade, como lembra Marcos Lana (2000). Estes são pouco alienáveis e circulam menos que os prenomes, mas carregam em sua circulação enorme valor.

A circulação de bens segue a dos homens, das mulheres e das crianças, dos banquetes, dos ritos, das cerimônias e das danças, e até mesmo a das pilhérias e injúrias. No fundo, ela é uma só. Se se dão e se retribuem as coisas, é porque se dão e se retribuem “respeitos” – dizemos ainda “gentilezas”. Mas é também porque o doador se dá ao dar, e, se ele se dá, é porque ele se “deve” – ele e seu bem – aos outros. (MAUSS, 1974, p. 129)

3 AS TROCAS COMERCIAIS-SIMBÓLICAS E AS SOCIABILIDADES

O esquema marxista do M - D - M, mercadoria por dinheiro e dinheiro por novas mercadorias, representa uma compreensão sobre a troca. Para Marx, é o modo de produção capitalista, hegemônico, mesmo que não homogêneo, que impõe uma troca de mercadorias sob a forma monetária: “vender para comprar” é reproduzir o sistema capitalista. Marx parte daquilo que é mais evidente no capitalismo, aquilo que é mais aparente, a mercadoria: “à primeira vista, a riqueza burguesa aparece como uma enorme acumulação de mercadorias, e a mercadoria isolada como seu modo de ser elementar” (1984, p. 31).⁷ O objetivo de Marx é desvelar no valor (de troca e de uso) a substância da mercadoria. Para além do aparente, eis que nesta “substância”, o seu conteúdo é a relação social básica da economia capitalista: a relação entre coisas é que aparece, a essência revela a relação entre pessoas. É na troca que o caráter social do trabalho se revela somente na relação de troca entre produtos. Dessa forma, a mercadoria encerra uma contradição entre valor de uso e valor.

Marx e outros autores nos ensinaram que a sociedade moderna ocidental se caracteriza por um desenvolvimento sem precedentes na história da humanidade, das

⁷ “O próprio começar pela análise da mercadoria, fora das relações capitalistas, encerra especial relevância. [...] a justificação lógica do procedimento: tratava-se de demonstrar que o desenvolvimento das formas do valor conduz necessariamente ao dinheiro e ao capital” (GORENDER, 1982, p.13)

relações mercantis – mesmo que o homem, para o marxismo, não seja, em sua essência, nem nunca tenha sido, em sua existência, de bom grado capitalista. Vimos que para Mauss, a moral dos comerciantes não se constitui como a única moral. Para Durkheim e Mauss, a troca se define por um processo de dádiva e contra-dádiva, do dar para receber.

Ora, os homens trocam entre si valores, isto é, “desfazem-se” de objetos que lhes pertencem àquilo que eles valem. Para Simmel, o sacrifício funda psicologicamente o valor. É precisamente aí, na leitura de Ferréol e Noreck (2007), que Simmel se diferencia dos demais clássicos. A forma geral de socialização que constitui a troca representa a forma *sui generis* do laço social. Isto é, é preciso partir do indivíduo para perceber a troca. Ora, se o indivíduo se entrega à troca, é porque algo ele ganha, qualquer que seja o resultado material. O “algo mais” é a comunicação. Para Simmel, é a comunicação que confere sentido aos seres e às coisas: tem finalidade própria e justifica por si só o elo social.

O dinheiro revela a essência do elo social, mas, principalmente, a essência da subjetividade humana em geral. Na perspectiva de Simmel, a vida econômica explica a cultura espiritual. Com isso, o autor reconhece que as formas econômicas são resultado de valorizações e dinâmicas mais profundas.⁸

Mas, como o dinheiro entrou nessa história toda? O dinheiro aparece no mundo dos valores como uma forma de diluir os constrangimentos proporcionados pelo escambo, como um instrumento definido pelas suas funções de unidade de medida, meio de pagamento e reserva de valores – como um facilitador das trocas. Tornando um instrumento de valorização privilegiado, acabou por dominar o mundo dos valores. Com o preço, fixa-se o valor dos objetos e se revela a “escala” de preferências dos membros da coletividade.

Como toda forma, o dinheiro se

⁸ Percebe-se, nessa intenção, a vontade que tem Simmel de abordar todos os pontos de vista possíveis e escavar o mais profundamente a ‘alma humana’ para explicar um fenômeno social” (FERRÉOL; NORECK, 2007, p. 57)

autonomiza e desenvolve suas leis próprias. “A função da troca, enquanto interação direta entre os indivíduos, cristaliza-se sob a forma do dinheiro como estrutura independente” (SIMMEL, s.d, p. 175 apud FERRÉOL; NORECK, 2007, p. 58). São essas leis que criaram, para Simmel, a economia.

Para ele, o postulado utilitarista de que “cada um é elevado por seus interesses às trocas do mercado”, desenvolvido pelos economistas clássicos, é resultante de um longo processo histórico⁹: de uma socialização monetária dos indivíduos à autonomização das formas, ganhando força como um signo e dominando e controlando as representações mentais dos indivíduos. Forma-se, para Simmel, uma “nova psicologia”, segundo o qual o intelecto e o cálculo passam a dominar as emoções e paixões.

Autonomizado, a forma dinheiro encontra na metrópole novas formas de socição¹⁰. Na metrópole, terreno privilegiado da troca monetária, a “concentração humana, [a] multiplicação de contatos e necessidade crescente de mercadorias criaram as condições propícias à banalização do *Homooeconomicus*, ao mesmo tempo que a utilização da forma dinheiro se disseminou” (*idem*, p. 58). É inevitável a remissão aos brocardos da ética protestante no substrato da tipologia weberiana: “tempo é dinheiro”.

A autonomização da forma dinheiro veio acompanhada de sua generalização. A troca monetária domina a vida social, adquirindo uma “força irresistível”: é a “soma positiva”, isto é, o fato de todos ganharem com ele. Para Simmel, a forma dinheiro arregimentou energias sem igual em relação a outras ações recíprocas. A forma dinheiro propiciou um crescimento sem precedentes no volume de objetos produzidos e trocados/permutados. O dinheiro assume também uma função dicotômica: é capaz de reunir e de separar. O dinheiro separa porque promove a indiferença e o egoísmo, acentua

⁹ A crítica ao utilitarismo de Simmel está em “A filosofia do dinheiro”, no entendimento da autonomização da forma dinheiro e no conceito de sociabilidade.

¹⁰ Associação, para Simmel, é a forma pura de interação, não mediada por interesses econômicos, políticos etc., que visa a manutenção das relações sociais.

as diferenças entre os indivíduos; assim como reúne, na medida em que valoriza a gratuidade e a dádiva, ou permite as comparações interindividuais e a mobilidade social etc. Bem como tem a capacidade de separar o indivíduo do grupo quando o libera dos laços de dependência pessoal; mas também reúne quando multiplica as possibilidades de trocas, as ocasiões de contato, os laços de interdependência e cooperação.

Para Simmel, com uma socialização monetária que promove a formação de uma “nova psicologia”, uma nova concepção que dá sentido e motiva as ações, é o cálculo, a finalidade, os fins racionais que tendencialmente começam a imperar nas relações sociais. Mas, é também Simmel que desenvolve a dimensão da sociabilidade como uma dimensão anti-utilitarista. Toda a definição de sociabilidade converge para uma crítica ao utilitarismo individualista, a uma percepção da intenção/propósito como não necessariamente voltado para a maximização dos ganhos, quando o tempo é algo “que não se pode perder”:[...] a vida moderna é sobrecarregada pelos conteúdos objetivos e pelas exigências; e esquecendo todas essas sobrecargas diárias numa reunião social, imaginamos-nos de volta à nossa existência natural-pessoal. (SIMMEL, 1983, p. 173)

Ao propor a sociabilidade como categoria sociológica, Simmel tece uma crítica ao racionalismo instrumental que designa como “racionalismo superficial”. Para o autor, este racionalismo busca sempre a “riqueza da vida” apenas entre conteúdos concretos: “como não a encontra ali, prescinde da sociabilidade como de uma tolice superficial (*idem*, p. 169). Ora,

Visto que na pureza de suas manifestações a sociabilidade não tem propósitos objetivos, nem conteúdo, nem resultados exteriores, ela depende inteiramente das personalidades entre as quais ocorre. Seu alvo não é nada além do sucesso do momento sociável, quando muito, da lembrança dele. [...] Em consequência disso, as condições e os resultados do processo de sociabilidade são exclusivamente as

pessoas que se encontram numa reunião social. Seu caráter é determinado por qualidades pessoais tais como amabilidade, refinamento, cordialidade e muitas outras fontes de atração. (*idem*, p. 170)

A sociabilidade é um momento de troca, comunicação *stricto sensu*, desinteressada, por satisfação. É uma forma de interação que, ao suspender os atritos da realidade, dialeticamente, alimenta-se da própria realidade, nutrindo-se do extrato daquilo que é riqueza da vida simbólica e lúdica.

As feiras, como locais de trocas, oportunizam a sociabilidade neste sentido. As trocas são mais que simples intercâmbios de mercadorias. Há relações anteriores e posteriores que ligam pessoas a pessoas e mercadorias a todos. Nossa experiência com São Joaquim tornou possível perceber isso, mesmo que não seja um fenômeno exclusivo daquele espaço de feira. E sua “longevidade” endossa intergeracionalmente essas relações.

As feiras, como São Joaquim, parecem conservar ou reacender certos componentes da vida popular, fundamentos das feiras-livres como invenção comercial-lúdico-social dos homens. Às vendas, necessários momentos de encontros sociais, ajuntavam-se outros elementos da vida da praça pública, da praça do mercado ou da feira, como nos descreve Bakhtin (1987). Era na feira que as coisas aconteciam. E a praça pública, sobre a qual se assentava, era “o ponto de convergência de tudo que não era oficial, [que] de certa forma gozava de um direito de ‘exterritorialidade’ no mundo da ordem e da ideologia oficiais, e o povo aí tinha sempre a última palavra” (p. 132).

Nos mercados a “vida vibra”, pulula nos movimentos e no burburinho e nauseante experiência sensorial de gente. Eis uma nuance sinestésica para os mercados e feiras-livres da Salvador de ontem e, em muito, da Salvador de hoje. Como um espaço de celebração, as feiras e mercados eram principais terrenos de sociabilidades. A feira é “[...] um centro natural da vida social. É nela que as pessoas se encontram, conversam, se insultam, passam de ameaças

às vias de fato; é nela também que nascem alguns incidentes [...]” (BRAUDEL, 1998, p. 16).

As feiras, por exemplo, na Idade Média na Europa tinham significado especial, suas duração e amplitude expressavam a importância como evento. Conforme nos lembra Bakhtin, “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” (BAKHTIN, 1987, p. 133). Nestes períodos, “um tipo especial de comunicação humana dominava então: o comércio livre e familiar” (IDEM, *Ibidem*). Uma linguagem para os palácios, templos e outras instituições, baseada na etiqueta e polidez; outra para a feira, para a praça pública encharcada de vida e criação: “a linguagem familiar, que forma quase uma língua especial, inutilizável em outro lugar” (IDEM, *Ibidem*). A feira era um território próprio, com língua viva e própria. Para Bakhtin, a vida da praça pública, das feiras e festas, trazia a marca do caráter não-oficial e da liberdade, da sociabilidade no sentido do jogo desinteressado, por satisfação¹¹. Endossa essa leitura Thompson (1998, p. 201) ao ver o mercado como lugar também da organização, luta, mobilização:

Na Grã-Bretanha e na França do século XVIII (e em algumas partes do Sul da Itália, no Haiti, na Índia rural ou na África da atualidade), o mercado continuava a ser uma conexão também econômica como social. Era o lugar onde ocorriam centenas de transações: **as notícias eram dadas, os rumores e os boatos corriam por toda a parte, discutia-se política** (se é que se discutia) nas estalagens ou vendas de vinho ao redor da praça do mercado. **O mercado era o lugar onde as pessoas, por serem numerosas, sentiam por um momento que tinha grande força.** [grifos nossos]

¹¹Semelhantes considerações podem ser vistas em Norbert Elias (1994), referindo-se a quanto o espaço da feira cria/habilita convivência pública entre a brincadeira, os chistes e as regras de civilidade.

Feira significa festa! As datas de festas reuniam pessoas e negócios. Thompson (1998) mostra como o ambiente das feiras e mercados, espaços de lazer e ócio, representavam um contraponto à disciplina do trabalho. As feiras eram locais de comércio, trabalho e sociabilidades.

O que os estudos sobre as dádivas e seus significados na contemporaneidade apontam, desde as leituras de Mauss aos desdobramentos mais recentes, é para o caráter ritual das relações sociais. As cerimônias são contornos, curvas, rodeios, “rodopios sociais” que procuram circundar ou encharcar a objetividade dos fatos sociais, lustrando-os. Num mundo massificado, padronizado, racionalizado, o caráter ritual/cerimonial não desapareceu das relações sociais. Mesmo que, de maneira geral, o caráter celebrativo das cerimônias tenha se concentrado quase que unicamente nos atos religiosos, políticos e judiciais, não parece significar que os ritos deixaram de ser cumpridos e reescritos no dia-a-dia.

Ou seja, não significa que os sujeitos não estejam observando uma pauta de interdições quando agem; uma pauta que lhes diz o que não é lícito e, conseqüentemente, o que o é e que lhe diz, também, qual é a forma adequada de observá-las. Ainda estamos longe do cidadão propriamente dito, o homem do contrato social que se rege, supostamente, por um código racional nas orientações de seus relacionamentos. (MARTINS, 1999, p. 11)

As coisas não são feitas “de qualquer jeito”, nem “à migué”. Escrevendo sobre o caráter ritual subscrito ao decoro nos processos de interação social para a análise dos “mecanismos interativos miúdos”, Martins (*idem.*) sinaliza para o quanto nossa vida está recheada desse caráter “excessivo”, “transbordante”, “encharcado” de símbolos, significados que aparecem nas “curvas” ou sinuosidades do trato social, nas interações, nas práticas. Para ele, há um “homem primitivo” e uma sociabilidade ritualística e cerimonial primitiva oculta sob

a camada da racionalidade e modernidade do mundo contemporâneo. Nesse sentido, “a metrópole, lugar acabado dessa sociabilidade de ponta, nos diz isso a todo momento com suas tensões, suas aberrações, suas e polidez; outra para a feira, para a praça pública encharcada de vida e criação: “a linguagem familiar, que forma quase uma língua especial, inutilizável em outro lugar” (IDEM, *Ibidem*). A feira era um território próprio, com língua viva e própria. Para Bakhtin, a vida da praça pública, das feiras e festas, trazia a marca do caráter não-oficial e da liberdade, da sociabilidade no sentido do jogo desinteressado, por satisfação¹¹. Endossa essa leitura Thompson (1998, p. 201) ao ver o mercado como lugar também da organização, luta, mobilização:

Na Grã-Bretanha e na França do século XVIII (e em algumas partes do Sul da Itália, no Haiti, na Índia rural ou na África da atualidade), o mercado continuava a ser uma conexão também econômica como social. Era o lugar onde ocorriam centenas de transações: **as notícias eram dadas, os rumores e os boatos corriam por toda a parte, discutia-se política** (se é que se discutia) nas estalagens ou vendas de vinho ao redor da praça do mercado. **O mercado era o lugar onde as pessoas, por serem numerosas, sentiam por um momento que tinha grande força.** [grifos nossos]

Feira significa festa! As datas de festas reuniam pessoas e negócios. Thompson (1998) mostra como o ambiente das feiras e mercados, espaços de lazer e ócio, representavam um contraponto à disciplina do trabalho. As feiras eram locais de comércio, trabalho e sociabilidades.

O que os estudos sobre as dádivas e seus significados na contemporaneidade apontam, desde as leituras de Mauss aos desdobramentos mais recentes, é para o caráter ritual das relações sociais. As cerimônias são contornos, curvas, rodeios, “rodopios sociais” que procuram circundar ou encharcar a objetividade dos fatos sociais, lustrando-os. Num mundo massificado, padronizado, racionalizado, o caráter ritual/cerimonial não desapareceu das relações

sociais. Mesmo que, de maneira geral, o caráter celebrativo das cerimônias tenha se concentrado quase que unicamente nos atos religiosos, políticos e judiciais, não parece significar que os ritos deixaram de ser cumpridos e reescritos no dia-a-dia.

Ou seja, não significa que os sujeitos não estejam observando uma pauta de interdições quando agem; uma pauta que lhes diz o que não é lícito e, conseqüentemente, o que o é e que lhe diz, também, qual é a forma adequada de observá-las. Ainda estamos longe do cidadão propriamente dito, o homem do contrato social que se regeria, supostamente, por um código racional nas orientações de seus relacionamentos. (MARTINS, 1999, p. 11)

As coisas não são feitas “de qualquer jeito”, nem “à migué”. Escrevendo sobre o caráter ritual subscrito ao decoro nos processos de interação social para a análise dos “mecanismos interativos miúdos”, Martins (*idem.*) sinaliza para o quanto nossa vida está recheada desse caráter “excessivo”, “transbordante”, “encharcado” de símbolos, significados que aparecem nas “curvas” ou sinuosidades do trato social, nas interações, nas práticas. Para ele, há um “homem primitivo” e uma sociabilidade ritualística e cerimonial primitiva oculta sob a camada da racionalidade e modernidade do mundo contemporâneo. Nesse sentido, “a metrópole, lugar acabado dessa sociabilidade de ponta, nos diz isso a todo momento com suas tensões, suas aberrações, suas gargalhadas - o riso provocado pelas condutas impróprias e fora de contexto” (*idem, ibidem*).

Dessa forma, pareceu-nos que a leitura sobre a dádiva, suas “presença” e continuidade imbricadas às relações, diluem-se nas sociabilidades não totalmente racionais, instrumentais, atestando a continuidade de processos interativos de natureza ritualística - reveladores de uma série de “permissões, proibições, constrangimentos” a guiar ou nortear os indivíduos no trato social.

4 COISAS, PESSOAS E ALMAS: MISTURAM-SE TODOS NA FEIRA

A circulação de coisas é também de pessoas, direitos, obrigações. Se não é um caos, ou se o é simplesmente por esta condição ser desconhecida, isto é, sua funcionalidade, organização e dinâmica serem ignoradas, na circulação das coisas. Vão-se outras relações, seguem e vêm direitos, suscitando obrigações, ou todo um endividamento que institui vínculos e alianças entre os indivíduos e que são o lastro para a produção dos lugares, das identidades e das estruturas. (MARTINS, 2008)

Henri Mendras (2004) traz o exemplo do Haiti, onde os mais de 300 mercados articulam-se numa densa e eficaz rede entre os fornecedores, os meios de transportes e os vendedores/revendedores: “estabelecem de fato redes comerciais relativamente estáveis”. A rede de mercados organiza-se sob o regime de clientela, quando os pedidos e as ofertas são regulados garantindo amortecimentos e certa equitatividade na redistribuição das produções. “Entre uma revendedora e suas ‘práticas’ estabelece-se um senso de obrigação recíproca, que, em última análise, é semelhante à obrigação de dar e retribuir”. Trocar dádivas, a primeira vista pode parecer puramente “social”, mas também é de natureza econômica.

Observamos isso semelhantemente na Feira de São Joaquim¹², principalmente a partir

¹² Enquanto espaço físico, a Feira de São Joaquim ocupa uma área de beira-mar produto de sucessivos aterramentos para a construção das avenidas e alargamento da zona portuária. É registro disso, o forte de Santo Alberto que, quando de sua construção, ainda no século XVII, assentava-se sobre recifes de corais e as águas da Baía de Todos os Santos chocavam-se em suas muradas. A área da Feira é de aproximadamente 34 mil metros quadrados, lembrando a forma de um “trapézio” até o início de Cais do Porto da Cana, na enseada, que hoje representa um “apêndice” em termos de viabilidade comercial, funcionando exclusivamente como quebra-mar e estrutura de sustentação de toda a parte da Feira mais adentrada ao mar. Como num istmo do aterramento da Cidade Baixa, o espaço da Feira é dividido a leste pela Avenida Oscar Pontes, a sul com o Terminal Marítimo de São Joaquim (ferry-boats), a norte, pela enseada, com o colégio Centro Múltiplo Oscar Cordeiro, e a oeste, sua fronteira líquida, com o mar da Baía de Todos os Santos. Nesta circunscrição encontra-se o sítio da Feira, precisamente a 12° 57'07" de latitude sul e 38° 30' 06" de longitude oeste, sua localização cartográfica. Segundo estimativas do Sindicato dos Feirantes?, circulam diariamente na Feira de São Joaquim entre 20 a 30 mil pessoas, além dos quase 7,5 mil feirantes, entre donos de boxes ou barracas, bancas, ambulantes, prestadores de serviços, promotores de venda etc.

dos fios que constituem a sua rede ou áreas de influência (recepção e dispersão de mercadorias). Alguns produtos apresentam maior consumo em algumas épocas do ano, por conta do calendário religioso ou festeiro, independente de sua produção contínua durante o ano. É o caso do quiabo. Dona Lúcia, 65 anos, residente em Simões Filho, compra anualmente 1500 quiabos para fazer caruru em setembro no mesmo fornecedor, Seu Italvo, 67 anos, feirante há 42 anos em São Joaquim. Exercício este que Dona Lúcia realiza a 30 anos, desde que assumiu as obrigações do caruru de Cosme e Damião das mãos de sua mãe já falecida. A fidelidade com o cliente e desta para com o feirante fornece a segurança no escoamento, regulando o volume das compras, dos carregamentos de quiabos, rebatendo-se por toda a cadeia produtiva ou sistema de abastecimento.

O exemplo descrito por Mendras ajuda-nos a pensar na capacidade da atividade econômica em criar relações sociais e se inserir no sistema social. “À pura racionalidade econômica e concorrencial vem juntar-se uma racionalidade social” (*idem*, p. 269)

As decisões não são só econômicas, voltadas exclusivamente ao lucro. A confiança, a amizade são laços suficientes para abrandar ou frear, mediar, a circulação das mercadorias. Dona Luzia, 78 anos, vendedora atacadista de milho em espigas e tamarindo, quando interrogada sobre a rotatividade das mercadorias não hesitou em laconicamente responder: “*entra e sai, vai chegando e despachando... tá aí pra quem quer*”. O acaso ou uma feliz coincidência nos proporcionou um testemunho inusitado. Em meio à entrevista, apareceu um senhor, que depois descobrimos ser produtor de polpas para geladinhos, de nome Astrogildo, 58 anos. Marcadamente antigo cliente de D. Luzia, feirante antiga, o Seu Astrogildo, pela abordagem, transpareceu simpatia à vendedora, recíproco para ela também, além de relativa intimidade. “*Minha encomenda já tá aí, né, Luzia?*”; “*Tá, tá, Seu Gildo... ôoo, Carlinhos, pega o dele aí, anda*”. Não resisti e perguntei sobre Seu Astrogildo, antes mesmo de pleitear uma entrevista com ele como consumidor. Aquele “inusitado”, que

em seu ato me despertava a percepção de peculiaridade à rotatividade das mercadorias de D. Luzia, bem como incitava especulações quanto às relações clientes-vendedores, foi-me duplamente proveitoso. Decidindo voltar-me à pessoa de Seu Gildo, passei a conversar com D. Luzia sobre ele. As relações econômicas tomadas pela entrevista a partir de um roteiro em grande medida generalizado, ante essa “típica” ocorrência de campo – o que não poderia ser diferente numa feira-livre como São Joaquim, e exemplos ilustrativos não nos faltam – atestavam a capacidade da atividade econômica em criar, manter ou recriar relações sociais e se inserir num sistema social, fornecendo à análise outros possíveis esquemas de compreensão confrontáveis aos da economia pura. Sei, inclusive, que Seu Gildo saiu “sem pagar” na hora. A relação não termina desse jeito. E, dessa vez, ele não precisou nem dizer “*um depois a gente acerta*”.

A Feira, num sentido para além da mobilidade, do movimento e concorrência perfeitos (no qual cada vendedor apresentase como um átomo num composto químico de vendedores, atacadistas e produtores/intermediários), mostra-se capaz de tecer no tempo e com os espaços uma rede de relações sociais que vinculam os indivíduos entre si através de várias instituições.

É interessante como, de certa forma, o ambiente da Feira possibilita a “criação e recriação” de relações dádivas, de reciprocidade. O movimento D – M, isto é, dinheiro compra mercadorias, generalizado no espaço da Feira, imiscui-se também em alguns casos pela “pechincha”, pela prática do “intera”, pelas unidades de medida recriadas pelos brindes/extras/adicionais, que são ao mesmo tempo materializações do “algo mais” que acompanha a troca D – M, valor adicional que a doação enseja, e abstração, símbolo-reforço da reciprocidade como atributo fundamental e necessário do relacionamento entre os homens.

Relações estas de difícil realização, para não dizer impossíveis, nos supermercados ou grandes atacadistas. Em ambos, a lógica e a simbólica são outras.

O ato de guardar ou separar a mercadoria a pedido do cliente ou

deliberadamente pelo vendedor, antecipando ante a “certeza” da compra, segue neste veio de compreensão. O que não podemos fazer num mercado ou supermercado, isto é, reservar ou separar uma mercadoria para comprar mais adiante, num intervalo de tempo curto, mas futuro, e próximo, é possível numa feira. No supermercado, mesmo que tentemos “esconder” uma mercadoria, logo o repositor a recoloca em seu “devido” lugar.

Em uma de nossas incursões a campo, acompanhamos uma senhora em parte de seu itinerário pelas ruas da Feira. Em meio a comentários sobre a qualidade das mercadorias, das frutas principalmente, observei que alternou com um “aceno” sem graça, um tanto constrangido para um vendedor de limas e laranjas numa banca modesta, mas farta desses produtos. Não achei por bem indagar, contudo ela me pareceu querer disfarçar o “certo” constrangimento. “Vamos, vamos... quero passar por ali não”. Alguns metros adiante, já em outra banca com tomates e chuchus, D. Miriam me revelou, como se precisasse esclarecer a situação ou não fosse possível guardar somente para si o ocorrido, esclarecendo, revelando um sentido da sua ação, o que a motivava a fazer aquilo. “*Depois você passa ali na lima, no rapaz das limas... ele já me viu, né, eu passando por aqui, vai ficar feio... e o preço dele nem tá bom assim, mas eu levo uma ou outra, já passei na frente e com as sacolas vazias, eu, freguesa certa, ela vai saber que vou comprar em outro lugar*”. D. Miriam não queria “fazer desfeita”, isto é, não queria decepcionar. Mais que o preço e racionalidade motivada pela economia em comprar mais barato, o imperativo era não deixar “má impressão”, não decepcionar nem se constrangedor. O “*ele vai me ver passando com as compras*”! Comprar no rapaz das limas parece transportar o ato de se abastecer; é retribuição ao bom tratamento ao comprar numa feira como São Joaquim, da interação face-a-face, acima de tudo, de eventuais regalias, aos cuidados em oferecer produtos com atenção; é o guardar ou resguardar que já mencionamos. Amalgamado ao ato da troca do mediador financeiro, o dinheiro, pelas limas, a rede por 2 reais, sem escolher,

ou 6 por R\$ 2,00 ou 12 por R\$ 4,00, intera duas como “lambuja”, está um vínculo estabelecido, uma obrigação que, em algumas situações, “joga” com a objetividade mas “sem perder a ternura”! D. Miriam, antes que o vendedor soubesse e visse, reserva as limas mais baratas em outro vendedor e “tapeia” o rapaz ante um possível constrangimento em bronquear-se com ele sobre o preço ou qualidade do produto. Num primeiro momento, desvia sua rota e circula por outras ruas; em seguida, passa no “rapaz das limas” e em vez de compra doze, compra a “rede com 5 sem escolher” e segue suas compras, vigiando entre o não esquecer de pegar no fim da feira as limas guardadas e não “dá mole” passando na frente com a sacola carregada. O constrangimento de passar na frente do vendedor depois de comprar em outro, as mesmas mercadorias.

Parece-nos possível relacionar esta situação ao fato de que não se trata de mera troca entre indivíduos particulares, não são só os indivíduos e seus interesses: mercadoria barata e de qualidade e o equivalente monetário (o dinheiro) para cada parte; mas algo maior que eles. São as coletividades, é o social que fala mais alto, não os indivíduos, como escreve Mauss. Constranger-se, se indispor, inviabiliza a troca de mercadorias ou empurra à formalidade uma relação que é, por natureza, espontânea, e que obedece a decoro próprio, exigindo comportamentos adequados. Trocam-se, como continua Mauss, antes de tudo, gentilezas, agrados, favores, obrigações.

A obrigação, como estamos descrevendo, pode ser constituída de duas maneiras: a) pela repetição ou recorrência nas compras; b) por um “extra”, o algo material ofertado na troca completa e fechada, isto é D - M. Em ambas as situações, há “excessos” expressos num bom tratamento, num bom atendimento, na escolha/apresentação das mercadorias, e também, ou em especial, nos “brindes”, no “interar”, ou seja, naquilo que é ofertado, que “vai junto” ao produto da troca D - M ou M - D, acompanhado como “agrado”, como presente, como doação. Isso não é possível no supermercado, onde a troca D - M é fechada, “limpa”, direta, sem rodeios ou

variações. Mesmo quando estes estabelecimentos criam promoções como “compre dois e leve outro produto totalmente de graça”, a enunciação do bem dissolve o caráter de surpresa da dádiva. Compramos em Seu Davi algumas de suas mercadorias, antes de pedimos para entrevistá-lo, até mesmo como uma estratégia de aproximação ou sedução: folha de louro, urucum e açafraão para tempero, semente de emburana perfumada, saquinho de guaraná em pó etc. “*Conversa vai, conversa vem*”, levamos, além do anunciado desconto no somatório das compras, dois saquinhos de cravo, um de orégano e mais dois de açafraão e urucum.

A dádiva do feirante envolve/supõe uma retribuição: fidelidade, confiança, ou simplesmente agrado, o que pode “fechar” o ciclo ou religar o fio: agradar é possibilidade de ter o cliente de volta, de não ser esquecido. Dar - receber (aceitar) - retribuir. E nesse ciclo, recusar-se a receber é “desfeita”, é ultrajante, indecoroso, é falta de tato ou de bom-senso na sociabilidade dadivosa, para amalgamar os conceitos de Mauss e Simmel. Realidade largamente percebida e vivenciada na Feira, principalmente nos comércios ditos mais “informais”, nas bancas. O mundo camponês, e suas regras ancestrais de reciprocidade, ainda nos ensina a importância da dádiva e o compromisso que se estabelece ao aceitar fazer parte dela: é se envolver, se comprometer¹³!

A dádiva, como nos ensina Mauss, é vivida como uma obrigação. Constrange, coage. Nesse sentido, ela não tem nada de desinteressado. Há privilégios - sejam eles de aliança, solidariedade, de amizade ou por prazer/obrigação sobre uma racionalidade instrumental -e, no caso da Feira, uma mistura de interesses econômico-utilitários e de prazer, satisfação ou criatividade. Na retribuição, em sua obrigação, funda-se o interesse, o retorno necessário.

Marshall Sahlins (1972) propõe que as

¹³ Inúmeros são os trabalhos que falam da economia moral camponesa, uma ética da solidariedade, reciprocidade e redistribuição. Desafio para projetos de intervenção e financiamentos, principalmente pelo desencontro de lógicas e simbólicas: lógica econômica da reciprocidade e lógica capitalista do livre câmbio.

economias poderiam ser analisadas de acordo com o modo em que se dá a troca de bens econômicos, a partir de inventário de eventos pelo mundo afora. Sahlins elabora uma tipologia de três ciclos estruturais de trocas pelos quais os bens circulam ou são distribuídos nas economias. Propõe também uma hierarquia histórica de predominância entre eles, embora os ciclos de trocas existam implicitamente em todos e quaisquer sistemas econômicos.

No primeiro deles, a troca generalizada, as pessoas dão bens umas às outras por uma compulsão social, sem esperar nenhum retorno imediato; no segundo tipo, a troca equilibrada, há uma correspondência de perfeita contabilização dos bens dados com os bens recebidos.

Este é o tipo de troca que deveria prevalecer em tese no sistema capitalista, onde os valores dos bens são reconhecidos por todos por meio da moeda, e se equivalem nas trocas em mercado. E, como generalizada, tomada como “natural”, universal. “Na verdade, nem no sistema capitalista ela é hegemônica, a não ser como reificação, como fetiche das trocas econômicas” (GOMES, 2008).

A impessoalidade ou formalidade são atributos das instituições nas quais esse tipo de troca se realiza. Vemos, ou melhor, vivemos a troca equilibrada nos supermercados ou em outras situações nas quais os preços dos serviços ou mercadorias são tabelados. Nestes casos, não há margem para a “pechincha”, a barganha de preço, o dono não “aparece” e a relação é findada no ato do pagamento. Não se deve nem se tem crédito. Idealmente, como um tipo, hegemônica, mas não homogeneizadora em todas as trocas, a troca equilibrada tem suas balizas na “justa” medida em que a pessoalidade aparece no relacionamento de compra e venda, $D - M^{14}$.

Sahlins também concebe um terceiro tipo: a troca negativa, que ocorre quando uma das partes não corresponde: “quando o

bem doado não é retribuído à altura do seu valor”. É o caso do roubo, do saque, do embuste, da trapaça, da fraude etc. Esquemáticamente, a troca generalizada refere-se a relacionamentos com parentes e amigos; a troca equilibrada, a relacionamentos com desconhecidos e instituições impessoais; e, a troca negativa, a relacionamentos com rivais/inimigos.

Longe de ser um espaço de trocas exclusivamente equilibradas, para muitos feirantes, a Feira representou também o lugar urbano de acolhimento e hospitalidade, no sentido que recupera Laura Gomes (2002) para descrever o comércio étnico de Belleville em Paris. O comércio assume funções de hospitalidade e acolhida ao estar vinculado a inúmeras redes de solidariedade e sociabilidades na cidade - “verdadeira ‘agência’ de acolhimento, onde obtêm várias formas de apoio para iniciar a nova vida, inclusive para ter acesso ao trabalho” (p. 7-8). Observa a autora que a acolhida via comércio pode vir a se tornar um “facilitador para a inserção e o estabelecimento dos recém-chegados, especialmente solteiros”. O comércio e a inserção enquanto trabalhador numa rede de solidariedade, além de suporte, ao possibilitar mecanismos de estabelecimento dos migrantes, contribui para a socialização destes nas normas de convivência.

Como “agência’ de apoio, socializando nas regras de viver na cidade e no comércio, a Feira se torna instrutiva e pedagógica aos recém-chegados e às suas crianças. A reprodução material ao longo desses anos foi também, e é, a reprodução da força de trabalho. Isto é, hoje vemos os filhos e netos assumindo os negócios dos pais e avós.

Muitas crianças “zanzam”, carregam coisas, acompanhando os negócios dos familiares ou simplesmente brincando nas ruas da Feira. O trabalho de Barros (2008) é exemplo disso. Segundo a autora, “são muitas as crianças que trabalham na feira. Empurram carrinhos, carregam sacolas, tomam conta do box do pai ou da mãe, vendem cigarros, frutas, verduras, enfim exercem tarefa de adulto como adultos” (p. 75). A Feira, atesta o estudo de Barros, é o lugar de iniciação no trabalho, na “lida” dos pais e avós, dos adultos. Existe uma

¹⁴ Inúmeros são os trabalhos que falam da economia moral camponesa, uma ética da solidariedade, reciprocidade e redistribuição. Desafio para projetos de intervenção e financiamentos, principalmente pelo desencontro de lógicas e simbólicas: lógica econômica da reciprocidade e lógica capitalista do livre câmbio.

economia moral na iniciação, na socialização para o mundo trabalho dessas crianças¹⁵.

A socialização para o mundo do trabalho, ou mesmo a iniciação, é apenas uma das faces da questão. A utilização da mão-de-obra familiar é traço fundamental nas inserções precárias ou informais. É regra estruturante a sub-remuneração da força de trabalho como forma de participar competitivamente do mercado de bens e serviços. E as crianças, sob essa ótica, aparecem como exploradas. Como ressalta Barros (2008), nestes casos trata-se de trabalho infantil, já que não há remuneração, nem sensível diferenciação entre os afazeres de adultos e os infantis, além do fato de que os pais são os responsáveis pelo destino dos ganhos e podem obrigar a fazê-lo.

Iniciados pelos adultos, a socialização envolve uma dimensão prática e a assunção de significados éticos. Isto é, existe uma fundamentação pelas próprias crianças de algo que podemos apreender como uma ética do trabalho. “O que ficou claro foi um senso de responsabilidade muito significativo, pois compreendiam que em função das condições de vida, só poderiam ajudar se trabalhassem, pois assim aumentariam a renda e contribuiriam com o sustento dos familiares” (idem, *ibidem*). Assim, “é melhor trabalhar que tá roubando”, “antes estar ocupado do que vadiando” etc. são brocardos que expressam uma moral associada ao trabalho justificadora da condição das crianças.

As crianças, paralelo ao possível trabalho infantil, se inscrevem, junto aos outros adultos, idosos ou não, num sistema de ajuda mútua, estritamente organizado em torno da família de referência e dos parentes, e, em alguns casos, em relações de compadrio. As relações entre diferentes gerações coexistentes em um mesmo período nas famílias, são marcadas pela implantação de sistemas de ajuda. Não só

¹⁵ “No início as crianças começam vendendo mercadorias de interesses de outras crianças e que coincidentemente são produtos que exigem pouco investimento. [...] o ir e vir das crianças na feira proporciona um conhecimento das diversas áreas ou setores ou quadras [...] além de auxiliar no reconhecimento dos melhores pontos de venda, onde estão os clientes em potencial” (BARROS, 2008, p. 76).

na pobreza, mas em todas as dificuldades da vida. Afinal, na vida atual, se faz o ciclo que se pode. E, dessa forma, autonomia e dependência são condições relativas no grupamento doméstico.

Sistema de ajuda ou estratégias familiares de sobrevivência, como os estudos sociológicos vêm nominando, que aparecem em toda a trajetória, desde o início da inserção na Feira, no suporte para o começo, no apoio para se firmar e no necessário repasse e construção das fundações para garantir a continuidade do sistema de apoio e auxílio mútuo. Sabe-se que o número de filhos atende a esse fim, cabendo funções específicas aos mais velhos e aos mais novos. As idades definem os papéis na família, reservando distinções aos primogênitos e aos caçulas, variando também se eles são homens ou mulheres.

Às relações de trabalho misturam-se as relações familiares e com os vizinhos e conhecidos. O interpessoal na Feira é norteador por diversas gramáticas, como nomina Da Matta (1997). O espaço da Feira, além de um elemento topologicamente visível, é sitiado, coletivizado e individualizado nas experiências intergeracionais. Certas regras de convivência familiar aparecem também enquanto presença na Feira. É uma forma de mediar “mornamente” a inserção no trabalho, garantindo certo amortecimento na entrada. “Vizinhos no bairro de moradia podem experimentar posições de ajudante e patrão, e amigos podem trabalhar como ajudantes na mesma banca” (SATO, 2007, p. 99).

O comércio na Feira, mesmo não sendo exclusivo, ao preencher a maior parte dos dias desses indivíduos, com suas jornadas de 5 às 18 horas, isto é, ser “absorvente”, oportuniza diferentes lugares ou sociabilidades. Na Feira, ajuntam-se a todo o comércio de mercadorias, uma gama de serviços e situações de convivência: são os bares, restaurantes, o café da manhã reforçado, o “carteado” no final do dia, ou mesmo o jogo de dominó, a loteria esportiva e o jogo do bicho, assim como a rádio comunitária Pinguim, veículo de divulgação e marketing dos negócios e entretenimento sonoro pelas sendas. Em São Joaquim

assistimos repetidamente situações em que a convivência é trabalhada no cotidiano.

É neste cotidiano que se formam regras de convivência, que norteiam o esperado, o apropriado e o não apropriado na relação comprador-vendedor, e também na relação feirante-feirante. Daí a convivência e a reciprocidade se aproximam, quando aquela funda uma ordem de equivalência, como se refere Michel de Certeau (1997 p. 51-52):

[...] onde aquilo que se recebe é proporcional aquilo que dá. Assim, comprar não é apenas trocar dinheiro por alimentos, mas além disso ser bem servido quando se é bom freguês. O ato de comprar vem “aureolado” por uma “motivação” que, poder-se-ia dizer, o precede antes de sua efetividade: a fidelidade. Esse algo mais não contabilizável na lógica estrita de troca de bens e serviços, é diretamente simbólico: é o efeito de um consenso, de um acordo tácito entre o freguês e o seu comerciante que transparece certamente no nível dos agentes e das palavras, mas que jamais se torna explícito por si mesmo.

Vendas e brincadeiras; concentração e distração; lida e descanso; trabalho e lazer. A Feira torna possível isso. As coisas se misturam às trocas, no e ao lugar de troca. “Aqui na Feira eu posso brincar!”, diz Seu Cláudio, 52 anos. Econômico e simbólico se entrelaçam, e produzem uma “forma de viscosidade” aos agentes sociais que a fazem e frequentam. E os dias ganham contornos, conformam hábitos, e, como tais, produzem ações e expectativas. Como encerra seu João, 59 anos, frequentador regular da Feira, quando toma seu café da manhã bem cedinho e segue para seu trabalho num edifício no bairro do Comércio, na Cidade Baixa: “Especialmente aos domingos sai o mocotó, o pirão de mocotó. A partir de sete ou oito horas você já encontra barracas vendendo... arriscado você chegar meio-dia mesmo e você já não consegue mais encontrar, né. Tem pessoas que vêm pra Feira só pra isso mesmo, pra tomar uma cerveja, e acabam levando outras coisas pra casa... inclusive é o que sempre faço”.

A Feira oportuniza essas relações. As

trocas de mercadorias são misturadas a obrigações, pessoalidade, decoro, enfim, carregadas de simbolismo. O face-a-face, a interação, o contato direto com as mercadorias (muitas vezes com o fabricante ou manipulador) e com o vendedor só são possíveis em ambientes como este. Há uma “troca generalizada”, nos termos de Sahlins (1972).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como pretendemos descrever, resguarda à feira de São Joaquim a condição de um espaço de comércio, *locus* de provisão para milhares de pessoas diariamente da capital baiana. À dimensão das trocas comerciais, sua identidade imediata, se inscreve o caráter transbordante, abundante das relações dadas no comércio e nas relações que lastream e possibilitam a comercialização. A feira oportuniza também sociabilidades no sentido que preconiza Simmel.

A Feira faz sentido como local de comércio, entreposto de mercadorias das mais variadas, mas faz sentido também na reafirmação do sujeito, da pessoa e das relações interpessoais em tempos de fluidez. Mais que resistência pela sobrevivência material, a Feira é expressão da existência de relações sociais pessoais, onde o face-a-face resiste, a preocupação com o outro impera, mesclada às formalidades do comércio impessoal.

Não se tratam de relações face-a-face recheadas de intimidade e conhecimento mútuo, no máximo muito respeito, cuidado e consideração. As relações se aproximam de um jogo, um “mix” produtor de um utilitarismo simbólico. Há cálculo, planejamento, maximização, mas não parece ser suficiente. Não pode ser de qualquer jeito, há algo que precisa se realizar também, algo que media e que orienta a conduta tanto dos vendedores quanto de clientes. A Feira torna isso possível. Sua razão de ser e manutenção parecem se fundar nisso. As mercadorias em São Joaquim vêm com algo mais. Passa-se algo mais, algo mágico, fantástico. O comércio direto, face a face, tem disso, algo mais: é o toque, o sorriso, a satisfação em

agradar, poder encomendar, o poder fazer, realizar, recomendar, ajudar influir no outro.

Bem ou mal, a conservação de suas singulares, em todos os níveis, nas recriações ou invenções ou naquilo que representa de mais humano, isto é, do interpessoal, é um dos motes de sua existência. A dinâmica da Feira dá-se por meio de um intrincado feixe de relações de cooperação e competição que fundamentam, digamos, um “utilitarismo simbólico”. A Feira é uma ocasião/situação em que há estreita mistura entre troca econômica e troca comercial, reciprocidade e dádiva. Nela o ato de consumir reaparece em sua plenitude de humanidade. Num mundo massificado, racionalizado, padronizado, as feiras-livres oportunizam sociabilidades, reacendendo o caráter ritual, cerimonial da vida.

6 REFERÊNCIAS

BAKHTIN, Mikhail. O vocabulário da praça pública na obra de Rabelais. In:____. **A cultura popular na Idade Média e no Renascimento**: o contexto de François Rabelais. São Paulo: Hucitec, Editora da Universidade de Brasília, 1987. Tradução de Yara Frateschi Vieira.

BARROS, Eliete da Silva. **Criança na Feira de São Joaquim**: trabalho e exploração. Salvador, 2008. Dissertação de Mestrado em Ciências Sociais, PPGCS-FFCH-UFBA.

BRAUDEL, Fernand. **Os jogos das trocas**. São Paulo: Martins Fontes, 1998. vol. 2.

CAILLÉ, Alain. Nem holismo nem individualismo metodológicos. Marcel Mauss e o paradigma da dádiva. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 13, n. 38, São Paulo, out./1998.

DAMATTA, Roberto. **A casa e a rua**: espaço, cidadania, mulher e morte no Brasil. 5 ed. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

DE CERTEAU, M.; GIARD, L.; MAYOL, P. **A invenção do cotidiano**: Morar; cozinhar. 11 ed. Petrópolis: Vozes, 1997.

FERRÉOL, Gilles; NORECK, Jean-Pierre.

Introdução à Sociologia. São Paulo: Ática, 2007. Tradução de Ana Montóia.

GARCIA, Marie-France. O segundo sexo do comércio: camponeses e negócio no nordeste do Brasil. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**. N. 19 Ano 7. Junho de 1992. p. 84-102

GODBOUT, J. T. Introdução à dádiva. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 13, n. 38, São Paulo, out./1998.

GOMES, Laura Graziela. “Comércio ético” em Belleville: memória, hospitalidade e conveniência. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, n. 29, 2002.

GOMES, Mércio. Antropologia econômica. In:____. **Antropologia**: ciência do homem: filosofia da cultura. São Paulo: Contexto, 2008.

LANNA, Marcos. Nota sobre Marcel Mauss e o Ensaio sobre a dádiva. **Revista de Sociologia e Política**, Curitiba, n. 14, jun./2000, p. 173-194.

MARX, Karl. **O capital**. Crítica da economia política. Livro primeiro: o processo de produção do capital, volume II. 9. ed. São Paulo: Difel, 1984. Tradução de Reginaldo Sant’anna.

MARTINS, Paulo Henrique. De Lévi-Strauss a M.A.U.S.S. – Movimento antiutilitarista nas ciências sociais. Itinerários do dom. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 23, n. 66, fev./2008.

MARTINS, José de Souza. As hesitações do moderno e as contradições

7 DADOS DOS AUTOR

MARCIO NICORY COSTA SOUZA

IFBA Campus de Paulo Afonso
marcionicory@ifba.edu.br;
mnciso@hotmail.com