



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
INSTITUTO DE ARTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN

**Feiras populares, tecnologia e táticas de persistência: Um olhar
sobre as mediações como estratégia para permanecer**

Nathalia Feitosa Barbosa

Brasília
2025

Feiras populares, tecnologia e táticas de persistência:

Um olhar sobre as mediações
como estratégia para permanecer

Nathalia Feitosa Barbosa

Universidade de Brasília

Instituto de Artes

Programa de Pós-Graduação em Design

Ficha catalográfica elaborada automaticamente,
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

BB238ff Barbosa, Nathalia Feitosa
Feiras populares, tecnologia e táticas de persistência:
Um olhar sobre as mediações como estratégia para permanecer
/ Nathalia Feitosa Barbosa; orientador Daniela Fávaro
Garrossini. Brasília, 2025.
215 p.

Dissertação(Mestrado em Design) Universidade de Brasília,
2025.

1. Feira popular. 2. Design. 3. Mediações. 4. Tecnologia.
I. Garrossini, Daniela Fávaro, orient. II. Título.

Nathalia Feitosa Barbosa

Feiras populares, tecnologia e táticas de persistência:

Um olhar sobre as mediações como estratégia para
permanecer

Dissertação apresentada ao
corpo docente do Programa de
Pós-Graduação em Design do
Instituto de Artes da Universi-
dade de Brasília como requisito
parcial para a obtenção da titula-
ção de Mestre em Design, em 25
de abril de 2025.

Profa. Dra. Daniela Fávaro Garrossini - PPG-Design UnB (Orientadora)

Profa. Dra. Fátima Aparecida dos Santos - PPG-Design UnB

Profa. Dra. Juliana Michaello Macedo Dias (PPGAU - UFAL)

(Suplente)

2025

Agradecimentos

Minha jornada do mestrado se confunde com minha jornada pessoal. Ao cambiar entre duas cidades, foi inevitável caminhar pelo percurso de estudar espaços sem esbarrar com sentimentos tão íntimos. Para mim, foi quase indissociável o movimento de fazer pesquisa enquanto me deixava afetar por novas ruas, novas vozes, novos medos, novos cheiros, novas pessoas, nova vida. Ao mesmo tempo em que dias ruins transpareciam no papel, foi só também através do itinerário da Pós-Graduação, ao me aproximar dos conceitos necessários para o trabalho, que pude ser tocada e transformada pelo processo.

Agradeço à Feira Central de Ceilândia pela acolhida e sensação de pertencimento, mesmo tão longe de casa. De maneira muito especial, agradeço todos os feirantes que se dispuseram não apenas a dar entrevistas, mas me ofertaram tempo, memórias, exemplos de dedicação e coragem.

À minha família, em especial à minha Mãe, Águida, por me dar asas para voar com a mesma intensidade que me relembra que eu sempre terei um lugar para voltar quando for preciso.

À Daniela, minha orientadora, por ter acreditado em mim, na minha pesquisa. Me proporcionou tanto suporte, não apenas em seus ensinamentos que parecem infinitos, mas principalmente na dedicação de seu tempo e escuta.

Ao PPG-Design da UnB pelo espaço de trocas e conhecimento, por ser o porto em que eu sabia que poderia recorrer quando não sabia pra onde ir.

À Yara, Cleyton, Vinícius e Mateus pelas alegrias e angústias divididas. Pela companhia, pelos almoços, pelos abraços, por tanta coisa.

À Gabriela, Heloise, Thallysson, Iago, Cleversson, Pedro, Carol, Milton, Mariana, Aida, Marianny e Pedro Fernando, por fazerem mais de dois mil quilômetros parecerem uma distância tão pequena.

À Gabrielle, Luísa, Zau, Camila, Luís e Tatiana pelo esforço de bom grado para fazer eu me sentir em casa.

Ao Lenio, meu amor. Pelo carinho, cumplicidade e refúgio que me permitiram ser eu mesma em toda minha completude, me fazendo lembrar que a vida é boa.

À Danielly e Juliana que me ensinaram a pesquisar e me mostraram o caminho. Serei grata eternamente por terem incentivado essa minha paixão que me tornou o que eu sou hoje.

*“E aquilo que nesse momento se revelará aos povos
Surpreenderá a todos não por ser exótico
Mas pelo fato de poder ter sempre estado oculto
Quando terá sido o óbvio”.*

(Caetano Veloso em *Um Índio*)

Resumo

Esta dissertação investiga a relação entre design, tecnologia e desenvolvimento local, tratando-se especificamente do caso da Feira Central de Ceilândia, no Distrito Federal. Ao compreendermos a feira popular como uma rede complexa, que adapta e produz mecanismos para garantir a sua sobrevivência, a pesquisa objetiva examinar como as mediações tecnológicas são empregadas para manter o ecossistema social e econômico da feira. Neste trabalho, a metodologia de pesquisa inclui revisão bibliográfica, pesquisa de campo por meio de observação in loco e análise qualitativa dos dados, contando com ferramentas de design participativo. A pesquisa de campo envolveu observação direta, entrevistas com feirantes e análise das práticas cotidianas relacionadas ao design e à tecnologia. A partir disso, busca-se entender as estratégias que garantem a permanência da feira e o papel das tecnologias informais no desenvolvimento local. O design é utilizado como ferramenta para visualizar e projetar o futuro da feira, articulando sua permanência a partir de um ambiente dialógico e crítico. Além disso, as tecnologias informais, como práticas tradicionais adaptadas pela comunidade, são fundamentais para a continuidade da feira. A dissertação visa ampliar a compreensão de que a Feira Popular da Ceilândia demonstra como design e tecnologia podem ser aliados no desenvolvimento local sustentável, promovendo a resiliência de espaços comunitários e sua adaptação a desafios contemporâneos.

Palavras-chaves: Feira popular, Design e mediações, Tecnologia.

Abstract

This dissertation investigates the relationship between design, technology, and local development, specifically focusing on the case of the Feira Central de Ceilândia in the Federal District. By understanding the popular market as a complex network that adapts and produces mechanisms to ensure its survival, the research aims to examine how technological mediations are employed to maintain the social and economic ecosystem of the market. The research methodology includes a literature review, field research through on-site observation, and qualitative data analysis, utilizing participatory design tools. The field research involved direct observation, interviews with market vendors, and the analysis of daily practices related to design and technology. Based on this, the study seeks to understand the strategies that ensure the market's persistence and the role of informal technologies in local development. Design is used as a tool to visualize and design the future of the market, articulating its permanence through a dialogical and critical environment. Additionally, informal technologies, such as traditional practices adapted by the community, are essential for the market's continuity. The dissertation aims to enhance the understanding that the Feira Popular de Ceilândia demonstrates how design and technology can be allies in sustainable local development, promoting the resilience of community spaces and their adaptation to contemporary challenges.

Keywords: Popular market, Design and mediations, Technology.

Lista de Figuras

Figura 1 - Registros da feira popular no bairro da Levada em Maceió/AL (1)	17
Figura 2 - Registros da feira popular no bairro da Levada em Maceió/AL (2)	17
Figura 3 - Registros da feira popular no bairro da Levada em Maceió/AL (3)	18
Figura 4 - Registros da feira popular no bairro da Levada em Maceió/AL (4)	18
Figura 5 - Registros da feira popular de Porto Calvo/AL (1)	20
Figura 6 - Registros da feira popular de Porto Calvo/AL (2)	20
Figura 7 - Registros da feira popular de Porto Calvo/AL (3)	21
Figura 8 - Registros da feira popular de Porto Calvo/AL (4)	21
Figura 9 - Registros da feira popular no bairro da Levada em Maceió/AL (5)	22
Figura 10 - Registros da feira popular no bairro da Levada em Maceió/AL (6)	22
Figura 11 - Registros da feira popular no bairro da Levada em Maceió/AL (7)	23
Figura 12 - Registros da feira popular no bairro da Levada em Maceió/AL (8)	23
Figura 13 - Registros da feira central de Ceilândia/DF (1)	30
Figura 14 - Registros da feira central de Ceilândia/DF (2)	30
Figura 15 - Registros da feira central de Ceilândia/DF (3)	30
Figura 16 - Registros da feira central de Ceilândia/DF (4)	31
Figura 17 - Registros da feira central de Ceilândia/DF (5)	31
Figura 18 - Registros da feira central de Ceilândia/DF (6)	32
Figura 19 - Registros da feira central de Ceilândia/DF (7)	32
Figura 20 - Retirantes chegam para trabalhar na construção da nova capital, em janeiro de 1959.	41
Figura 21 - Divisão territorial do Distrito Federal.	43
Figura 22 - Criação da Campanha de Erradicação de Invasões (CEI).	45
Figura 23 - Informativo n ° 1 da Comissão dos Incansáveis Moradores da Ceilândia.	46

Figura 24 - Imagem da região central de Ceilândia à época de sua fundação.	48
Figura 25 - Distribuição do setor de atividade das empresas em que as pessoas exerciam seu trabalho principal em Ceilândia, 2021.	51
Figura 26 - Ceilândia nos últimos anos.	52
Figura 27 - Montagem da Feira Central de Ceilândia nos anos 1970.	57
Figura 28 - Feira Central de Ceilândia nos anos 1970.	58
Figura 29 - Feira Central de Ceilândia nos anos 1980.	59
Figura 30 - Feira Central de Ceilândia em 2007.	60
Figura 31 - Faixada da Feira Central de Ceilândia em 2015.	61
Figura 32 - Faixada da Feira Central de Ceilândia em 2024.	62
Figura 33 - Tecnologias de Feira (1).	72
Figura 34 - Tecnologias de Feira (2).	72
Figura 35 - Tecnologias de Feira (3).	73
Figura 36 - Tecnologias de Feira (4).	73
Figura 37 - Tecnologias de Feira (5).	75
Figura 38 - Tecnologias de Feira (6).	75
Figura 39 - Tecnologias de Feira (7).	75
Figura 40 - Tecnologias de Feira (8).	76
Figura 41 - Tecnologias de Feira (9).	76
Figura 42 - Reconhecimento da Feira (1).	81
Figura 43 - Reconhecimento da Feira (2).	81
Figura 44 - Reconhecimento da Feira (3).	82
Figura 45 - Reconhecimento da Feira (4).	82
Figura 46 - Identificação dos entrevistados.	101
Figura 47 - Utilização da plataforma Miro para estruturação da decupagem.	101
Figura 48 - Canvas de cenários futuros.	122
Figura 49 - Mapa de futuro: estrutura base.	123

Figura 50 - Mapa de futuro: ponto de partida do Grupo 1.	124
Figura 51 - Mapa de futuro: ponto de partida do Grupo 2.	125
Figura 52 - Mapa de futuro: mapeando as possibilidades.	127
Figura 53 - Mapa de futuro: curto, médio e longo prazo.	128
Figura 54 - Mapa de futuro: curto prazo.	129
Figura 55 - Mapa de futuro: médio prazo.	129
Figura 56 - Mapa de futuro: longo prazo.	130

Lista de Tabelas

Tabela 1 - Decupagem de falas da entrevista com a Administração de Ceilândia.	83
Tabela 2 - Decupagem de falas da entrevista com Fregueses da Feira Central de Ceilândia.	84
Tabela 3 - Decupagem de falas da entrevista com Associação de Feirantes da Feira Central de Ceilândia.	85
Tabela 4 - Recorte da Metodologia de Silva (2023).	90
Tabela 5 - Estrutura Analítica de Projeto.	92
Tabela 6 - Descrição dos perfis de feirantes selecionados.	95
Tabela 7 - Decupagem de falas da entrevista com o grupo “Memoristas da Feira” (1).	102
Tabela 8 - Decupagem de falas da entrevista com o grupo “Memoristas da Feira” (2).	104
Tabela 9 - Decupagem de falas da entrevista com o grupo “Memoristas da Feira” (3).	105
Tabela 10 - Decupagem de falas da entrevista com o grupo “Memoristas da Feira” (4).	106
Tabela 11 - Decupagem de falas da entrevista com o grupo “Memoristas da Feira” (5).	107
Tabela 12 - Decupagem de falas da entrevista com o grupo “Memoristas da Feira” (6).	108
Tabela 13 - Decupagem de falas da entrevista com o grupo “Memoristas da Feira” (7).	109
Tabela 14 - Decupagem de falas da entrevista com o grupo “Legatário Cultural” (1).	112
Tabela 15 - Decupagem de falas da entrevista com o grupo “Legatário Cultural” (2).	113

Tabela 16 - Decupagem de falas da entrevista com o grupo “Legatário Cultural”

(3). 114

Tabela 17 - Decupagem de falas da entrevista com o grupo “Legatário Cultural”

(4). 115

Tabela 18 - Decupagem de falas da entrevista com o grupo “Legatário Cultural”

(5). 116

Tabela 19 - Decupagem de falas da entrevista com o grupo “Legatário Cultural”

(6). 118

Sumário

Introdução	16
1 Problema e justificativa	24
2 Objetivos	28
3 Estrutura metodológica	28
4 Revisão da literatura	29
4.1 O Papel do Design na Mediação de Espaços Populares	29
4.1.1 Design e Complexidade: Compreendendo Sistemas Sociais e Tecnológicos	35
4.1.2 Design Participativo e a Construção Coletiva dos Espaços	37
4.2 O Território do Distrito Federal: Entre Espaço, Identidade e Dinâmicas Sociais	39
4.2.1 A Construção de Ceilândia: História, Território e Organizações Sociais	44
4.2.2 A Memória como Fundamento da Identidade Coletiva em Ceilândia	49
4.3 Feiras Populares: Resistência e Transformação na Cidade Contemporânea	53
4.3.1 Feira Central de Ceilândia: Nasceu e Cresceu Junto da Cidade	57
4.3.2 Vivacidade e Invenção: Criatividade no Cotidiano na Feira da Ceilândia	63
4.4 Tecnologia como Fundamento Social: A Apropriação no Cotidiano	66
4.4.1 Do Hibridismo Cultural ao Tecnológico: A Convergência de Saberes e Práticas	69
4.4.2 Tecnologia como Estratégia Popular: A Construção e Permanência dos Espaços	71
5 Caminhos Metodológicos: Abordagens da Pesquisa	79
5.1 Construindo uma Metodologia: Definindo os Procedimentos da Pesquisa	88
6 Da Teoria à Prática: Aplicação da Metodologia para Coleta e Análise de Dados	94
6.1 Movimento Escutar: Captando histórias	96
6.2 Movimento Compartilhar: Organizando a escuta	99

6.2.1 Grupo 1: Memorista da Feira	102
6.2.2 Grupo 2: Legatário Cultural	111
6.3 Movimento Imaginar: Para continuar existindo	120
7 Considerações Finais	131
Referências	135
APÊNDICES	144
APÊNDICE A – ROTEIRO DE PERGUNTAS PARA OS ENTREVISTADOS	145
APÊNDICE B – TRANSCRIÇÃO DE ENTREVISTAS COM A REDE: ADMINISTRAÇÃO DE CEILÂNDIA	147
APÊNDICE C – TRANSCRIÇÃO DE ENTREVISTAS COM A REDE: FREGUESES	154
APÊNDICE D – TRANSCRIÇÃO DE ENTREVISTAS COM A REDE: ASSOCIAÇÃO DE FEIRANTES DA FEIRA CENTRAL DE CEILÂNDIA	162
APÊNDICE E – TRANSCRIÇÃO DE ENTREVISTAS COM FEIRANTES DO GRUPO 1 (MEMORISTAS)	174
APÊNDICE F – TRANSCRIÇÃO DE ENTREVISTAS COM FEIRANTES DO GRUPO 2 (LEGATÁRIOS)	196

Introdução

Esta dissertação investiga a relação entre feiras populares, tecnologia e resistência social. Para iniciar essa dissertação, ainda na introdução, sente-se a necessidade de declarar que o interesse pela temática surge a partir da experiência da autora com pesquisas anteriores sobre feiras populares em Alagoas, que permitiu uma aproximação aprofundada com a realidade desses espaços. Possibilitou também uma formação de repertório teórico fundamentado, que agora guia o trabalho nessa nova fase de pesquisa que, de certa forma, será continuada e expandida no Distrito Federal. Assim, realizamos um breve relato do que pode ser percebido nas pesquisas anteriores, pois foi neste momento que despertou a inquietação para a pergunta-problema que propõe-se a ser trabalhada nesta pesquisa.

As feiras populares enquadram-se como lugares de reafirmação da cultura, no entanto, em Alagoas percebemos que a riqueza das mesmas é constantemente estremecida pelas ações do poder público, que parecem estar sempre à procura de desarticular, fragmentar e deslocar esses espaços tradicionais. Entender esses embates, a partir dos conceitos teóricos aos quais fui apresentada nesse período, como “corpografia” (JACQUES, 2008), “errâncias urbanas” (JACQUES, 2012; Careri, 2013), estudos do cotidiano e táticas de resistência (CERTEAU, 1994) e vivências (CARERI, 2017; VELHO, 2013), me foram fundamentais no crescimento do meu interesse pela compreensão das cidades como tessitura cotidiana de seus habitantes, entendendo o lugar da cultura no território e os meios onde o design pode atuar como aliado.

A trajetória vivida durante a iniciação científica ofereceu uma abertura para a discussão das relações existentes entre design e sociedade, estudando temáticas a respeito de políticas públicas, cultura e cidade. Oportunizando acesso para o debate e a imaginação de outros modos de ser inseridos no espaço. Tal perspectiva desenrolou-se especialmente através do grupo de pesquisa Nordesteanças, por possuir abordagens contemporâneas da cultura, identidades e territórios e antropologia da imagem audiovisual. Onde nos anos de participação, realizamos trabalhos e pesquisas sobre feiras no estado

Figura 1 - Registros da feira popular no bairro da Levada em Maceió/AL (1)



Fonte: Autoral, 2024.

Figura 2 - Registros da feira popular no bairro da Levada em Maceió/AL (2)



Fonte: Autoral, 2024.

Figura 3 - Registros da feira popular no bairro da Levada em Maceió/AL (3)



Fonte: Autoral, 2024.

Figura 4 - Registros da feira popular no bairro da Levada em Maceió/AL (4)



Fonte: Autoral, 2024.

de Alagoas.

As imagens anteriores¹ são referentes ao projeto intitulado “Feiras Populares: Territórios do Persistir”, que pretendeu investigar as feiras populares a partir de sua compreensão como territórios de persistência, entendendo as feiras nos dias de hoje como lugares de reafirmação das tradições, especialmente quando falamos das identidades nordestinas. Nosso papel enquanto pesquisadores foi aprofundar análises preliminares sobre a territorialidade da feira, tomando por base entrevistas, experiências vivenciais, pesquisa histórica e socioeconômica e análise dos processos de planejamento do estado para com as feiras. O projeto estruturou-se em 4 eixos, a saber: (1) a feira como lugar de memória; (2) as corpografias da feira; (3) a feira enquanto território de insurgência urbana; (4) a feira como território de invenção.

Durante esse período, graças ao convívio estabelecido, através de conversas e observações feitas durante as idas regulares à feira, pudemos colher um acúmulo de conhecimento a respeito da mesma. Adquirimos habilidades, nessa aproximação da vivência da feira, que nos permitiram enxergar micropolíticas, ações de resistência e soluções populares relativas a esse “fazer” diário do seu ofício, como visto nas figuras seguintes². Percebemos que se trata de um espaço de inventividade onde são gestadas ações, que se apresentam necessárias para a funcionalidade das suas atividades, como também, feitos necessários para reinterpretar e se adaptar na dinâmica do espaço como uma forma de se manter apesar dos mecanismos externos impositivos.

Nos últimos anos da pesquisa por ocasião da pandemia, para permanecer existindo observamos o movimento onde a feira precisou entender também como ocupar o espaço virtual, onde seu espaço físico precisou ser desocupado por questões de saúde pública³. Naquele momento, as novas tecnologias, especialmente as Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) aparentavam ser uma solução provisória para minimizar os prejuízos que a situação causaria àqueles que adquirem na feira sua maior fonte de renda. Uma das tentativas que marcam a importância das táticas de resistência des-

1 Figuras 1,2,3 e 4 nas páginas 15 e 16.

2 Figuras 5,6,7 e 8 nas páginas 18 e 19.

3 Figuras 9,10,11 e 12 nas páginas 20 e 21.

Figura 5 - Registros da feira popular de Porto Calvo/AL (1)



Fonte: Autoral, 2024.

Figura 6 - Registros da feira popular de Porto Calvo/AL (2)



Fonte: Autoral, 2024.

Figura 7 - Registros da feira popular de Porto Calvo/AL (3)



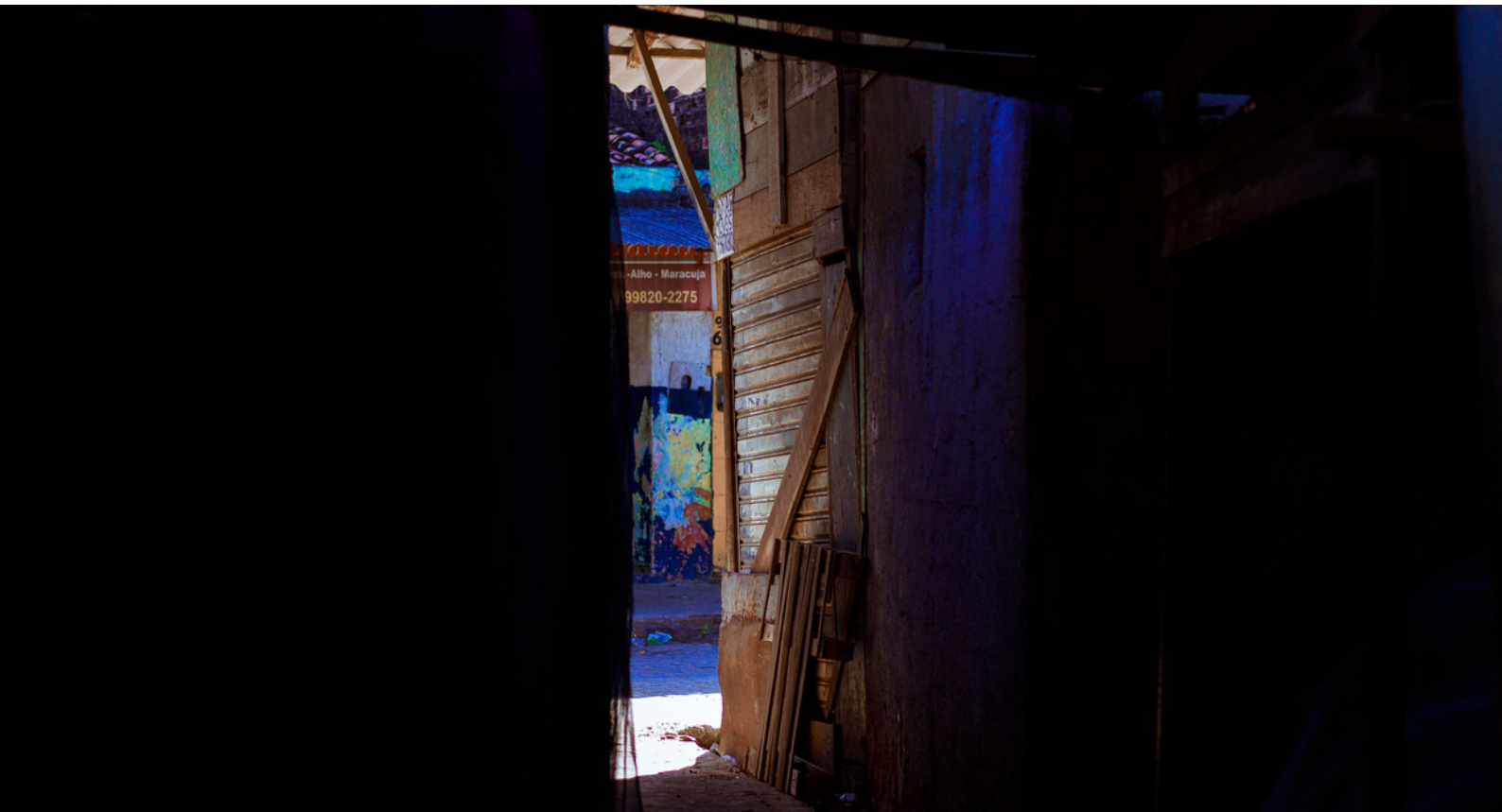
Fonte: Autoral, 2024.

Figura 8 - Registros da feira popular de Porto Calvo/AL (4)



Fonte: Autoral, 2024.

Figura 9 - Registros da feira popular no bairro da Levada em Maceió/AL (5)



Fonte: Autoral, 2024.

Figura 10 - Registros da feira popular no bairro da Levada em Maceió/AL (6)



Fonte: Autoral, 2024.

Figura 11 - Registros da feira popular no bairro da Levada em Maceió/AL (7)



Fonte: Autoral, 2024.

Figura 12 - Registros da feira popular no bairro da Levada em Maceió/AL (8)



Fonte: Autoral, 2024.

ses atores, ainda que tenham obtido poucos resultados satisfatórios nessa empreitada.

Sem apoio dos governos para conduzir essa transferência, destacaram-se algumas dificuldades que puderam ser identificadas sendo parte das assimetrias que afetam essa parcela da população, formada majoritariamente por pessoas racializadas, de uma classe trabalhadora que conta com nível de escolaridade incompleto. Ainda assim, esse processo, acabou por evidenciar a articulação interna entre os feirantes como a tática que atua em primeira mão, se apropriando de novas vias na luta da sobrevivência desse ecossistema.

Diante desse quadro constatado, na compreensão da ressignificação dos espaços, instaurou-se uma inquietude, motivada pela preocupação em entender como tem se dado a determinação e o desejo de germinar uma ideia de futuro, sem romper com o lugar, principalmente quando falamos dos lugares da cultura. Assim, delineou-se a motivação tendo como máxima a contribuição do design, por sua interdisciplinaridade, como facilitadores na construção de outros mundos possíveis. Tendo a convicção da importância do diálogo entre a cidade e a universidade no desenrolar desses conhecimentos, numa perspectiva de pesquisa para a possibilidade de tomadas de ações transformativas.

1 Problema e justificativa

A feira popular por se tratar de um lugar de grande multiplicidade de elementos combinados, muito além da compreensão de um simples lugar de mercado, constitui-se por uma rede complexa de atores sociais e de táticas próprias de seu cotidiano. Essas noções são discutidas por Michel de Certeau, em sua obra *A Invenção do Cotidiano* (2014), onde o teórico explora as práticas cotidianas e o modo como os indivíduos, ao interagirem com o espaço urbano e as estruturas sociais, criam formas de resistência e de subversão dos sistemas estabelecidos.

Motivados pela necessidade singular de que o cercam, seja para a adequação às novas demandas, as resoluções de problemas cotidianos são

impulsionadas pelas pessoas que interagem com os espaços e ambientes urbanos. Esse contexto é extremamente familiar para o território da feira, onde os feirantes têm a capacidade de transformar e resistir aos controles e estruturas de poder, até mesmo por aspectos que impõem alterações ao espaço e ao grupo.

Essas táticas articuladas às práticas, ideias discutidas de forma complementar por Certeau (2014), constituem o modo pelo qual os usuários se reapropriam do espaço organizado pelas técnicas de produção sociocultural, assumidas pela criatividade bricoladora de grupos periféricos. Esses aspectos por si só, enquadram a feira como um território de inovação e tecnologia social. Porém, dentro do imaginário social ainda assim, seu direito à participação de cenários futuros parecem distantes, principalmente em uma sociedade marcada pela estratificação socioeconômica que restringe a participação cívica aos detentores de privilégios.

Na cidade-metrópole globalizada, as discussões em torno do que engloba modernidade e progresso têm contribuído para a marginalização e apagamento de espaços tradicionais. O que pode ser considerado por alguns como uma espécie de “irracionalidade” por não se adequar à racionalidade pré-estabelecida pelos centros⁴, constitui-se na verdade de outras formas de racionalidade, que se expressam de outras maneiras alternativas como adaptação à realidade existente, já que a periferia produz mecanismos, estratégias e mediações condizentes com seu território.

É possível ainda perceber nesse contexto, uma dinâmica de espaço semelhante ao que Milton Santos, em sua obra *A Natureza do Espaço* (2003), define como a oposição entre zonas “opacas” e zonas “luminosas”, sendo a primeira relativa aos espaços do aproximativo e da criatividade, opostos à segunda, relativo aos espaços da exatidão. O teórico busca interpretar os espaços não apenas como um conjunto de elementos físicos ou naturais, mas um produto social, histórico e cultural, imerso em processos de transformação e relações de poder. O autor também propõe reflexões,

4 O termo “Centro” é utilizado como oposto dialético para “Periferia”. O “Centro” representa as encarnações de estruturas de dominação, um conceito político, como argumenta Bonsiepe em seu livro *Design, cultura e Sociedade* (2011).

a partir deste conceito, pondo em questão o processo de globalização a que assistimos, resultando em mecanismos de poder que determinam quais os lugares que irão envelhecer ou terão possível sua modernização, em outras palavras, são os grandes definidores de quais espaços serão mantidos para existir no futuro.

Quando falamos das feiras populares no Distrito Federal (DF), falamos de um espaço de tradições existente desde o início da criação de Brasília, apesar de não previstas em seu plano inicial, sua organização se deu pelos *candangos*⁵ na ocupação da antiga Cidade Livre, que possibilitava um sentido de pertencimento por representar aspectos de suas cidades de origem. Ao mesmo tempo, falamos também de tensões e resistências que se intensificam, principalmente frente a segregação urbana da região. Num contexto de expansão de distâncias entre as cidades que compõem seu entorno, com grandes contingentes populacionais e baixa infraestrutura, onde concentram-se na região central as atividades de alto poder financeiro e tecnológico.

A Feira Central de Ceilândia, que carrega o nome da região administrativa⁶(RA) que a abriga, é uma das grandes feiras populares permanentes existentes no DF que se tornaram pontos de referência por demarcar

5 Para explicar a etimologia da palavra *candango*, me utilizei da explicação de Silva e Queiroz (2020): “*Candango* agrega história das relações de classe luso-africanas e luso-brasileiras, antes de ter passado por breve redefinição no curso da construção de Brasília; é uma apropriação de *candongo*, palavra da língua quimbundo ou quilombo, dos bantos do Sudoeste da Angola, termo pelo qual os africanos se referiam, pejorativamente, aos colonizadores portugueses; no Brasil, aparece primeiramente nas plantações de cana do Nordeste, onde os escravos a empregavam irrisoriamente com relação a seus senhores; os brasileiros terminaram por inverter o alvo da depreciação: a palavra *candango* torna-se um sinônimo de *cafuso*, o mestiço do índio e do negro; ou, mais precisamente, na mescla de tipos raciais brasileiros, o mestiço de um *mameluco*; assim, a palavra *candango* tornou-se um termo geral para as pessoas do interior em oposição às do litoral, e especialmente para os trabalhadores itinerantes pobres que o interior produziu em grande quantidade, caso dos trabalhadores o termo chegou a Brasília.”

6 De acordo com o Governo do Distrito Federal (2022) “Diferentemente dos estados do país, Brasília não é dividida em cidades e bairros, portanto não há prefeituras [...] o DF é composto por 35 Regiões Administrativas (RAs) oficialmente constituídas como dependentes do Governo do Distrito Federal. Cada uma tem outras mil faces e reproduzem a essência da diversidade brasiliense.”

identidades, sendo também um dos pontos de alta relevância econômica e social na vida dessas regiões. Instaurada no espaço público pela mobilização principalmente dos migrantes, a feira de Ceilândia considerada permanente desde 1972, de acordo com documento do Inventário Nacional de Referências Culturais (INRC) produzido pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) assinado por Madeira (2007), é considerada ponto de referência forte da cultura nordestina no centro-oeste, o que demonstra que ela não é puro lugar de comércio. Nela criou-se um espaço público plural, congregando pessoas, múltiplas atividades e cultura.

Esses aspectos são reforçados também na publicação “Ceilândia, minha quebrada é maior que o mundo”, documento igualmente produzido pelo IPHAN e organizado por Dantas et al (2020). A obra trata do tema da educação patrimonial para jovens, embasada em inventários participativos⁷, onde nela a Feira Central é trazida como exemplo de referência cultural, enquadrando-a como elemento muito presente na história da comunidade local, com suas manifestações transmitidas entre várias gerações e que pretende ser uma cultura propagada para as que estão por vir. Sendo percebida por seus moradores como patrimônio cultural afetivo da região.

O design, como área de estudo, vem promovendo constantes reflexões sobre as configurações das soluções presentes nas rotinas sociais. Com base nas reflexões e conceitos apresentados, concebe-se a importância da identificação desse local para salvaguarda da herança social. Levando em consideração a contínua transformação e desenvolvimento desses espaços, em função do aumento da condição participativa social, é possível nos depararmos com alguns questionamentos: Como as tecnologias sociais e apropriadas atuam como mediações na Feira Central de Ceilândia, contribuindo para sua continuidade e adaptação às mudanças sociais, econômicas e culturais? Esta, é uma indagação que inicia a jornada, para que possamos delinear a compreensão das relações entre tecnologias, meios,

7 Ferramenta desenvolvida pelo Iphan que mobiliza a sociedade em torno de suas referências culturais, seguindo o entendimento dos artigos 215 e 216 da Constituição Federal.

lugares e suas implicações, com a finalidade de contribuir com este território de forma contra-hegemônica.

2 Objetivos

Considerando o potencial contributivo do design na resolução de problemas sociais e na inovação tecnológica no Brasil, este estudo tem como objetivo geral investigar como as tecnologias sociais ou de aquisição, quando integradas aos modos de fazer cotidianos, são utilizadas pelos atores sociais como mediadoras no contexto da feira de Ceilândia, localizada no Distrito Federal.

Em decorrência disso, objetiva-se especificamente:

- Compreender e identificar as tecnologias existentes e seus impactos para os feirantes do local de acordo com suas percepções.
- Avaliar se essas mediações tecnológicas nas feiras populares influenciam na preservação e promoção de características culturais que definem esses espaços, com vistas para sua preservação no futuro.
- Entender o papel das feiras enquanto espaço cultural, inovativo e tecnológico e a sua importância para o estado e para a sociedade.

Este projeto visa utilizar o trabalho prospectivo do design, ao compreender a importância de construir no presente o que se espera alcançar no futuro. A aceleração da globalização pode conectar áreas distantes, mas pode também em paralelo desconectar o passado e o presente de um mesmo território. Parece-nos apropriado enquanto pesquisadora-designer favorecer uma reflexão do contexto e promover a participação para gestão desses novos cenários, auxiliando políticas públicas nesse espaço que destinem aos meios sociais e culturais a aquisição de novos contornos.

3 Estrutura metodológica

A pesquisa em questão estrutura-se em duas etapas complementa-

res. Este primeiro momento, se dá através da fase exploratória da pesquisa, na qual realiza-se a revisão bibliográfica para auxiliar o entendimento do contexto a ser trabalhado. O que propicia uma familiarização com autores e teorias relevantes para o projeto, a fim de obter material para melhor compreensão do objeto de estudo e da proposta incorporada no projeto.

Além disso, ainda dentro desse contexto exploratório, são feitos os primeiros contatos informais com a feira que se refere ao objeto de estudo. Sendo por meio da observação in loco, que somos capazes de assimilar a espacialidade do lugar. Tornando possível explorar e desbravar os percursos da feira, efetuando alguns registros que auxiliem a construir uma maior familiaridade, além de conversas descontraídas com alguns frequentadores do local, contribuindo para as conexões necessárias para a pesquisa.

As primeiras idas à feira guiadas pela prática da deriva, ainda nesse momento prévio, amparado pela prática da fotografia, já é possível registrar algumas das primeiras impressões causadas para além do espaço construído, mas principalmente do espaço usado⁸. Observando pela primeira vez dinâmicas, conflitos e sobreposições de formas e de estilos de vida existentes ali.

Na segunda etapa, para imergir na conjuntura do espaço damos prosseguimento utilizando abordagens do design participativo, utilizando métodos de pesquisa qualitativos. Neste momento realiza-se a coleta de dados qualitativos, através da participação de feirantes e da comunidade, tendo em vista a grande importância dos relatos derivados da vivência de suas realidades. Seguido assim, pelo momento de interpretação das informações coletadas, de modo a aprofundar sobre o quadro estudado, estruturando as descobertas do trabalho que serão suporte para contemplar a pergunta-problema inicial. Definida essa estrutura, damos início à primeira etapa.

4 Revisão da literatura

4.1 O Papel do Design na Mediação de Espaços Populares

8 Figuras 13, 14, 15, 16, 17, 18 e 19 nas páginas 28, 29 e 30

Figura 13 - Registros da feira central de Ceilândia/DF (1)



Fonte: Autoral, 2024.

Figura 14 - Registros da feira central de Ceilândia/DF (2)



Fonte: Autoral, 2024.

Figura 15 - Registros da feira central de Ceilândia/DF (3)



Fonte: Autoral, 2024.

Figura 16 - Registros da feira central de Ceilândia/DF (4)



Fonte: Autoral, 2024.

Figura 17 - Registros da feira central de Ceilândia/DF (5)



Fonte: Autoral, 2024.

Figura 18 - Registros da feira central de Ceilândia/DF (6)



Fonte: Autoral, 2024.

Figura 19 - Registros da feira central de Ceilândia/DF (7)



Fonte: Autoral, 2024.

As atividades que abrangem a área do design atravessam uma vasta trajetória de mudanças, que surgem de acordo com a necessidade da circunstância a qual se insere. A perspectiva que sustenta a pesquisa está diretamente ligada a um design que é reconhecido por um modo de pensar aplicável, que através de suas práticas se motiva em permear os sistemas sociotécnicos⁹. Dialogamos com um ponto de vista, onde interessa ao design dialogar com os desafios de uma sociedade que se transforma rapidamente, devido ao desenvolvimento tecnológico, mas que ainda enfrenta dificuldades em elaborar resoluções para as ansiedades que a transpassam na atualidade.

Na proposta de Manzini (2017) o design faz-se, inevitavelmente, um processo social difuso. Podemos atrelar esses conceitos com o pensamento de Bonsiepe (2012) no qual aponta que o enfoque do design se dá incorporado em uma dinâmica cultural e social, encontrando-se na intersecção entre a cultura da vida cotidiana, da tecnologia e da economia. Isso porque o design “eficiente” é intrínseco ao envolvimento societário, pois ao contemplar uma perspectiva cidadã, é provocado a aproximar-se de sua responsabilidade social de maneira holística. Esse processo é responsável por ampliar sua atuação política e auxilia no entendimento das relações dentro desse coletivo, como exemplifica Franzato:

Renovando sua cultura de design, o designer pode assumir diversos novos papéis. Pode passar a atuar como um facilitador dos processos de inovação em andamento, como um ativista que desencadeia novos processos de inovação, como um estrategista que conecta e motiva as redes de projeto e, até, pode tornar-se um promotor cultural, antecipando reflexões críticas e novas propostas de inovação da sociedade, possivelmente disruptivas. (FRANZATO, 2017 apud MANZINI, 2017).

Interpreta-se que, faz parte dos cânones do design buscar se en-

9 Entendemos sistemas como um agrupamento de elementos que se influenciam mutuamente, em uma relação de interdependência. Por sua vez, sistemas sociotécnicos podem ser definidos como sistemas que consideram relações sociais e tecnologias (RIZARDI, 2022).

volver com o contexto e aprofundar o conhecimento de suas questões de forma mais crítica. Na proposta de Ingold (2013) o design deve ser correspondente ao mundo, possibilitando abrir nossa percepção ao que está acontecendo lá fora, para que possamos responder a ela, assumindo assim uma responsabilidade de coletividade, utilizando das condições que suas competências lhe possibilitam pelo bem público.

Para além, Penman (1994, apud FRASCARA, 2009) nos atenta que um dos ingredientes chave para a prática da cidadania é a participação na sociedade, assim, retoma-se a ideia do design e do designer como inerentes ao mundo social, onde se reconhecem como elementos impactados e participantes da própria atuação. Essa linha de pensamento caminha para um direcionamento onde o papel do design coexiste à inserção social, pois, cabe a ele o papel de promover cenários para a mudança.

Sem designer e comunidade estarem intencionalmente conectados, não há chance alguma na construção de um outro mundo possível, como debate Frascara (2009). Se nos motivamos então em poder delinear uma trajetória esperançosa, de modo a buscar um otimismo do intelecto, conceito de Harvey (2011), que possa engendrar um futuro melhor para o mundo, é fato que este apenas se dará por um grupo formado pela sociedade civil trabalhando em conjunto.

Na contemporaneidade o design tem se caracterizado pelo rompimento de fronteiras bem definidas, especialmente entre grandes áreas, resultando em uma integração interdisciplinar de conhecimentos, exaltando a importância dos trabalhos em rede, com equipes transdisciplinares, se distanciando de uma prática antiquada que os estimulava a trabalharem isoladamente. No ofício do designer, projetar pensando nessa aproximação multifacetada potencializa nossa capacidade de ação coletiva, principalmente, quando nos deparamos com problemas que passam a serem dimensionados de modo mais complexo (CARDOSO, 2012). Reitera-se: deve-se aceitar a complexidade como uma condição existente para desenhar soluções, ao invés de combatê-la.

O pensamento complexo, postulado por Morin (2015) entre outros

estudiosos, nos desperta para não cair no reducionismo da simplificação da realidade, e assim nos permitir a conhecer melhor o todo, e a partir desse todo, conhecer cada vez mais as partes, oportunizando um conhecimento sistêmico. Essa é uma visão de mundo e de pesquisa importantes, principalmente no sentido da cidade enquanto microcosmo do mundo complexo que se quer analisar aqui.

4.1.1 Design e Complexidade: Compreendendo Sistemas Sociais e Tecnológicos

Passamos a compreender que operamos em um mundo no qual a complexidade se dá na manifestação da vida cotidiana, onde tudo é solidário, sistêmico e multidimensional (MORIN, 2015). Sendo assim, se tudo está conectado a tudo mais, não resta outra escolha senão a de aceitar e englobar esse viés como uma característica chave da organização de sistemas, dado a percepção que estes estão intrinsecamente entrelaçados.

A aceitação da complexidade, da instabilidade e da intersubjetividade nos processos de construção do conhecimento do mundo, são, para Vasconcellos (2003), o que compõem o pensamento sistêmico. Isto porque, a abordagem sistêmica, segundo Pereira (2014), pode ser caracterizada pelos aspectos da interdisciplinaridade e pelos processos de conhecimento sobre como o todo se inter-relaciona com as partes.

O paradigma do pensamento sistêmico, admite níveis maiores de informação e complexidade nas práticas cotidianas, enfatizando princípios básicos de organização. Esse âmbito, como destaca Johnson (2010), acentua a capacidade humana de assimilar e processar grandes quantidades de informações heterogêneas, implícitas e ambíguas para criar uma síntese adaptada às necessidades. O autor evidencia que quando o design abraça a complexidade, ele consegue partir de uma ordem criada de baixo para cima. Por meio de relações e interações locais, envolvendo participantes diversos, com muitos objetivos e necessidades diferentes.

Em geral, a complexidade é vista como uma característica de um sistema (e/ou seu observador) descrita com base em con-

ceitos como tamanho, variedade, ordem e organização. Por exemplo, a complexidade é definida em relação ao tamanho ou dimensões de um sistema, à dificuldade de modelá-lo ou aos recursos necessários para descrevê-lo. A complexidade também está associada à variedade, diversidade e multiplicidade, sendo frequentemente ligada à imprevisibilidade ou ao grau em que é possível prever os estados futuros possíveis de um sistema. O alcance de tais estados é tipicamente associado à capacidade crítica de um sistema de se auto-organizar e se adaptar a ambientes em mudança. (JOHNSON, 2010, p. 88-89, tradução nossa).

Associando o design ao pensamento sistêmico, podemos compreender qual a melhor forma de intervir em áreas que, acabam não sendo o foco da atenção em análises tradicionais. Passamos a assimilar os desafios da nossa sociedade dentro de uma atuação contextual, pelo conjunto de fatores locais, partindo de abordagens de design focadas em mapear as experiências humanas. Pois, quando se aciona a ideia do design como inerente ao mundo social, é importante nos assegurarmos que a resposta encontrada para o problema seja de fato cultural e socialmente aceitável para as pessoas e as comunidades às quais deve beneficiar. (MANZINI, 2017).

O próprio processo de design estrutura-se em um sistema cognitivo humano complexo, criando e comunicando produtos, sistemas, soluções e informações, muitas vezes mediadas por novas tecnologias. Intervindo para produzir efeitos desejáveis, possibilitando às pessoas interagir e colaborar de maneiras inovadoras. Dentro desse cenário, tem-se argumentado que o design é uma parte essencial da metodologia de sistemas complexos, mas sem dúvidas tão essencial é sua rede de relações com outras áreas do conhecimento, juntamente dos indivíduos e coletivos envolvidos na conjuntura a ser estudada.

Além de ouvir, o designer deve se dispor a compreender verdadeiramente o contexto. Essa construção dialética nos atenta que é necessário agirmos de forma participativa como uma espécie de articulador. Freire (1987) denota que “quando o conhecimento não vem da realidade do sujeito, não vale nada.” Trata-se não só de ter como prática empenhar-se a assimilar os sentimentos e necessidades, mas sobretudo considerarmos as suas experiências, caminhos vividos e contextos sociais que compõe seu

repertório de vida. Tratar o design de uma visão empática necessita de um processo que envolva ferramentas de observação, pesquisa e análise de dados, adquiridos dessa relação com o outro, suas opiniões e comportamentos.

Destacamos assim o viés do design participativo, já que sua premissa consiste na inclusão e cooperação, onde todos os envolvidos no projeto são percebidos como agentes protagonistas para projetar a solução (GREGORY, 2003; SANDERS et al., 2010). Este, trata-se de um processo de design, que em sua ideologia, relaciona-se com o aspecto político e sociológico, para que as pessoas tenham a oportunidade de influenciar seu próprio território. (MERONI, 2008; SANTA-ROSA e MORAES, 2012).

4.1.2 Design Participativo e a Construção Coletiva dos Espaços

A questão da participação no processo de design vai muito além de seu caráter metodológico, é prioritariamente, também de caráter político. Spinuzzi (2005, apud SILVA, 2019) recorda que, o design participativo faz alusão a projetos escandinavos realizados durante os anos 70 e 80, que possuíam o intuito de aumentar o poder dos trabalhadores e incentivar a democracia no local de trabalho, permitindo que os mesmos pudessem definir como as tecnologias seriam empregadas. Tratava-se do pensamento de desenvolver uma linha de processo para a democratização dessa tecnologia, envolvendo pesquisadores, sindicatos e operários.

Sanders (1999) relata que a maneira de projetar através da cocriação, pode ajudar as pessoas a expressar além de palavras, mas articulando também sentimentos, desejos e necessidades. Estar comprometido com as ambições sociais dos participantes, proporciona uma forma de considerar os sujeitos capazes de solucionar seus problemas por conta própria. Nesse ponto de reflexão, Harvey (2011) evoca Marx¹⁰ e nos questiona: em torno

10 A principal teoria de Karl Marx, base da sua ideologia conhecida como marxismo, é o materialismo histórico e dialético. Ele argumentava que a história da humanidade é marcada pela luta de classes e que o capitalismo, devido às suas contradições intrínsecas, seria inevitavelmente substituído através de uma revolução proletária, vista como uma etapa necessária onde o proletariado tomará o poder político e

de que se supõe que os trabalhadores de todo mundo devem unir-se a não ser em prol de seus direitos fundamentais? Devemos estar dispostos a pensar em um contexto no qual ao se unirem, os trabalhadores sejam capazes de construir uma alternativa que possa atender aos seus próprios desejos, necessidades e vontades num mundo bem mais igualitário.

Trabalhar em conjunto as relações entre comunicação, cultura e política no design, facilita a projeção de futuros alternativos, inclusive, da própria organização social da atividade, como sugere Crabtree (2003). Assume-se que é isto que se pretende declarar ao anunciar a participação de todos no “fazer” do design: desde cidadãos comuns, passando por empresas públicas e privadas, até cidades e países (Manzini, 2017).

[...] esse “todos” a que nos referimos inclui cada sujeito, seja individual ou coletivo, que, em um mundo em transformação, deve determinar a sua própria identidade e o seu próprio projeto de vida. Isso significa colocar suas habilidades de designer em ação: uma capacidade de pensar e realizar coisas que envolve reflexão e senso estratégico, que nos conchama a olhar para nós mesmos e para o nosso contexto e decidir quando e como agir para melhorar o estado das coisas (MANZINI, 2017, p. 15).

A função do design participativo é fazer com que os artefatos e serviços públicos incluam os cidadãos e façam com que eles atuem lado a lado por melhorias. Infere-se, a exemplo, o espaço da feira como resultante das interrelações de seus sujeitos, assim, o designer como mediador, é responsável por analisar e interpretar as informações nesse processo. É necessário manejar localmente junto com os envolvidos e atuando como catalisador de uma visão coletiva em direção ao futuro imaginado, promovendo diálogos estratégicos entre os diferentes atores.

Portanto, como parte do papel e das ações do designer, faz-se fundamental aprofundar a investigação do problema. Como etapa inicial, é essencial nos debruçarmos sobre as grandes áreas que abarcam o presente estudo. Assim, nos capítulos seguintes dedicamo-nos a compreender a questão do espaço e território, das feiras populares e da tecnologia.

4.2 O Território do Distrito Federal: Entre Espaço, Identidade e Dinâmicas Sociais

Dedica-se neste momento a entender conceitos relacionados à temática do espaço e território, onde Milton Santos¹¹ e David Harvey¹² conduzem grande parte do ponto de vista dessa pesquisa. Iniciamos nossa discussão a partir do que Santos (2003) elucida sobre o espaço, visto como uma forma que não tem existência empírica e filosófica se a considerarmos separadamente do conteúdo e um conteúdo que não poderia existir sem a forma que o abrigou. Sendo assim a forma que os lugares se criam, recriam e renovam, a cada movimento da sociedade. Entende-se que espaço não se é, se produz.

Quando falamos então da produção do espaço, Lefebvre (2006) elabora caminhos dessa produção. Costurando ideias com alguns outros pensadores, vislumbra uma aproximação humana com a cidade, abordando-a no sentido de força produtiva e declarando que através do espaço, a sociedade se reproduz e se reconstrói constantemente, sendo assim o espaço social um produto social, onde o humano o produz por meio de suas lutas e seu trabalho. Em paralelo, Santos (1991) certifica que os espaços são determinados pelo movimento da sociedade. O autor complementa que tanto a paisagem quanto o espaço resultam de movimentos superficiais e de fundo da sociedade, como um mosaico de relações, de formas, funções e sentidos.

Uma paisagem é uma escrita sobre a outra, é um conjunto de objetos que têm idades diferentes, é uma herança de muitos diferentes momentos. Se juntos se mantêm elementos de idades diferentes, eles vão responder diferentemente às demandas sociais. A cidade é essa heterogeneidade de formas, mas subordinada a um movimento global. O que se chama de

11 A principal teoria de Milton Santos é a “Teoria Social Crítica do Espaço”, que se baseia na análise do espaço como um produto social, econômico e político, e não apenas como um espaço físico. Ele propõe a ideia de que o espaço é “usado” e transformado pela sociedade, e que essa transformação é resultado de processos sociais e de poder, como já mencionado anteriormente.

12 A principal teoria de David Harvey é a da Produção Capitalista do Espaço, que explora como o capitalismo molda a paisagem e a organização espacial, criando desigualdades entre territórios. Esta teoria é fundamentada em sua análise do desenvolvimento geográfico desigual, destacando como o acúmulo de capital altera as formas de espacialidade e as relações sociais.

desordem é apenas a ordem do possível, já que nada é desordenado. (SANTOS, 1991, p. 66).

A organização do território da cidade desenrola-se pelo modo em que as relações sociais se encontram e se organizam. Desenvolvem-se categorias para expressar as diferenças visíveis e perceptíveis no contexto urbano, passam a falar de progresso ou de atraso, instauram-se ações de preservação, ou, em nome do moderno, destroem para renovar. Como indica Pesavento (2007). Quando a sociedade muda, mudam também as necessidades. Desse modo, quanto mais tempo um espaço consegue resistir, ou seja, manter-se íntegro e reconhecível, maior será a chance de incidirem sobre ele mudanças de uso.

É nesse momento que utilizamos o termo território, para nos referir sobre o espaço usado (SOUZA, 2019), construído e desconstruído por uma grande rede de atores que territorializam suas ações com o passar do tempo, envolvendo também relações de poder (SAQUET, 2008). Quem produz? O que? Como? Por que e para quem? Santos (2003) nos expõe como a marcha do capitalismo, além de motivar a difusão da racionalidade hegemônica nos diversos aspectos da vida, conduz igualmente que tal racionalidade se instale na própria constituição do território, impactando no corpo social e na relação com o espaço: consigo mesmo, com a vizinhança, os arredores e o mundo.

No âmbito dessa formulação, se entrelaçam as noções de ‘cidade’ e ‘cidadão’, sendo possível associar a vida cidadina e as possibilidades de explorar, inventar, criar e definir novos modos de vida com o modo que o espaço se impõe através das condições que são oferecidas. O modo como vemos o mundo e definimos possibilidades, depende do lado em que nos encontramos e a que tipo de consumismo temos acesso (HARVEY, 2014).

Há, por exemplo, lugares marcados pela carga da racionalidade, da tecnologia. E há os outros lugares, onde cabem outras formas de expressão que têm lógicas próprias, agarrando-se com todas as forças ao que conseguiu para si na luta cotidiana pela sobrevivência. Esse elo que envolve a territorialidade está imbricado com a relação indissociável da existência

material da cidade e sua existência política (ROLNIK, 1988).

A urbanização ilustra no espaço o processo de mudança das relações sociais e do conteúdo material do território. O processo de globalização a que assistimos, por exemplo, atribui a alguns atores um papel privilegiado na organização do espaço, resultando em estruturas de desigualdade como a segregação territorial, produto reflexo do capital e uma característica importante para o entendimento das cidades. Nelas, diferentes grupos sociais separam-se por grandes distâncias, onde geralmente as classes média e alta concentram-se em bairros centrais com boa infraestrutura, e os pobres vivem nas precárias e distantes periferias (CALDEIRA, 2011).

Fenômeno que não acontece diferente com a cidade de Brasília e seu entorno, apesar de esse não ter sido o plano modernista inicial de seus fundadores. De acordo com Tavares (2005) “a capital da esperança” idealizava resgatar o Brasil das formas arcaicas de civilização e do atraso do modelo colonial para uma ordem impessoal e democrática, passando a ocupar no imaginário popular a visão de uma terra de grandes oportunidades.

Figura 20 - Retirantes chegam para trabalhar na construção da nova capital, em janeiro de 1959.



Fonte: Arquivo Público do DF.

A construção de Brasília, a epopeia brasileira, falava de utopia antes mesmo de nascer e com isso, junto aos incentivos governamentais para sua ocupação, trouxe vários grupos sociais advindos de diversas regiões do país, em especial do Nordeste, que compunham 43% dos migrantes em 1958 (dados do IBGE)¹³, que resolveram apostar o futuro buscando oportunidades de trabalho na região.

Por conseguinte, o processo de expansão urbana do DF se iniciou antes mesmo que a cidade terminasse de ser construída, pela necessidade de alocar a população que chegava para construir a nova capital. À vista disso, nasceram na época as chamadas cidade-satélites¹⁴, que surgem, entretanto, sem o aparato de um planejamento com tanto esmero como recebeu o Plano Piloto¹⁵. Essa iniciativa do governo em criar as Cidades Satélites, hoje chamadas de RAs, antes da total ocupação do território central, contradiziam inclusive o que era proposto por Lúcio Costa, urbanista responsável que planejou a criação. De acordo com o mesmo:

O crescimento da cidade é que ocorreu de forma anômala. Houve uma inversão que todos conhecem, porque o plano estabelecido era que Brasília se mantivesse dentro dos limites para os quais foi planejada, de 500 a 700 mil habitantes. Ao aproximar-se desses limites, então, é que seriam planejadas as cidades-satélites, para que essas se expandissem ordenadamente, racionalmente projetadas, arquitetonicamente definidas. Esse era o plano proposto. Mas ocorreu a inversão, porque a população a que nos referimos (os candangos) aqui ficou, e surgiu o problema de onde localizá-la

13 Dados encontrados na publicação Estatísticas do Século XX de 2006 do próprio IBGE. Disponível em: <https://seculoxx.ibge.gov.br/images/seculoxx/seculoxx.pdf>.

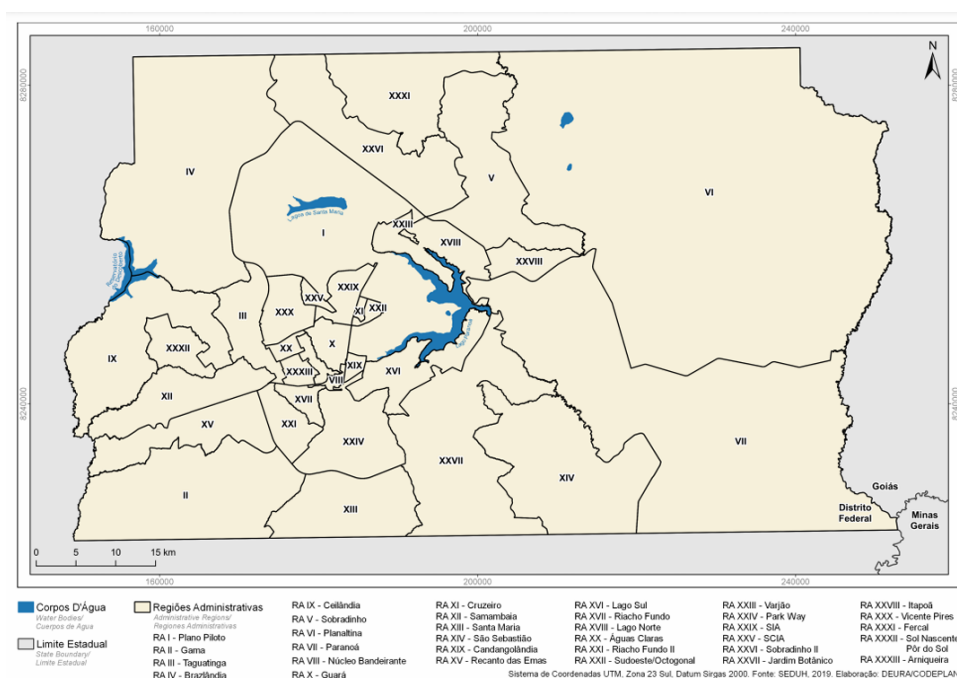
14 De acordo com a biblioteca do IBGE, cidade-satélite é o antigo nome que se dá para as regiões administrativas localizadas no entorno de Brasília. Elas não têm autonomia política e, por isso, são dirigidas por administradores nomeados pelo governador local. Originalmente, foram planejadas para serem núcleos urbanos e para funcionar como cidade-dormitório.

15 O Plano Piloto, hoje é também considerado umas das RAs de Brasília, é considerado um marco do planejamento urbano e patrimônio da humanidade pela UNESCO. O projeto do urbanista Lúcio Costa e do arquiteto Oscar Niemeyer, evocava conceitos do Movimento Moderno onde originalmente a composição dos espaços de Brasília levou em conta a integração entre o urbanismo, a arquitetura e as artes plásticas. (IPHAN, 2014)

(...). Daí a criação de núcleos periféricos, para transferir as populações, dando terreno para que se instalassem de uma forma ou de outra. Como consequência, os núcleos transformaram-se em verdadeiras cidades, as chamadas cidades-satélites, que tomaram o lugar das cidades-satélites que deveriam ocorrer. Assim, as cidades-satélites anteciparam-se à cidade inconclusa, cidade ainda arquipélago, como estava - agora já mais adensada, mas ainda não-concluída. A cidade ainda está oca. Entretanto, dois terços da população de Brasília moram nessa periferia, o que foi, naturalmente, desvirtuamento” (COSTA, 1974, p.26).

O Distrito Federal que hoje é dividido em 33 RA's (Figura 21) possui localidades que apesar de receberem influência, como as nomenclaturas setoriais para organização, se distinguem umas das outras tanto por questão de cultura e identidade, mas propriamente também por infraestrutura e classe econômica. A visão instrumental do espaço (HEYNEN, 2013) apesar de possuir boa intenção, ao criar arranjos espaciais ambiciosos para começar o novo e deixar o passado para trás, ao reorganizar a vida social, falha em ignorar importantes códigos culturais pré-existentes que não são eliminados facilmente e impactam nos modos de ocupação do mesmo, replicando esquemas de distinção e hierarquia.

Figura 21 - Divisão territorial do Distrito Federal.



Fonte: CODEPLAN (2020).

O recorte que fazemos em nossa pesquisa trata especificamente da RA Ceilândia, destinada inicialmente para abrigar os moradores das “invasões” que se espalharam pela cidade durante seu período de construção, levando as famílias instaladas ali para as periferias. Em dados da Administração Regional de Ceilândia (2021), encontra-se a informação que em 1969, “Brasília já tinha 79.128 favelados, que moravam em 14.607 barracos”. Surgindo assim a Campanha de Erradicação das Invasões (CEI). Esse contexto de abertura nos evidencia alteridades na configuração desse espaço que influencia em sua ordenação e percepção pelos que nele habitam e pelos detentores de poder.

4.2.1 A Construção de Ceilândia: História, Território e Organizações Sociais

Para entender os contornos que impactam a cidade no hoje, precisamos destrinchar, ainda que brevemente, o tempo passado na sua formação e organização. A história de sua formação, nasce de um processo de realocação dos trabalhadores, que contribuíram na construção de Brasília, e suas famílias que moravam em acampamentos próximos da capital federal passando a serem expulsos para regiões periféricas. Situada à em média 30km de distância do Plano Piloto, a região de Ceilândia, é atualmente a RA de maior população do Distrito Federal, estimada em 489.351 habitantes¹⁶.

A RA-IX, como é nominada tecnicamente, lida com problemas principalmente de estigmas negativos que persistem desde seu marco inicial, em 1971, até os dias de hoje, devido em grande parte, à questão da segregação espacial que culminou em outros problemas de ordem social. Em seus anos iniciais, os ceilandenses enfrentavam a falta de oportunidades por estarem isolados espacial e socialmente, além da escassa infraestrutura básica urbana (MESQUITA, 2016). A Campanha de Erradicação de Invasões (CEI) (Figura 22) se revelou extremamente negativa do ponto de vista

16 De acordo com a atual Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílios – PDAD/2015.

social e ambiental:

De fato, no que se refere à questão social, a mudança das famílias causou uma significativa redução de suas rendas, devido à distância do novo núcleo do centro de emprego, e principalmente em face do custo de transporte, que praticamente impediu a participação dos filhos menores e da mulher na composição da renda familiar, ficando esta basicamente estribada nos poucos ganhos do chefe da família, percebidos, geralmente, como operário da construção civil. Esclarece-se que no caso da mulher a atividade de lavar roupa consistia numa profissão das mais usuais entre as pessoas da antiga vila, que não podia ser exercida em Ceilândia, nos primeiros tempos, devido à falta de água. (GOUVÊA, 1995, p. 68-69).

Salienta-se que, a segregação urbana não se define de maneira simplória à eminência direta no espaço, que resulta na estratificação, mas é

Figura 22 - Criação da Campanha de Erradicação de Invasões (CEI).

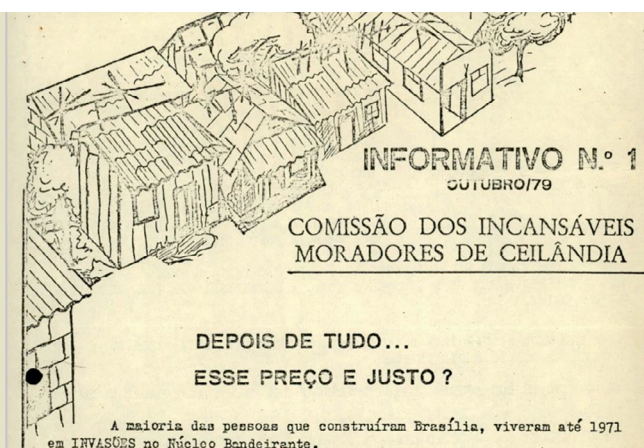


Fonte: Arquivo Público do DF.

também uma consequência da distribuição de renda e acesso ao espaço urbano. É preciso então recordar que, salvo o fato de terem sido removidos, sua população que era constituída majoritariamente por imigrantes, sendo a maioria oriunda do Nordeste.

Além de lidarem com processos naturais à adaptação de sua vivência em um território completamente novo e diferente do seu de origem, foram submetidos a uma transferência para um local precário, que falhava em cumprir com necessidades básicas da vida na cidade, pois não possuía asfalto, sistema de esgoto, água e luz (GOUVÊA, 1995). Apesar de todas as adversidades presentes nesta chegada, o povo negligenciado pelo governo usou das múltiplas formas de resistência para conseguir construir e edificar este novo território. Como relatos encontrados na revista Voz de Ceilândia de 1981¹⁷, demonstrando uma posição displicente por parte do Estado em um momento de grande necessidade. Tem-se, nesses relatos, registros que validam a importância da auto-organização sendo peça-chave para o povo ceilandense, como através de coletivos comunitários, mutirões e até mesmo a criação da Associação dos Incansáveis Moradores de Ceilândia (ASSIMOC) na década de 70.

Figura 23 - Informativo n° 1 da Comissão dos Incansáveis Moradores da Ceilândia.



Fonte: Arquivo Público do DF.

¹⁷ Voz de Ceilândia, ano 1, n° 1, Ceilândia, out.-dez 1981. Nesta primeira edição, os Incansáveis Moradores da Ceilândia realizaram um balanço sobre a história da cidade, pontuando a forma em que os moradores foram abandonados logo após as remoções de 1971. O jornal assinala a necessidade de fortalecer as organizações comunitárias, evidenciando o potencial presente neste tipo de organização (apud DOS SANTOS, 2020).

Os estudos de Ammann (1987) que aborda os Movimentos Populares de Bairro do Centro-Oeste, enfatiza aspectos como a emergência, organização e estratégias. A autora alega o quão foi importante o esforço coletivo para construir a nova cidade e ressignificar aquele território como um espaço digno. Uma forma também de lutar contra a desculturalização que o contexto parecia promover. Estar em um lugar novo obriga um novo aprendizado, reforçado no sentimento da necessidade de se sentir incluído no seu meio, através do seu papel na produção da nova história. É por isso que a história de Ceilândia é, de maneira indissociável, a história de seus moradores. Este contexto, levou-os a reivindicarem o direito de participar da vida na cidade, inclusive sobre a questão do abastecimento.

Inicialmente, contava-se com a visita periódica de um caminhão da SAB (Serviço de Abastecimento), adaptado para funcionar como um “mercado móvel” para atender às necessidades de consumo dos moradores. Assim, resgatando aspectos de suas origens, e de práticas já estabelecidas nos acampamentos das ocupações, as pessoas criavam seus próprios comércios para solucionar a questão da falta, como exemplifica Tavares (2005):

Isso foi fundamental para uma cidade que não contava com uma rede de mercados e serviços. Alguns pequenos comerciantes migraram das vilas com suas pequenas mercearias e padarias improvisadas em barracos. Logo em seguida, estabeleceram-se numa região central da cidade uma feira que abastecia a população, na qual até mesmo material de velhos barracos eram comercializados como alternativa para aqueles que não poderiam comprar materiais novos nas casas de material de construção. De fato, a prática da feira e, por conseguinte, do rolo foi parte representativa das práticas dos moradores das extintas vilas. (TAVARES, 2005, p. 44-45).

Capta-se nesses registros históricos de formação e organização da RA, o que Williams (1989) aponta como o caráter peculiar e extraordinário que tem a auto-organização dos trabalhadores de vincular lutas particulares a uma luta geral de um modo excepcional. Esses aspectos tão presentes na memória do povo ceilandense, são repassados de geração em geração e

impactam diretamente no modo de vida com o qual a cidade se formou e se expandiu. Como argumenta Harvey (2014), é primordial que se entenda que os que constroem e mantêm a vida urbana tem, enquanto direito inalienável, criar uma cidade conforme seus verdadeiros desejos, para que se alcance uma verdadeira política do urbano.

Figura 24 - Imagem da região central de Ceilândia à época de sua fundação.



Fonte: Arquivo Público do DF.

A contextualização histórica de um lugar, especialmente desse lugar de onde parte nosso objeto de estudo, nos permite observar como as singularidades espaciais vão sendo produzidas sob o fluxo de contínuas reconstruções, por meio do papel ativo de indivíduos e grupos sociais. Dessa forma, pretendemos analisar o espaço dentro da narrativa cultural, investigando como se associa a história das pessoas com a história da cidade.

Assim, nos debruçamos a tentar entender como as dimensões da subjetividade no espaço, resultado de forças sociais, tem um papel constituinte no processo de construção da identidade cultural e coletiva por meio de suas práticas.

4.2.2 A Memória como Fundamento da Identidade Coletiva em Ceilândia

A relação entre cultura e identidade são de grande afinidade. Para Valsiner (1998 apud PALMIERI, 2004) a cultura coletiva representa os significados compartilhados pelos grupos de referência dos quais o sujeito participa, influenciando e sendo influenciado inclusive pelas práticas de vida cotidiana. Ao falarmos então do encadeamento envolvendo uma cidade e a participação de seus sujeitos e comunidades, estamos falando também de identidade territorial e coletiva, que se é traçada ao longo da história de um lugar.

Na perspectiva do espaço, De Certeau (2014) discute que são as atividades praticadas que qualificam o lugar e Campelo (2010) complementa essa ideia, apontando que é a partir dessas práticas que surgem tanto a construção de sociabilidades, como a de memórias espaciais, assumidas e partilhadas coletivamente. Esses aspectos determinantes se fundam no compartilhamento de espaços, tempos e tipos de atividade, que Ranciere (2009) denomina de “partilha do sensível”.

Quando focalizamos o mundo subjetivo da pessoa, a partir das relações que ela estabelece com o mundo externo, culturalmente mediado (Palmieri e Branco, 2004), indivíduos e grupos passam a compartilhar valores, histórias e normas, criando assim uma linguagem estruturada no texto da cidade, formado por seus cidadãos e sua relação com o mundo.

Bosi (2003) defende que é “do vínculo com o passado que se extrai a força para a formação de identidade” (p. 16). Assim, os vínculos sociais identitários com o território envolvem também a realização da vida de grupos específicos, ou seja, a experiência espacial do sujeito (DA COSTA,

2017). Esses, são elementos definidores para suas relações. O que resiste, do ponto de vista cultural e popular, constituem grande parte de sua identificação com o local.

Segundo Schmidt e Garcia (2005), destaca-se que a consciência histórica de um lugar relaciona “ser” e “dever”, identidade e ação respectivamente, conferindo uma expectativa futura às atividades praticadas. Quando o contexto identitário envolve também o movimento migratório, o deslocar-se para uma cidade grande reflete-se nesse exercício de encontrar um modo para a nova sobrevivência cotidiana. Quando não se tem mais a familiaridade habitual, abrem-se perspectivas para o que pode ser, principalmente quando a conjuntura é de uma cidade no início de sua criação.

Ao falarmos então desses conceitos, lidamos com a questão de herança cultural e memória, mas também com questões de transformações e reaprendizados constantes na construção da identidade de um povo. A cultura popular tem raízes, as que se carrega consigo e as que são criadas no território em que se radicou. Esse processo simboliza as relações que são constituídas, levando em consideração as alternativas encontradas em seu entorno, encarando o futuro sem desvincular o lugar, obtendo continuidade através da mudança (SANTOS, 2003).

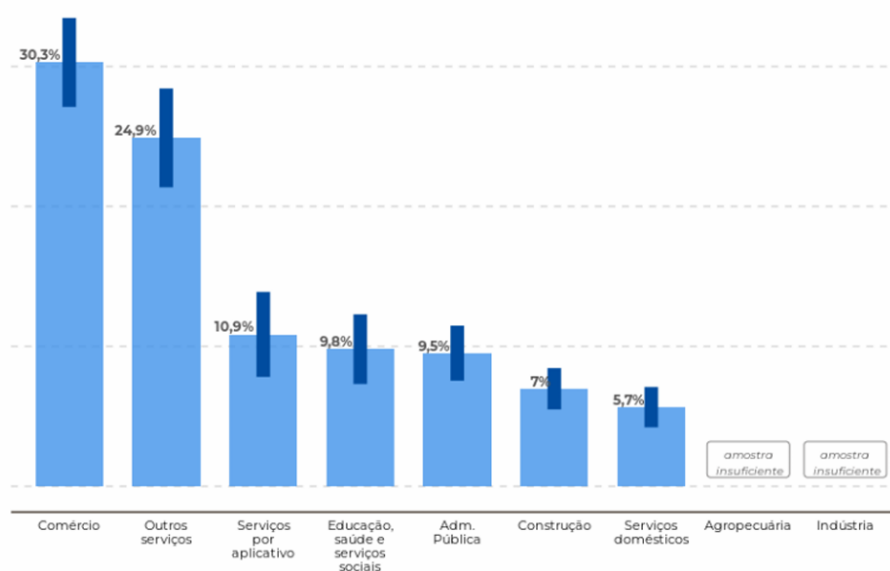
Sabendo que as práticas espaciais estão diretamente ligadas as habilidades dos atores sociais, a Ceilândia expressa suas raízes culturais por meio de festas tradicionais, movimentos e pontos tradicionais de cultura. As manifestações que ali se fixaram, desde a transferência da capital, se fazem presentes na rotina da cidade como herança cultural. Em uma representação significativa que percebe os acontecimentos do passado com o objetivo de proporcionar identidade aos sujeitos.

Conhecida como a capital Nordestina no DF por possuir peculiaridades e características da região, como instituições e expressões relativas à cultura, artes e conhecimentos. Hoje, é uma cidade plural que articula múltiplas temporalidades e diferentes narrativas entre presente, passado e futuro. Visando o tempo presente como uma intersecção, a representar o passado, mas em uma transição dinâmica onde as formas mudam, parado-

xalmente, para manter o seu próprio desenvolvimento.

Com em média 400 mil habitantes, de acordo com o IPEDF (2022)¹⁸, a cidade hoje emprega mais da metade de sua população economicamente ativa, sendo o setor de comércio o mais informado como ocupação do ceilandense, de acordo com dados do PDAD de 2021¹⁹, vide figura 25. Conta ainda com um número importantíssimo para sua história: 43,2% exercem seu ofício na própria região, sinalizando seu afastamento do conceito de cidade-dormitório completamente dependente do Plano Piloto.

Figura 25 - Distribuição do setor de atividade das empresas em que as pessoas exerciam seu trabalho principal em Ceilândia, 2021.



Fonte: CODEPLAN/DIEPS/GEREPS/PDAD 2021

Fonte: PDAD (2021).

Hoje, é uma cidade de serviços e comércio fortes, e é possível inferir que esse alto número de atuação na área comercial possa se relacionar com os vestígios deixados pelos momentos iniciais de sua formação. O ofício dessas pessoas, se relaciona com as referências culturais que estão muito presentes em sua história e que foram transmitidas entre várias gerações.

18 Dados do Instituto de Pesquisa e Estatística do Distrito Federal (IPEDF) disponíveis em: <https://www.ipe.df.gov.br/ceilandia-e-a-regiao-mais-populosa-do-lado-oeste-do-df/>.

19 Dados da Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílios (PDAD) de 2021, disponível em: <https://www.ipe.df.gov.br/wp-content/uploads/2022/05/Ceilandia-2021.pdf>.

Figura 26 - Ceilândia nos últimos anos.



Fonte: Poder360 (2020) e Jornal de Brasília (2020, 2024).

A partir do fazer cultural, encontraram alternativas de trabalho, vida e inserção social, que possibilitou à toda uma região o desenvolvimento de uma vinculação que tem se aproximado mais de uma posição de autonomia do que de dependência. Esse contexto nos ocasiona a pensar neste cenário para além de uma questão econômica, mas também, como uma questão identitária.

A construção da identidade cultural da Ceilândia passa por um processo contínuo que não se esgota, no qual a difusão cultural amplia os significados e valores da cidade (GONÇALVES, 2018). Trata-se de um território que reúne vários patrimônios culturais, sejam eles oficiais ou afetivos e é sabido que a população de Ceilândia tem muito mais a contar sobre sua cidade e sobre seu constante processo de construção cultural.

Alguns desses marcos na construção identitária da cidade, se materializam não necessariamente em monumentos, mas enquanto espaços praticados e contam a história de luta da Ceilândia e dos ceilandenses. Podemos elencar como exemplo, a famosa Caixa D'água que se transformou em cartão postal e a Feira Central de Ceilândia, que carrega uma série de manifestações culturais dos pioneiros, ambas localizadas no coração da cidade.

São localidades que simbolicamente promovem a representação da cidade diante do seu próprio grupo social e dos outros grupos que a cercam. Esses lugares podem ser definidos como “lugares referenciais” que segundo Pellegrino (2002) circulam entre o presente e o passado, e representam um sentido de continuidade, referenciando como um “passado no presente” e importantes na questão relativa ao pertencimento.

Estabelecida enquanto referência cultural²⁰, a história da Ceilândia fica incompleta sem falar de feira, são indissociáveis, dividem corpo e alma. À medida que absorve e compõe movimentações e trajetos realizados por inúmeras pessoas, ao longo de suas enormes feiras e avenidas, já que falamos da região administrativa que mais possui feiras em todo o Distrito Federal.

Num exame das práticas cotidianas, esse lugar tem até os dias atuais, ligação com a identificação e efetuação desse espaço por suas representações de heranças técnicas, estéticas e culturais que sobrevivem por diversas temporalidades. Assim, continuamos nossa investigação para entender onde situa-se a feira diante dessas peculiaridades territoriais apreendidas.

4.3 Feiras Populares: Resistência e Transformação na Cidade Contemporânea

A observação e o estudo de espaços, como o de nosso objeto de estudo, oferecem a possibilidade de compreender as sociedades que o prati-

20 Esses aspectos são reforçados também na publicação “Ceilândia, minha quebrada é maior que o mundo”, documento igualmente produzido pelo IPHAN e organizado por Dantas et al (2020).

cam, seus modos de vida, capacidade inventiva, criativa, organizacional e as tecnologias envolvidas, analisando por consequência suas bases culturais. Ainda que esses pontos não sejam permanentes, pois, acompanham a vida e a evolução da cidade, sua dinâmica social e sua organização espacial.

Presentes no cotidiano brasileiro, as feiras populares, enquanto prática social de intercambiar bens, fazem parte quase de maneira imanente, ao surgimento e história das cidades. Entre os variados mecanismos e espaços socialmente construídos para a realização de câmbios, as feiras surgiam de forma espontânea e cedo se constituíam como as principais responsáveis pelo abastecimento de alimentos para a população, atuando assim dentro de um universo de proximidades e dicotomia na relação entre a casa e a rua, o público e o privado.

Articulando sobre o espaço público, estes são carregados de simbolismos no que diz respeito à organização e à representação da vida pública (GOMES, 2001). Aparentemente desorganizadas e caóticas, elas possuem uma lógica própria bastante complexa, com relações das mais diversas.

De modo até mais sinestésico, é possível descrever juntamente ao espaço da feira um conjunto de sons, cheiros e cores muito característicos do local, e como aponta Braudel (1998) ainda podemos observar nelas os acordos de família, as expressões e frases típicas, o ruído, a música, a alegria popular, representações, jogatinas, diversão e tumulto.

Ao falar desse universo, tratamos de um território construído através de relações sociais e de práticas de consumo, onde suas atividades que englobam trocas, de saberes e comerciais, contribuem para a formação dos espaços urbanos, que se solidificam com base na enorme participação popular, subvertendo um pouco a lógica globalizada que se apodera das grandes cidades.

Mascarenhas (1991) aponta que a reprodução social da cidade requer lugares para que os excluídos pela ordem dominante possam munir-se de material para sobrevivência. Assim, o espaço praticado, construído e vivido da feira é analisado aqui como um espaço público de construção cultural, que se sustenta na dialética de momentos e camadas heterogêneas

de pessoas e produtos, que contemplam várias passagens.

Essas metamorfoses do trabalho nas grandes cidades (SANTOS, 1991), como observa-se no território da feira, cria uma variedade indeterminada de ofícios. Formam-se assim, ambientes ricos de multiplicidade de combinações, dotados de grande capacidade de adaptação, mediante incitações externas e internas, que lidam diretamente com a dualidade entre cooperação e conflito. Como pontos chave que sustentam as atividades, a necessidade demanda que pessoas distintas entre si trabalhem conjuntamente, para conseguir alcançar resultados para o coletivo.

Estudar os lugares a partir de seus significados e de suas representações traz à tona a importância de compreender o que se passa nas especificidades espaciais, observando como as pessoas vivem o dia a dia. Para sua ação na produção do espaço, os homens tiram proveito das possibilidades oferecidas pelo mundo, mas é a partir do lugar que eles se tornam efetivos. Assim, hábitos cotidianos, afetividades e culturas transformam a região.

Destacamos a circunstância de estarmos lidando com um espaço que tão importante quanto o território e o lugar, estão os corpos e dinâmicas envolvidas. São as pessoas frequentadoras então que moldam esses espaços, que inserem e inscrevem nestes, camadas simbólicas que se sobrepõem e criam uma extensa rede de significados.

O espaço vivido e praticado, surge com toda a sua complexidade, revelando identidades regionais que apresentam componentes históricos, econômicos, políticos, culturais, naturais e psicológicos. (BRITO, 2007) Enquadrando-se no que Bhaba (1998) chama de “entre-lugares”, por proporcionarem terreno para a elaboração de estratégias de subjetivação, singular ou coletiva, que dão início a novos signos de identidade, no ato de definir a própria ideia de sociedade, como uma forma de reinventar a tradição.

Hall (2003) afirma que apesar da marginalização, as tradições e a forma de vida popular persistem. No entanto, relata que elas sofrem modificações nas suas relações com o cotidiano dos trabalhadores. Ao adentrar nas histórias do surgimento da nova cidade capital do Brasil, se encontram

relatos de feiras que precedem até mesmo a inauguração da cidade, como a do atual Núcleo Bandeirante, que já em 1957 se tornou o lugar de abastecimento e de encontro dos primeiros candangos (MADEIRA, 2007).

Por ter seus primeiros habitantes compostos por migrantes de diversas regiões do país, com destaque para as populações de origem mineira, goiana e nordestina, as feiras atuavam enquanto local de enraizamento e reproduziam diferentes culturas e tradições, possibilitando a sensação de pertencimento daqueles que vinham recomeçar a vida no novo lugar.

Brito (2007) atenta que memória e a prática do passado tendem a ceder lugar a uma nova forma de interpretar a cidade e o cotidiano. O novo território e a nova cultura com que depara o recém-chegado o transformam. Se integram com os demais moradores, os fazendo perceber a necessidade de se solidarizar, de compartilhar suas angústias e suas esperanças.

Ao longo do tempo, o Distrito Federal agregou memórias, técnicas, artes, de muitas regiões do Brasil (LEITE, 2015). Ainda assim, a resistência e persistência da feira a exemplifica como forma social que insiste em não desaparecer, pois busca englobar alterações e reformulações da cultura ocorridas por meio do tempo. De Certeau (2014) chama isso de tática, e a vê como uma maneira de usar do sistema imposto. Um modo de agir que contorna a desigualdade social utilizando de sabedoria e estratégia.

Velho (2009), fala ainda sobre o jogo da permanência e da mudança, em um potencial de metamorfose onde as transformações se dão juntamente com a manutenção do repertório sociocultural. Um modo em que habita a coexistência entre o retrospectivo e o prospectivo do lugar.

De acordo com Melo (2017) nos primeiros anos da inauguração da famosa Caixa D'água de Ceilândia, quando ainda era um monumento de livre acesso ao público, continha na área quiosques e feiras livres, até o decreto governamental que determinou sua remoção. Desse marco de sua história até os dias de hoje, esses espaços citados passaram por modificações.

No início, os feirantes eram os candangos que preparavam e ven-

diam alimentos, pratos típicos de suas origens, além de utensílios domésticos das regiões e objetos diversos. Hoje se nota a presença dos filhos e netos de candangos, já brasilienses, que receberam os ensinamentos e o empreendimento comercial da geração anterior. Neste momento passamos a fazer o recorte especificamente do nosso objeto de estudo, de modo a entender sua ligação com a região.

4.3.1 Feira Central de Ceilândia: Nasceu e Cresceu Junto da Cidade

Com a caixa d'água como marco central, a feira catalisou uma intensa atividade comercial em seu entorno. Fundada pela união de três feiras que se formavam na ocupação da cidade, os feirantes decidiram reunir-se todos no centro da cidade, formando, assim a Feira Central de Ceilândia em meados de 1973²¹.

Em seus primórdios, funcionava de modo efêmero, com o formato de feira livre, quando possuía locais provisórios e era realizada sem estrutura, de maneira informal, por iniciativa popular. Essa feira se caracterizava por algumas barracas improvisadas de madeira e cobertas com uma bricolagem de lonas e outros materiais (Figura 27)²².

Figura 27 - Montagem da Feira Central de Ceilândia nos anos 1970.



Fonte: Jornal Taguacei (2023)

21 Dados encontrados no site Histórias de Brasília, disponível em: <https://historiasdebrasil.com/2019/02/25/a-origem-da-feira-central-de-ceilandia/>.

22 Disponível em: https://issuu.com/jornaltaguacei/docs/jornal_taguacei_116#-google_vignette.

Tavares (2005) assegura que uma das principais dificuldades dos feirantes nesta época em que ocupavam o terreno descampado, aconteciam no período da seca, em que a poeira era assustadora e nos tempos de chuva, quando o lamaçal tomava conta de tudo. A feira, entretanto, sobrevivia à essas intempéries. Na medida em que o número de habitantes aumentava, o comércio da região se tornava cada vez mais insuficiente para atender a demanda. Pereira da Silva (2016) relata que devido ao crescimento urbano acelerado, Ceilândia chegou a triplicar sua população nos dez primeiros anos.

Todos os habitantes da recém cidade frequentavam a feira, já que ela representava um dos poucos comércios que possuíam naquele momento uma variedade de produtos, além da facilidade da prática comum de escambo, ou “troca-troca” como era chamado. Imagens da Feira em 1970, como na Figura 28 abaixo, registram essas atividades ocorridas na época.

Figura 28 - Feira Central de Ceilândia nos anos 1970.



Fonte: Jornal Taguacei (2023)

Nesse momento, a feira foi capaz de promover, junto a outras instituições, a segurança alimentar, criando até novos setores comerciais, com o excedente das barracas da Feira Central sendo encaminhados para outras partes da cidade, ocasionando a criação de outras feiras, ganhando o

título na época de “Feira-Mãe”²³. Mas apenas na década de 80, ao ganhar infraestrutura, é que ela passa para o formato de feira permanente, possuindo local fixo, pavimentação e cobertura.

Neste ponto, a Administração Pública elabora um projeto visando a estabilização dos feirantes. Como parte desse planejamento, são erguidas barracas padronizadas sobre um piso de cimento na área central da cidade (Figura 29)²⁴, nas proximidades do recém-inaugurado posto de gasolina e da Delegacia de Polícia (15ª DP), como aponta Tavares (2005). A esta altura, eram menos de cem bancas, que vendiam confecções, temperos e animais vivos e abatidos, além de comidas típicas.

Figura 29 - Feira Central de Ceilândia nos anos 1980.



Fonte: Histórias de Brasília (2019)

23 A Feira Central de Ceilândia é a mãe de todas as outras feiras porque o excedente das barracas da Feira Central era também encaminhado para a criação de outras feiras como as dos Setores P-Sul, P- Norte, Guariroba, Expansão do Setor “O”, como aponta Tavares (2005) em sua dissertação.

24 Disponível em: <https://historiasdebrasil.com/2019/02/25/a-origem-da-feira-central-de-ceilandia/>.

Figura 30 - Feira Central de Ceilândia em 2007



Fonte: IPHAN (2007)

Mais à frente na linha temporal do local, já em meados dos anos 2000, se estabelece uma nova planta que deveria inclusive ser reproduzida em outras feiras do DF, adequando apenas com algumas modificações entre elas. Apesar do planejamento de ordenação idealizado, o documento “Feiras Permanentes de Brasília” organizado pelo IPHAN em 2007, descreve a paisagem da feira central nesse momento por uma ocupação de “camelôs” (Figura 30).

Citada como causa motivadora por desencadear essas ações no seu entorno, caracterizando-se pela presença de vendedores ambulantes e pela ocupação das ruas por feirantes em diversos pontos da cidade. O documento descreve o cenário local da seguinte forma:

Os ambulantes já fazem parte do cenário de Ceilândia. Eles tomam conta das calçadas, tornando toda a cidade uma verdadeira feira ao ar livre. Apesar de estar bem-organiza-

da, a Feira Central, e permanente, está rodeada de estandes improvisados, com numerosos vendedores e produtos que tornam impossível conhecer os limites entre elas. (IPHAN, 2007, p. 50).

A detalhada narrativa do inventário nos atenta ainda para a gama de produtos comercializados, descrevendo bancas de tabaco, de fumo, de queijos, de pimentas, de farinhas artesanais, ervas e raízes. Também são mencionados os pratos típicos dos restaurantes que oferecem buchada de bode, sarapatel, mocotó, baião de dois, dobradinha e carne de sol. O documento destaca também o setor de confecções, que passou por uma expansão significativa, ocupando grande parte das barracas, que até então eram dedicadas à venda de verduras, frutas e legumes.

Mesmo com as mudanças de arranjo, forma e conteúdo da feira, inclusive pelas tentativas de deslocamento, o slogan “Nasceu e cresceu junto com a Ceilândia!”, estampado na faixa de 2015 (Figura 31), fica nítido o orgulho da sua relação com o início da RA, ao menos por parte dos feirantes. A frase é uma forma de expressar que as ruas recheadas de gente e esforço, ainda no início de tudo, resistiram e vem resistindo às alterações impostas e propostas, integrando as adaptações, assimilando que são uma forma de permanecerem ativos, evitando a estagnação.

Figura 31 - Faixada da Feira Central de Ceilândia em 2015.



Fonte: Luciana Amaral (G1, 2015)

Hoje (Figura 32), localiza-se na CNM 02 e é ordenada pelo Governo do Distrito Federal (GDF), que cobra uma licença de uso e ocupação. Sua administração é provida pelo serviço de Feiras da RA IX e possui uma associação chamada Associação dos Feirantes da Feira Central de Ceilândia (ASFEC), que gerencia internamente as necessidades do local. Esse tipo de gestão atual, resulta com que a feira seja definida de forma horizontal, pela comunidade que se constitui dentro dela, mas a partir de uma organização que vem de fora, de forma vertical.

Figura 32 - Faixada da Feira Central de Ceilândia em 2024.



Fonte: Autoral, 2024.

Funciona de quarta-feira a domingo das 8h às 18h, conta com 463 boxes²⁵ que variam entre segmentos de vestuário, calçados, utilidades para o lar e pontos de alimentação, que inclui o espaço de compras de frutas, verduras e legumes, mas também de restaurantes, se assemelhando a uma

25 Em entrevista à Administração Regional de Ceilândia foi nos informado um documento que alegava que a Feira Central de Ceilândia possuía 463 boxes. Porém, na entrevista com a Associação de Feirantes, foi nos explicado que na prática considera-se a ocupação de 360 boxes, pois alguns feirantes possuem mais de um box em seu nome. Essa informação completa pode ser percebida nos apêndices onde se encontram a transcrição das entrevistas.

ordenação de mercado público. As bancas e as ruas com passagens estreitas, com caminhos que se entrelaçam, deixam livre o freguês à todas as possibilidades de percorrê-la e de ser alcançado pelos mais variados produtos encontrados das mais variadas temáticas.

Mesmo havendo uma lógica própria nas formas de se organizar ou desorganizar, o lugar também é influenciado por fatores externos, com os quais se relaciona. Sua capacidade de adaptação, ou até mesmo de transformação de sua essência, para responder às mudanças internas e externas, pode ser entendida como uma “propriedade de evolução” (RIZARDI, 2022).

Impulsionadas pela disseminação de novos conhecimentos, muitas pessoas participam ativamente da criação de novas maneiras de organizar. Motivadas por necessidades, hábitos ou pela vivacidade social, essas entidades adotam ferramentas inovadoras que facilitam a conversão de ideias em oportunidades e inovações. Dessa forma, uma organização inovadora se caracteriza como dinâmica e interativa com seu ambiente.

Em contextos como feiras ou ambientes urbanos, a vivacidade social pode ser vista na forma como as pessoas se conectam, compartilham experiências e geram novas oportunidades a partir dessas interações. Essa característica é fundamental para compreender a natureza de uma feira como um organismo vivo, que é, por conseguinte, criativo, inovador e iterativo.

4.3.2 Vivacidade e Invenção: Criatividade no Cotidiano na Feira da Ceilândia

Para Gonçalves (2018) a Feira Central é um retrato de sobrevivência para a Ceilândia. Seja em relação à sobrevivência no que concerne ao risco à fome e ao desemprego, seja pelas atividades dos feirantes, desempenhadas ali se constituírem enquanto fonte de renda. Como também à sobrevivência da memória, uma vez que o espaço é carregado de valores histórico-culturais que são atualizados cotidianamente. Interessante é que,

mesmo diante as vivências que relembram o passado do lugar, reside um processo que não se esgota, onde novos modos de fazer são inventados e insumos são substituídos.

Através da análise dos registros históricos da feira, é possível discernir algumas das transformações ocorridas gradualmente, as quais se desdobram de maneira sutil ao longo do tempo, em consonância com o desenvolvimento da própria cidade. A nova ordenação do espaço e a retirada dos ambulantes para a criação do “shopping popular” reformula a paisagem. Vão se tornando perceptíveis a busca por pertencimento ao circuito da economia urbana, aludido por exemplo, na busca por mimetizar produtos e técnicas. A feira nesse momento então passa a oferecer novos produtos que remetem a indústria ou a “modernidade”, reinventando-se.

Mesmo que a memória mantenha uma forma de representação fixada dos locais, o decorrer do tempo naturalmente introduz novas impressões e representações em relação às diferentes temporalidades. Ramos (2024) expõe atentamente que apesar de ser vista como anacrônica, a feira se faz presente e atualizada. Surgem novos produtos, materiais que compõem as bancas, máquinas que auxiliam os ofícios entre outros objetos, ainda que não sejam de última geração. Essas mudanças refletem não apenas a diversificação dos produtos comercializados, mas também a adaptação das práticas comerciais e o surgimento de novas tendências culturais e econômicas:

A busca pela comercialização de outros produtos é uma condição para que a feira permaneça. A adaptação é resultado de uma persistência para que a permanência seja assegurada. O que é perene numa feira não é o que ela comercializa e sim sua função social. (ALMEIDA, 2008. P.5)

Assim, os registros da feira não apenas documentam a história da cidade, mas também atuam como testemunhas das suas contínuas metamorfoses ao longo dos anos. Hall (2006) aponta este fenômeno como uma característica do próprio movimento de globalização.

Ao lado de uma generalização ou homogeneização globalizada, há também um fascínio pela diferença, pela busca da alteridade. Esses espaços

convergem as horizontalidades e verticalidades, aglutinam as ações externas com as solidariedades criadas no lugar, impondo limites à organização que vem de fora. Lucas (2007) exemplifica:

A criatividade com que os habitantes trabalham seus referentes culturais, na tentativa de se equiparar aos modelos globalizados, remonta a análises presentes na América Latina cujo limiar interpretativo aponta para um tipo de modernização hibridada, pontuada pela bricolagem e a invenção. Mas por outro lado, demonstra a força e a determinação da população em conquistar um espaço digno para se viver, característico nas comunidades do DF e entorno. (LUCAS, 2007).

Sennet (2008) argumenta que há um equívoco ao supor que, em geral, comunidades artesanais tradicionais mantenham suas habilidades técnicas de maneira inflexível ao longo das gerações. Ao se adaptarem a novas condições, as mesmas demonstram a astúcia ao equilibrar práticas antigas com elementos contemporâneos, evidenciando a coexistência entre técnicas, materiais, tendências e acessos.

Nota-se que o esforço para preservar suas raízes não se limita à manutenção de tradições e identidade, mas também se estende ao desejo de se firmar no presente, para garantir o crescimento e a continuidade no futuro. Isso se manifesta na busca por melhorias nas condições do ambiente habitado, assim como na disposição para absorver novos conhecimentos e influências.

Tradicionalmente inseridos em um contexto da utilização da bricolagem como maneira de inventar o cotidiano, onde a improvisação e a criatividade são essenciais para operar com os recursos limitados disponíveis. Com a crescente de tecnologias, fruto da globalização, tem-se desencadeado transformações expressivas também na dinâmica da Feira Central, como o serviço de Wi-fi Social, uma iniciativa da secretaria de Ciência, Tecnologia e Inovação do Distrito Federal, que proporciona o acesso à novas tecnologias, como uso de máquinas de cartão de crédito e conectividade para os frequentadores do local por meio de seus dispositivos móveis.

Para além dessa tecnologia que é crescente e organiza a vida, ainda sim o território da feira mantém um circuito alternativo de mediações para existir. Tendo entendido a feira como resultante de interrelações de seus sujeitos e como um espaço vivo, complexo e mutável, percebe-se que é preciso interessar-se não necessariamente pelos produtos oferecidos enquanto mercadoria, mas pelas operações de seus usuários nos modos de proceder da vida cotidiana.

Precisamos entender então o relacionamento, desencadeado pela astúcia das habilidades do feirante, que se apropriam do espaço organizado e constituem maneiras de fazer a partir das possibilidades dispostas, articulando tecnologias com técnicas advindas da criatividade, imaginação e bricolagem. Assim, partimos para o próximo capítulo, com intuito de compreender como se dá essa articulação entre tecnologias e artes do fazer para o desenvolvimento do local.

4.4 Tecnologia como Fundamento Social: A Apropriação no Cotidiano

Com o intuito de examinarmos interação e relação entre o ser humano e a tecnologia, é pertinente que iniciemos por sua relação com a técnica, que desde tempos imemoriais, tem sido uma parte essencial da experiência humana. Na concepção de Santos (2003) “a técnica, ela própria, é um meio” uma forma de mediação na qual o homem realiza sua vida, produz e cria espaço.

Latour (2019) complementa com a visão de que o “técnico” não designa em primeiro lugar um objeto, um resultado, mas um movimento que se extrai no inerte e vivo, como o corpo do artesão que todos os dias se torna mais habilidoso. Através da técnica, podemos interpretar noções a respeito das condições materiais e culturais de uma sociedade, como também sobre as estruturas sociais, econômicas e políticas que envolvem o contexto em questão, funcionando como um catálogo de métodos de produção desenvolvidos por uma comunidade.

Para Sennet (2009) o entendimento técnico se desenvolve através da força da imaginação, como uma via de mão dupla entre a ideia e a prática. Esses conceitos, se baseiam na concepção de que a partir dela, permite-se que se faça o mundo. Sendo conveniente assumir, que a tecnologia que determinado grupo social constrói, vem de seus próprios meios de inventividade, criatividade e anseios por inovação.

A tecnologia, por sua vez, é a ciência da técnica, como determina Pinto (2005). A definição da palavra tecnologia é ampla e seu conceito possui certo dinamismo. Podendo representar desde infraestrutura até sistemas mais complexos, abarcando produtos, serviços, habilidades, modos de fazer ou ideologias (FERREIRA, 2022).

Essa conexão entre tecnologia e sociedade é observada em uma variedade de contextos, conceituado por Santos (1994) como “meio técnico-científico informacional”, no qual observa-se uma tendência à consolidação de uma sociedade globalizada, evidenciada pelo notável aumento na produção de conhecimento científico, avanços tecnológicos e fluxo de informações, que impactam desde as grandes metrópoles, como até mesmo comunidades tradicionais.

(...) vamos obtendo uma importante contribuição para compreender que a tecnologia não só é mediação com o mundo e com os outros, mas funciona para nós como possibilidade de entendimento dele, através de crenças (valores?) interiorizados no contato com ela. (ALVES, 2004).

Esses impactos não são necessariamente positivos, podendo ter o efeito reverso ao que sua ideologia se propõe, caso não advenha de um contexto culturalmente situado e negociado de maneira significativa e mutuamente recompensadora para os atores sociais envolvidos.

De um lado as promessas das inovações técnicas causam excitação e comoção geral, por outro lado, seus resultados ainda produzem desconfiança e certo descontentamento. Paralelamente, uma parcela de pessoas no mundo, em maioria no Norte Global, é colocada em contato com tecnologias de ponta, enquanto uma outra grande parte, predominantemente

no Sul Global, é alienada desse processo.

Em nosso país, por exemplo, essa dinâmica de importação de tecnologias apresenta algumas disparidades. Evidencia-se de forma efetiva apenas em algumas regiões, onde há uma concentração de capital financeiro que possibilita que estas se tornem desenvolvidas, dentro de um viés capitalista. Ao passo que em outras, esses avanços se manifestam de forma mais limitada e pontual, gerando um desequilíbrio tecnológico ao longo do território brasileiro onde os demais têm de se contentar com frações urbanas menos equipadas.

Diante do desequilíbrio que subjuga os desfavorecidos, surge a imaginação das massas (GAUDIN, 1978 apud SANTOS, 2003) como uma alternativa criativa para lidar com essa realidade. Esta imaginação se manifesta na invenção de objetos da vida cotidiana, uma adaptação criadora à existência. Já que não dispõem dos meios para ter acesso à modernidade material contemporânea, ocasiona-se uma experiência de escassez. Esta, torna-se a base de uma adaptação criadora à realidade existente, conduzindo os atores que estão fora do círculo da racionalidade hegemônica à busca de formas alternativas de racionalidade, indispensáveis à sua sobrevivência.

Como dito por Escobar (2016) “toda tecnologia emerge de condições culturais particulares, ao mesmo tempo em que contribui para a criação de novas condições culturais.” A necessidade de redefinir o uso e a função dos bens de consumo, algo que ecoa o contexto urbano, promove o surgimento de práticas culturais diversas.

Partindo de questões contemporâneas, é interessante assimilar como essa dinâmica busca articular e traduzir as novas tecnologias em espaços como o da feira, que se qualifica por ser um ambiente agregador, pulsante de vida e expressão da cultura popular, que se manifesta através de uma multiplicidade de objetos, técnicas e dispositivos heterogêneos. Dedicando cada vez mais atenção aos processos de modos de fazer por meio de astúcias sociais, interação, troca e hibridização cultural.

4.4.1 Do Hibridismo Cultural ao Tecnológico: A Convergência de Saberes e Práticas

Para além dos limites da contemporaneidade globalizada, nas questões sociais, o hibridismo ocorre sempre que diferentes civilizações entram em conflito, em combinação ou em síntese. Segundo Canclini (2013), hibridação refere-se a processos socioculturais nos quais estruturas ou práticas distintas, anteriormente separadas, se amalgamam para criar estruturas, objetos e práticas. O autor dedica-se ao estudo das culturas híbridas, a fim de compreender as intersecções entre culturas, uma constante em sociedades latino-americanas Cardoso (2008).

Esse hibridismo cultural influencia diretamente produções e técnicas, influenciando direta ou indiretamente, ao que podemos chamar de “hibridismo tecnológico”²⁶, termo que iremos utilizar aqui para descrever tecnologias que surgem da intersecção de outras tecnologias. Muitas vezes com pouca ou nenhuma semelhança com suas formas originais, poderíamos utilizar também para descrever a coexistência de tecnologias de épocas e funções distintas para se efetuar um mesmo ofício.

Essas definições representam os ajustes e adaptações contínuas das partes que atuam nessa interação, em resposta às condições mutáveis em que elas operam, frente a relações complexas entre o hegemônico, e o subalterno, o incluído e o excluído. Entendendo que toda inovação é uma espécie de adaptação, no contexto de setores populares, Sarlo (1992) acredita que o imaginário tecnológico desperta uma reorganização dos conhecimentos e desenvolvimento de novas formas de uso, que ainda quando se modernizam se diferem, na prática da incorporação da tecnologia no cotidiano.

A tecnologia social nada mais é do que a construção de métodos e formas de utilizar uma técnica aplicada a um objetivo voltado para

26 Na compreensão de hibridismo, os seres humanos vêm utilizando diferentes no tecnologias em seu cotidiano, compondo e recompondo o que Backes (2011, 2013) veio a chamar de hibridismo tecnológico digital. Nos inspiramos nessa ideia mas acreditamos que delimitar as particularidades do contexto que estamos estudando à categoria de “digital” seria insuficiente, por tanto, nos utilizamos da expressão subtraindo este termo.

a sociedade:

Os usuários não se contentam em se submeter à técnica. (...) São eles que, pelas práticas que eles vão progressivamente desenvolver e afinar, determinarão, no final das contas, a incidência efetiva das novas tecnologias sobre a transformação de suas vidas quotidianas. Existe aí um processo de reapropriação mais ou menos consciente das técnicas que o público nem concebeu, nem explicitamente desejou. (MERCIER, 1984 apud LEMOS, 2002).

Abrem espaço para a cooptação e promovem a mescla cultural, ignorando o fato de que isso não deixa de ser uma imposição a que não se tem forças de resistir. Do lado dos que se assumem como periféricos, pensar-se como híbrido abre o caminho para uma velha aspiração de integração em uma norma que foi feita para excluir. Por isso, situamos a questão tecnológica para o lugar onde ela é produzida e significada cotidianamente, ou seja, nas práticas, experiências e sensibilidades da vida vivida e não daquela idealizada. Ali, onde pessoas, artefatos e outros seres são cruzados e coproduzidos com e pelas tecnologias.

Ao invés de qualificarmos superficialmente as tecnologias como boas ou ruins, destrutivas ou agregativas, buscamos as pessoas e suas práticas cotidianas para tentar descrever, o mais precisamente possível, o que se trama na vida social, o que se inventa. De acordo com Boufleur (2006), este modo de aprimoramento técnico pode ser classificado também como:

“tecnologia alternativa (DICKSON, 1974 apud BONSIEPE, 1992), tecnologia intermediária (SCHUMACHER, 1973), tecnologia apropriada (BONSIEPE, 1983), tecnologia endógena (THIOLLENT, 1994 apud SOARES, 1999), tecnologia popular (ROCHA, 1996), e tecnologia adaptada (GUIMARÃES, 1996 apud SOARES, 1999)” (BOUFLEUR, 2006).

Ao mantermos nosso olhar voltado para aqueles que não estão em posição de destaque na sociedade, como os atores sociais que compõem o território da feira, acreditamos que esses sujeitos comuns, possuem relatos de produções significativas, como o uso que os meios ‘populares’ fazem das

culturas difundidas e impostas pelas elites produtoras (CERTEAU, 2003). Portanto, nos interessa compreender, não os produtos culturais oferecidos no mercado de bens, mas sim as operações dos seus usuários.

4.4.2 Tecnologia como Estratégia Popular: A Construção e Permanência dos Espaços

As atuais mutações do trabalho, sob o impacto da reestruturação produtiva em tempos de revolução tecnológica e globalização da economia, nos disciplina a enxergar tecnologia apenas por um viés hegemônico. Acabamos assim, perdendo a capacidade de perceber e até mesmo admitir todas as outras lógicas possíveis e existentes que não contam com uma racionalidade a qual fomos ensinados a perceber como tecnologia. Uma espécie de marginalização de tecnologias difundidas, pela reapropriação de objetos, que são quase invisíveis, mas fundamentais.

Essas táticas, como são menos luminosas que as tão iluminadas produções das estratégias e como não fazem tanto barulho quanto elas, são pouco vistas e quase nada ouvidas, pelas lentes e pelos aparelhos de ouvir, ver e sentir com que as próprias estratégias nos habituaram. (ALVES, 2004).

Cardoso (2011) argumenta que a maneira como o ser humano pensa está sempre vinculada às linguagens disponíveis, as quais são moldadas pelo histórico de atividades anteriores nesse campo. As tecnologias sociais da feira não são sempre materiais nem tão pouco fixas, aliás, serão sempre diferentes. Inversões discretas, criadas constantemente, combinando possibilidades e fazendo surgir inúmeras alternativas. Sua existência é preciso aprender a identificar a partir da observação do trabalho diário dos feirantes que, por suas astúcias adquiridas com o passar dos anos, desenvolvem modos de fazer únicos que só fazem sentido no local por serem feitas por quem o pratica e o utiliza, como as invenções identificadas em nossos registros²⁷.

27 Figuras 33, 34, 35 e 36 nas páginas 70 e 71

Figura 33 - Tecnologias de Feira (1)



Fonte: Autoral, 2024.

Figura 34 - Tecnologias de Feira (2)



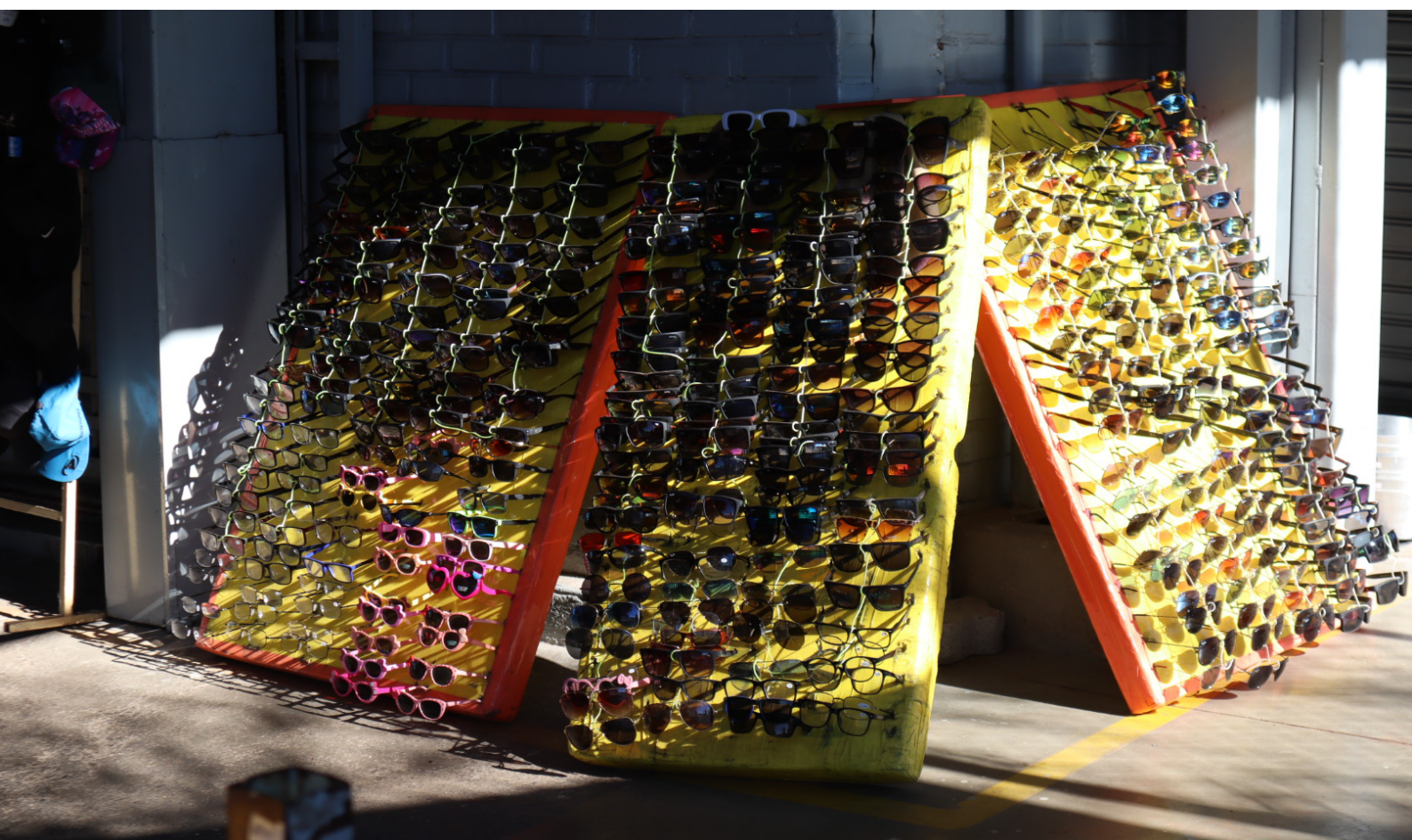
Fonte: Autoral, 2024.

Figura 35 - Tecnologias de Feira (3)



Fonte: Autoral, 2024.

Figura 36 - Tecnologias de Feira (4)



Fonte: Autoral, 2024.

Embora o termo “tecnologias de feira” possa sugerir uma uniformidade nas práticas associadas a esses elementos, é crucial reconhecer que tanto os métodos empregados quanto os resultados obtidos são heterogêneos. Consoante às observações de Certeau (2011), essas práticas são fundamentadas por uma “maneira de pensar investida numa maneira de agir”, que se desenvolve através da capacidade de combinar e utilizar elementos de forma integrada. O autor ainda destaca a importância de resistir ao esquecimento e nos esforçarmos para enxergar e reconhecer essas tantas práticas que surgem enquanto se inventa o cotidiano.

Visitar uma feira prestando bastante atenção é poder deparar-se com uma ampla gama de manifestações tecnológicas e culturais. Observam-se sacolas plásticas suspensas, penduradas em arames, calculadoras fixadas com barbantes, cartazes manuscritos em contraste com banners impressos e até mesmo painéis digitais, máquinas de cartões de crédito e códigos QR.²⁸ Esses elementos representam tecnologias marginais, que coexistem com a combinação e modificação de processos e materiais pré-existentes.

Numa feira uma bacia nunca é só uma bacia, um isopor nunca é só um isopor. A partir de materiais como estes, se desdobram inúmeras outras formas e objetos. Até mesmo suportes atrelados ao digital e ao moderno podem ser transformados no contexto da feira: sua escolha de uso e função, passam por um processo de significação que são ajustados e adaptados conforme as necessidades que surgem no cotidiano do local. Afinal, os artefatos também são reflexos das subjetividades dos indivíduos, como explicita Cardoso:

Sem um sujeito capaz de atribuir significado, o objeto não quer dizer nada; ele apenas é. A apreensão de todos os fatores citados deriva da relação entre usuários e artefatos, numa troca de informações e atribuições que se processa de modo contínuo. Em última instância, é a comunidade que determina o que o artefato quer dizer. (CARDOSO, 2011).

Ao exercitar as capacidades de designer e pesquisadora nesse espaço, o que se percebe na verdade é que dificilmente um produto projetado ex-

Figura 37 - Tecnologias de Feira (5)



Fonte: Autoral, 2024.

Figura 38 - Tecnologias de Feira (6)



Fonte: Autoral, 2024.

Figura 39 - Tecnologias de Feira (7)



Fonte: Autoral, 2024.

Figura 40 - Tecnologias de Feira (8)



Fonte: Autoral, 2024.

Figura 41 - Tecnologias de Feira (9)



Fonte: Autoral, 2024.

ternamente, a partir de uma lógica de “cima para baixo”, por exemplo, seria tão eficaz para os problemas dos feirantes, quanto os produtos e soluções que eles mesmos realizam e fabricam na feira. São equilíbrios compensatórios sutis (CERTEAU, 2014), que corresponde idealmente a cada espaço, produto e feirante, ainda que não se elimine as limitações financeiras ou de recursos propriamente ditos.

Quando as decisões e diretrizes são impostas de cima para baixo, podem não considerar completamente as condições e desafios, levando a planos e soluções que não são viáveis ou que não funcionam bem na prática. Sendo assim, percebe-se nos estudos a respeito de tecnologias, que estas não podem ser pensadas de forma separada do contexto em que se inserem e dos atores envolvidos em sua produção, dessa forma elucidando a importância do prisma social.

Situando-a ao contexto das inovações científicas e técnicas, o enfoque cultural nessa área começa quando o homem ordinário se torna o narrador. Por esta perspectiva, pode-se salientar ainda que, a periferia e especificamente os espaços do fazer, como as feiras, se utilizam o tempo inteiro dessas mediações e artesanias, como uma forma de auto-organização para solucionar seus problemas cotidianos. Como exemplifica Silva (2023):

[...] muito do que se refere a essa categoria é maleável, adaptável às circunstâncias. Isso porque as atividades a serem realizadas variam não apenas ao longo dos dias e horários da semana, como também de feirante para feirante, já que cada um deles possui um jeito particular de trabalhar e desenvolver uma mesma tarefa. Além disso, é o tipo de produto comercializado que termina determinando toda a sua jornada de trabalho, bem como os instrumentos que são por eles utilizados, sendo possível encontrar tanto utensílios de uso tradicional e doméstico, como facas, tesouras e copos dosadores, quanto balanças digitais, tidas como as mais modernas e precisas. (SILVA, 2023).

A autora salienta também que comumente todas as atribuições relacionadas ao comércio de produtos e aos estabelecimentos são realizadas por eles mesmos, aqueles que dividem e trabalham na mesma banca, quase

sempre membros do mesmo grupo familiar. Compreendendo também que a demora de resolução por parte do estado faz com que seja preciso “se virar”, e muitas vezes fazer, literalmente, a feira.

Atenta-se então que a questão da hibridação entre o moderno e o tradicional vai muito além dos tipos de instrumentos de trabalho utilizados na feira, é também no sentido de que é preciso inovar, se adequar as necessidades. Essas práticas de desenvolver tecnologias para permanecer, no contexto dos feirantes, oferece uma rica reflexão sobre como saberes populares, astúcia e inovação podem se integrar em um processo contínuo de adaptação e sobrevivência.

A partir dessa perspectiva, é possível analisar como essas tecnologias próprias não só contribuem para a continuidade de seus ofícios, como também promovem uma manifestação de criatividade culturalmente ancorada, desempenhando não apenas atividades comerciais próprias do seu trabalho, mas também assegurando vida e sentido ao espaço da feira.

O constante desenvolvimento e transformação dos espaços públicos, particularmente aqueles que abrigam feiras populares, é influenciado por uma série de fatores, entre os quais se destacam as mudanças nas condições econômicas, sociais e culturais, contando principalmente com a participação ativa da comunidade nesses processos. A busca por compreender o impacto dessas tecnologias nas feiras populares torna-se essencial para garantir que esses espaços se desenvolvam de forma inclusiva.

O design, como campo de estudo, tem se destacado na análise de resoluções que emergem nas práticas cotidianas das sociedades, especialmente ao considerar as interações entre o ambiente físico e as dinâmicas sociais. Diante desse cenário, acredita-se que enfrentaremos muito em breve alguns problemas se o design não tiver como meta de longo prazo se aliar aos modos de vida e construir histórias significativas ao imaginário social.

Assimila-se então que o implícito e seus pressupostos percebidos pelo design, associados à realidade, são vitais para gerar espaços, imagens e narrativas - a partir de uma iniciativa ativista - e reflexões em torno das

tecnologias. Assim, prosseguimos a pesquisa adentrando na segunda etapa mencionada em sua estrutura.

5 Caminhos Metodológicos: Abordagens da Pesquisa

Auxiliada pelos teóricos dispostos anteriormente, implicam-se pensamentos e questões que, por conseguinte demandam certas diretrizes para o bom desenvolvimento da pesquisa. Com a realização da etapa de revisão bibliográfica, onde foram apresentadas as pautas necessárias para a compreensão do problema e do contexto tocante ao estudo²⁹, passamos adiante para o planejamento dos passos seguintes, que configuram as etapas de pesquisa de campo e análise de dados.

Para que seja possível interpretar como as comunidades respondem aos desafios globais, assimilando à questão da perene resiliência das feiras populares ao longo do tempo, necessita-se uma maior aproximação desse cotidiano, para que possa perceber e captar as mediações existentes, efetivas e inovadoras no trabalho dessas pessoas que resolvem, diariamente, problemas inspirados pela sabedoria popular, articulados pela vida cotidiana e pela especificidade dos dispositivos tecnológicos. Assim, é crucial que a pesquisa se utilize de ferramentas estratégicas e metodologias específicas que contribuam de forma participativa e criativa.

Retomamos o papel do design, por possuir três capacidades próprias do profissional da área, que são as capacidades de ver, prever e de fazer ver (ZURLO, 2010), na tentativa de explorar abordagens de design colaborativo como instrumento de articulação entre a rede estado e cidadão, que envolve os atores. Assimila-se então que o implícito e seus pressupostos percebidos pelo design, associados à realidade, são vitais para gerar espaços, imagens e narrativas, que a partir de uma iniciativa ativista formem reflexões em torno das tecnologias.

Dito isto, destacamos também a Teoria Ator-Rede (TAR) do teórico

29 As seções da dissertação intituladas como: O Papel do Design, Espaço e Território no Distrito Federal, Feiras Populares: Entre a tradição e a modernidade e A Tecnologia na Vida das Pessoas.

Bruno Latour (2012), que se apresenta como uma teoria social ajustada aos estudos de ciência e tecnologia. Sua premissa é a de seguir os atores em seu entrelaçamento com as coisas, de modo que se atenham a seus próprios mundos, para só então adentrarmos sobre o modo como os estabeleceram. Compreende-se na TAR que a tarefa de definir e ordenar o social deve ser deixada aos próprios atores, não ao analista.

(...) a fim de descobrir o que a existência coletiva se tornou em suas mãos, que métodos elaboraram para a sua adequação, quais definições esclareceriam melhor as novas associações que eles se viram forçados a estabelecer. (LATOUR, 2012).

Com o intuito de compreender as dinâmicas e fluxos, como o autor sugere que os estudos se iniciem através da formação de redes, se entendeu como essencial iniciarmos por um momento de aproximação com a rede que nos é interessante. Na primeira fase do projeto, foram feitas minhas primeiras idas a campo, como já mencionado anteriormente, mas apenas me atentei as atividades utilizando meios como a observação participante, anotações e bastante uso da fotografia. A fim de visualizar com mais dedicação a rede existente, a qualidade das atividades, tecnologias empregadas, entre outros aspectos úteis para enxergar o momento presente do local.

Pessoalmente, a feira da Ceilândia se mostra especialmente cativante por um aspecto que se relaciona com a questão da narrativa, uma vez que nos interessa perceber as relações entre os feirantes e o espaço que ocupam na feira. Ao chegar nesse ambiente portando uma câmera fotográfica e o sotaque que carrego, logo fica evidente que compartilhamos referências culturais semelhantes que facilitam a identificação, principalmente para que eu tenha uma boa recepção por parte deles, que conversam comigo, compartilham suas histórias e experiências em relação a seus ofícios.

Ao adicionar a dimensão visual no meu processo de campo, é possível não apenas ilustrar o que está sendo descrito no texto, mas também transmitir os corpos, faces, gestos, símbolos a partir da visão de mundo que carrego enquanto pesquisadora. Isso fica evidente ao observar nos re-

Figura 42 - Reconhecimento da Feira (1)



Fonte: Autoral, 2024.

Figura 43 - Reconhecimento da Feira (2)



Fonte: Autoral, 2024.

Figura 44 - Reconhecimento da Feira (3)



Fonte: Autoral, 2024.

Figura 45 - Reconhecimento da Feira (4)



Fonte: Autoral, 2024.

gistros fotográficos feitos³⁰, a forma com aparecem retratadas as atividades diárias, atores sociais e o contexto sociocultural que são mencionados durante todo o trabalho.

A narrativas visual criada e utilizada então possibilitam a articulação de interpretações explícitas e interativas no processo de elaboração da imagem. E, através disto, restaura as experiências vividas durante o processo de campo e de pesquisa, alinhando a construção do pensamento com o contexto sociocultural descrito na narrativa escrita e representada na narrativa visual.

Paralelamente, exercitando métodos qualitativos de pesquisa, ainda nesse primeiro momento de compreensão e experimentação, foi feita uma primeira aproximação com fregueses, com a administração de Ceilândia e com a associação de feirantes, onde foi possível realizar testes de entrevistas com esses agentes, compreendendo-os como ativos que compõem essa rede que nos interessa.

A escuta atenta e a troca de narrativas proporcionaram uma percepção mais profunda, destacando elementos que poderiam não ter sido

30 Figuras 42, 43, 44 e 45 nas páginas 80 e 81

Tabela 1 - Decupagem de falas da entrevista com a Administração de Ceilândia.

Administração de Ceilândia
<i>“Regularização, manutenção e conservação, setor de documental. Tipo assim, a pessoa quer regularizar o box, aí a gente vem, vê se ela comprova tempo. Ela tem que trazer aquela...o que rege a lei. A lei exige que a pessoa comprove isso pra ter o box no nome dela. Sendo que os boxes não são de ninguém, os boxes são do poder público e eles tem autorização de uso. Mesmo que ele reforme, que ele construa, que ele bote placa, porta, blindex.” (Administração de Ceilândia)</i>

“Agora de investimento na feira assim, por parte do poder público, não temos. Inclusive, nós estamos trabalhando nisso, nós precisamos fazer algumas reformas gerais nas feiras, né. E, esse governo, o governador, ele é um adepto à feira. Principalmente a feira do bandeirante, ele é um assíduo frequentador da feira do bandeirante. (...) Difícil é, porque: Nós dependemos de emendas parlamentares, orçamentárias, e pronto, a gente tenta saber qual parlamentar que está disposto a empregar o recurso ali na reforma.” (Administração de Ceilândia)

Fonte: Autoral, 2024.

notados de forma autônoma. Nesses momentos, suas falas trouxeram perspectivas interessantes para que fosse possível ter uma visão holística da feira, que ajudaram a compreender o papel que esses sujeitos mantêm com ela.

Por parte da administração, esse momento de troca deixou percep-

Tabela 2 - Decupagem de falas da entrevista com Fregueses da Feira Central de Ceilândia.

Fregueses
<i>“A gente compra tudo que tem em feira! Tomate, cebola...e tem um senhor que tem uma banca né, que vem muita coisa de chácara, lá no Edson né? Frutas, tem tudo...vamos todos os sábados. A gente sai daqui umas 8:30h, sem pressa, vai andando de pouquinho.” (Freguês 01)</i>
<i>“Na feira a gente vai em banca que a gente já conhece, tem duas bancas grandonas lá, chego e já ta tudo separado. Aqui ainda tem uma tradição de coisa de utilidade doméstica. Uma cuscuzeira, tipo aquela de nossos</i>

avós, você encontra aqui. Aquela chapa que bota o pão de forma, que bota no fogo você encontra aqui.” (Freguês 02)

“Mas cabe mais atenção nessa feira. Porque essa feira eu acho ela muito importante. Porque evita da gente ir numa feira mais distante né? Facilita. Principalmente pra nós dois. É que integra a comunidade. A gente vai lá e vê a dona Antonia, vê pessoas que são muito caseiro. Já conhece, né, as pessoas” (Freguês 01)

Fonte: Autoral, 2024.

tível que sua relação com a feirante, e com os próprios feirantes, trata-se de uma relação estritamente burocrática, para resolver situações de formalidades, como cadastramento, atualização de dados e solicitações de itens e reformas, mas, ainda assim, que não se compromete com especulações

Tabela 3 - Decupagem de falas da entrevista com a Associação de Feirantes da Feira Central de Ceilândia.

Associação de Feirantes

“Eles projetam a ideia e pedem autorização pra gente. Então, se não vai mudar a característica da feira, se não vai mexer na estrutura predial... até porque é importante lembrar, que a feira central de Ceilândia, junto com as demais feiras, são 41 no total, elas são logradouros públicos. Então elas são feiras públicas. Então você tem limitações. Então o fato também da gente ter essa visão de modernidade, então nós temos algumas regras pra serem seguidas. Então quando traz a ideia, a gente libera desde que não mexa com a estrutura predial né? E realmente eles sabem e respeitam bem.” (Associação da Feira Central de Ceilândia)

“Tudo isso acaba no que eu te falei, a modernidade que foi chegando né. O feirante na verdade, é....eu falo, eu falo e eu me sinto muito alegre de falar isso, porquê? Porque o feirante, o que que é o feirante? O feirante é um ser que se reinventa a todo minuto. Então ele procura as formas que fiquem fáceis pra ele te atender, que fique fácil pra ele mostrar o produto, que fique fácil pra ele se reinventar todos os dias. Então, vamo lá, você chegou na minha banca e poxa, você vai fazer uma compra de 200,00 e eu tenho que tá somando pra ver esses 200,00, então quer dizer, a calculadora tem que tá amarradinha mesmo, fácil pra mim pegar ela rapidinho, porque também hoje é o que, tempo é dinheiro. Ou o cliente que também vem hoje a feira, isso, vem acontecendo ao longo do tempo, o cliente não vem mais a feira com o entendimento de dizer assim “ah eu to com tempo bem pra mim chegar”, não, é tempo, ele já vem agoniado e o feirante entendeu isso, esse recado foi bem passado. A sacolinha já tá fácil pra você chegar “ah me dá aquela meia”, botar na sacolinha pra você me pagar e tchau. A calculadora muito bem lá penduradinha como você colocou, pra você dizer o que “soma aí pra mim rapidinho, to com 100,00 quero levar isso, isso e isso, pra não passar” você vai somar rapidinho. Então o feirante ele tem esse negócio de facilitar o dia a dia dele, facilitar a vida dele. Você me lembrou bem, eu fiquei, antes de assumir a feira em 2017, eu fiquei 8 anos fora da feira. Eu fiquei com a minha banca com outra pessoa trabalhando e eu fui trabalhar nessas feiras livres, e aí cê me lembrou agora, quando eu tive que trabalhar na feira livre eu tinha que ter a lona, por que a lona? Porque de repente podia chover ou o sol podia bater, então tinha que proteger a mercadoria. Eu tinha que ter um puxadorzinho, que é um pauzinho que a gente usa porque se de repente tivesse chovendo a lona podia encher e tinha que tirar, então tinha que ter ele lá. Então veja que o feirante ele tem tudo isso. Então é muito difícil hoje você chegar numa banca, numa loja, e o feirante ter alguma dificuldade pra aquela didática dele do dia a dia pra ele te prestar um serviço de qualidade. Por quê? Porque ele já tá tão habituado e vai se reinventando né.” (Associação da Feira Central de Ceilândia)

para o local, pois o intuito que a administração possui para com a feira é de fornecer o básico para que ela continue funcionando:

Os fregueses por sua vez, possuem uma relação de carinho e de consumo simultaneamente, onde essas duas facetas podem ser percebidas em seus votos de melhora para o local, da mesma forma que já possuem preferências de bancas, de produtos e defendem a qualidade. Mas, suas visitas possuem uma frequência esporádica:

Ao passo que a associação dos feirantes, aparenta ser a mais presente nessa rede, já que possui uma relação ativa do dia a dia. Ainda que mantenha clara as divisões de funções com os feirantes, nessa organização é possível captar indícios de construções coletivas para o futuro:

Como os objetivos centrais do projeto se estabelecem por compreender os impactos de quem faz o local existir, foi decidido realizar mecanismos de escuta com enfoque nos feirantes, ainda que se compreenda que essa rede seja composta também pelos entes citados anteriormente: fregueses, associação e administração. O que se evidenciou em nossa pesquisa até aqui, destaca a importância do protagonismo dos próprios feirantes para entender essas mediações.

Após essas experiências, notou-se a necessidade de maior aprofundamento em campo com entrevistas mais estruturadas e definir métodos de apuração dos dados e visualização que fossem mais objetivos para nosso problema de pesquisa, uma vez que nos interessa dados qualitativos. Assim, objetivando reconhecer vivências pessoais e coletivas e colocando em evidência as visões distintas dos que constroem o espaço da feira, requeremos envolver essas pessoas como ponto central do processo de tomada de decisão, numa construção coletiva, plural e diversa.

Para esse fim, definimos utilizar elementos da metodologia do design participativo, como base para a escolha de métodos a serem utilizados. Com o intuito de compreender o contexto atual e elaborar estudos de futuros, buscando promover a integração entre saberes empíricos e teóricos, por meio da aproximação entre pesquisador-designer e usuários, objetivando a colaboração na construção de futuros.

O processo de aprender a colaborar com grupos que já atuam no espaço urbano, nos revela que designer pode envolver-se e contribuir, sem precisar necessariamente “projetar para”. A ideia então, é empregar o design enquanto ponte para um diálogo que possa registrar aspectos relevantes acerca de experiências e aprendizados vivenciados. A pesquisa pretende utilizar da história oral, tendo como foco a possibilidade da materialização da memória do lugar a partir de sua linguagem própria, sobretudo quanto às formas de usar, improvisar, cooperar e transformar os espaços de uso coletivo. Propõe-se a seguir a discussão dos métodos e procedimentos que serão utilizados e irão compor a metodologia adotada.

5.1 Construindo uma Metodologia: Definindo os Procedimentos da Pesquisa

Desenvolver uma metodologia que inclua a colaboração, é construir por meio da partilha e da troca, no encontro com o outro. Segundo Lévy (1998), o conhecimento vive da invenção coletiva de transformação, já Ingold (2016 apud MONTUORI, 2018) delineia que cada pessoa, coisa ou lugar são linhas que se encontram e formam nós. Estes posicionamentos, junto ao pensamento da TAR, mencionada anteriormente, nos guia para definir essa pesquisa pensando nessa rede de atores que se forma, empenhando-se em intencionalizar sua realização envolvendo a presença das mesmas, que são a força principal para as reflexões levantadas aqui.

Reiteramos nosso entendimento do design não apenas como o ato de projetar um produto final, mas como um processo, um pensamento de design. Se integrando verdadeiramente às questões sociais, como prática-meio, que estimula a autonomia dos participantes e permite que os envolvidos orientem o processo decisório (LINDSTRÖM, 2020). Nesse viés, nos é indispensável a utilização de uma metodologia que nos proporcione acessar a multiplicidade de experiências, narrativas, desejos e sentimentos relativos aos que compõem e constroem diariamente, no nosso caso, o universo da feira.

À vista disso, o presente estudo busca se inspirar na metodologia elaborada por Silva (2023), onde a autora compõe o processo de projeto se guiando por movimentos operacionais, termo que a mesma utiliza para substituir as etapas, com a justificativa de que ao projetar para o mundo complexo é preciso dinamicidade e saber lidar com a não-linearidade. Sendo assim, para nosso caso, fizemos um recorte dos movimentos operacionais que optamos por utilizar aqui, acreditando que esses fazem mais sentido com o contexto ao qual vamos empregá-los. Dentre os verbos propostos por ela estão: escutar, compartilhar, imaginar e praticar.

Para nossa pesquisa, daremos prosseguimento com os 3 primeiros verbos-movimentos apresentados, que se assimilam também com a mentalidade promovida na metodologia de Design Thinking de Serviços, de Stickdorn e Schneider (2014), destacados pelo que eles denominam como passos iterativos, categorizados pelas etapas de exploração, criação e reflexão. Reconhecendo que para escutar, compartilhar e imaginar, todos esses movimentos perpassam pela necessidade de explorar, criar e refletir, gerando assim uma combinação pela qual prezamos muito. Valendo-se assim, das capacidades imaginativas e criativas do design como ferramentas para o projeto de um futuro possível.

A definição desses verbos trata de oferecer durante o período de campo, caminhos e propostas a serem seguidos nessa relação entre pesquisador e atores sociais, sem seguir necessariamente uma estrutura fixa, compreendendo esses verbos como sendo os direcionamentos da operação metodológica. Ainda com base na metodologia citada anteriormente, eles são descritos e caracterizados no trabalho de Silva da seguinte forma:

Tabela 4 - Recorte da Metodologia de Silva (2023).

Movimentos	Descrição	Métodos/Ferramentas
Movimento Escutar	Caracteriza-se por compreender uma capacidade necessária para se deixar tocar por outras vidas. Ou seja, a escuta (atenta e ativa) é o que torna os projetistas capazes de aprender o que lhes é ininteligível por conta da sua distância com determinadas realidades. Só se escuta quando há um deslocamento social, quando se escuta uma polifonia de vozes e se permite ser permeado por elas e senti-las.	Para essa operação, considera-se o uso de ferramentas e técnicas tais como a realização de pesquisas documentais, entrevistas, rodas de conversa e observações.
Movimento Compartilhar	Envolve o compartilhamento de impressões, em um processo de análise, compreensão e reverberação do que foi entendido, permitindo que suas maneiras de ver e sentir o mundo sejam ouvidas e expostas à sociedade. Se no outro movimento a proposta principal era de escutar, na operação de compartilhar o que se pretende é o que se pretende é dialogar, para que através do diálogo se possa testemunhar e registrar, coletivamente, diferentes realidades, compreensões e pontos de vista.	Para essa operação, considera-se o uso de ferramentas e técnicas tais como a realização de pesquisas documentais, entrevistas, rodas de conversa e observações.

Movimento Imaginar	Imaginar é uma operação intrínseca ao universo com o qual estamos trabalhando, pois sua sobrevivência exige que se imagine uma nova realidade o tempo todo. Esse movimento trata de pensar e agir sobre possibilidades futuras, sobre mudanças desejáveis e necessárias. Para isso, é feito o reconhecimento do que já existe para que seja possível repensar essa realidade e, assim, desenvolver cenários futuros.	Assim tem como principal objetivo: catalisar as energias de diversos atores envolvidos no processo, para gerar uma visão comum e desejavelmente orientar suas ações na mesma direção.
--------------------	--	---

Fonte: Autoral, 2024.

Propõe-se então uma adaptação da proposta da autora, a partir de uma necessidade de adequação ao projeto, por este se encontrar dentro de um contexto diferente ao qual a metodologia foi aplicada anteriormente. Sendo assim, a adaptação proposta pela troca de métodos e ferramentas, auxiliada também pela leitura do livro Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som de Bauer & Gaskell (2010) e do livro Isto é Design Thinking de Serviços, de Stickdorn e Schneider (2014) mencionado anteriormente. Segue as diretrizes definidas, apresentadas na tabela abaixo:

Tabela 5 - Estrutura Analítica de Projeto.

Estrutura Analítica de Projeto		
Escutar	Compartilhar	Imaginar
Memória	Percepção	Ideação
Entrevistas	- Decupagem - Análise	Mapa de Cenários

Fonte: Autoral, 2024.

- **Movimento escutar** – Esse movimento trata da compreensão de que a pesquisadora nesse primeiro momento precisa conceder espaço, silenciar e deixar o outro dar seu testemunho, cabendo aqui apenas a ação de uma escuta ativa, com uma cuidadosa atenção aos detalhes. Entendemos que é preciso escutar para imaginar, escutar o outro e incluindo ainda o exercício de auto escuta. Assimilamos também esse movimento-ação como uma prática de registro da memória.

Lembrar e narrar, é uma forma de traduzir os acontecimentos e os gestos como matéria viva. Aqui queremos conhecer, entender suas histórias, captar e promover o exercício da autopercepção a respeito de seus ofícios, suas atividades diárias, o espaço que ocupam e seu significado para eles. Desse modo, propomos como método para coleta de dados a aplicação de entrevistas semiestruturadas individuais, que combine perguntas feitas por um roteiro prévio, mas que nos permita seguir o fluxo que se delineia ao longo da entrevista.

- **Movimento compartilhar** – Após o momento da escuta, chega a vez da apuração, onde serão repassadas as impressões recolhidas e compreendidas no momento anterior. Compreendendo

as visões individuais e coletivas, fazendo emergir o diálogo das diferentes visões sobre o espaço, os ofícios e as mediações existentes. Exercitamos através do registro a habilidade de conectar uns aos outros, articulando as ideias expostas anteriormente não só pelas palavras, mas também pelos sentimentos percebidos para a coletividade.

É nessa interação que ocorrerá a análise do que se foi dito e escutado. Assim, para esse movimento-ação que promove o processo de reflexão, é proposto um método de decupagem para que sejam ponderadas as narrativas de experiências e interesses comuns a serem identificadas, apontando questões que tenham sido percebidas, estimulando insights que colaborem com a etapa de imaginação. As narrativas devem ser agrupadas em categorias de diferenciação como percepções pessoais, pontos de mudança e possibilidades, a fim de auxiliar na condução do movimento imaginar.

- **Movimento imaginar** – Aqui, é feito o convite à imaginação, para que seja possível comunicar e produzir representações e visões específicas para as questões que são colocadas por eles. O processo se encaminha para a construção de cenários frutos de vontades e desejos em relação a preservação e promoção da feira, a partir do movimento-ação que envolve inventividade.

Propõe-se aqui a definição de um método que nos permita materializar uma forma de visualizar esses cenários imaginados, com a utilização de ferramentas que auxiliem na construção de cenários futuros. Dessa forma o estímulo é de explorar e imaginar, de forma que as ideias expostas possam ser visualizadas, possibilitando a comunicação das visões imaginadas, gerando contínuas reflexões a respeito desse futuro.

Trata-se então da escolha de ferramentas e técnicas de modo que seja possível traduzir os interesses em uma linguagem comum para mediar

questões e comunicar visões, proporcionando espaço para a discussão. Enquanto designer, acredita-se que esse seja um bom jeito de desempenhar um papel de mediação em dinâmicas de estímulo ao envolvimento comunitário, por meio de uma investigação com objetivos relacionados que permita explorar suas histórias, memórias e vivências enquanto potência para a imaginação coletiva e ativo para cenários futuros.

6 Da Teoria à Prática: Aplicação da Metodologia para Coleta e Análise de Dados

O processo de design começa com o entendimento do contexto pela observação das experiências das pessoas, por meio de pesquisas de campo. Estas, foram iniciadas de maneira informal ainda durante a primeira etapa da pesquisa. Fui a campo pela primeira vez em maio de 2023, frequentando o espaço as vezes como freguesa, as vezes como turista, mas sempre como curiosa e pesquisadora, iniciando conversas, anotando pensamentos, mas ainda no âmbito da experimentação e familiarização da dinâmica do local.

Nessa prática de frequentar o lugar, com várias idas em diferentes momentos, foi possível despertar um envolvimento com a comunidade, por uma conduta que se aproxima do design etnográfico, operando para além de uma simples observação dos participantes, incluindo nesse andamento mais interação e conversas. Ainda que não tenha sido feito com um método definido inicialmente, percebe-se que essa etapa previamente realizada foi e é um método imprescindível para que seja possível, nesta fase da pesquisa, entrevistar e entender esses atores, de forma a compreender as singularidades do que não demonstrado através das palavras.

O retorno a campo, deste momento em diante, ocorre de forma mais estruturada, contando com um rigor mais formal para a investigação, tornando possível a retomada dos objetivos gerais e específicos do projeto na etapa atual de forma efetiva. Sendo assim, inicia-se esse segundo momento da pesquisa encaminhando-se para a coleta de dados por meio de entrevistas, levando em consideração a caracterização desta pesquisa, propondo a

participação de alguns feirantes para realização da dinâmica do trabalho em profundidade.

O público envolvido no processo define-se pela seleção de 8 feirantes ativos no local, que possam se dispor a participar da dinâmica proposta. Percebe-se que entre os selecionados, eles acabam se enquadrando nos perfis de (1) Memorista da Feira e (2) Legatário Cultural, explicados na tabela abaixo, de modo que esse corpus definido acaba nos dando uma visão ampla sobre o tema.

Tabela 6 - Descrição dos perfis de feirantes selecionados

1. Memorista da Feira	Este perfil é representado por indivíduos que têm uma longa trajetória de envolvimento com a feira. Essas pessoas não apenas vivenciaram as transformações do espaço, mas podem também terem atuado ativamente na consolidação das tradições e na adaptação às dinâmicas sociais contemporâneas.
2. Legatário Cultural	Este perfil inclui pessoas mais jovens que se somaram à feira ou dão continuidade à negócios familiares, contribuindo na manutenção e existência do espaço. Sua perspectiva oferece uma visão inovadora sobre a continuidade e a transformação das práticas comerciais e sociais.

Fonte: Autoral, 2024.

A escolha e definição desses perfis oferecem um panorama abrangente para a pesquisa qualitativa, permitindo uma análise aprofundada das interações e significados atribuídos à feira. Desse modo, considerando também os objetivos descritos nesta dissertação, para que a coleta de da-

dos deste segundo momento fundamente de forma complementar o que foi apurado no percurso de pesquisa feito até aqui. As perguntas conduzem a abordagem para que possamos tratar de aspectos como tecnologia, adaptação ao espaço e o papel do design na manutenção e inovação da feira na visão dos próprios feirantes.

6.1 Movimento Escutar: Captando histórias

Em cada lugar, o tempo presente se defronta com o tempo passado nas chamadas rugosidades, termo utilizado por Santos (2003) para descrever o que na paisagem atual, representa um tempo anterior que nem sempre é visível, mas se mantém como acumulação de conhecimento. É possível depreender, a partir disso, que a percepção de um espaço e dos acontecimentos, reflete a experiência particular de cada indivíduo. Ainda que se esbarre em circunstâncias coletivas, é preciso levar em consideração o repertório de experiências, a bagagem social, histórica e cultural dos perfis das pessoas diversas que compõem o lugar.

Uma compreensão fundamentada sobre como os impactos de mudanças sociais incidem em cada território, ocasionando a expansão conjunta dos diversos atores da sociedade, se dá através do reconhecimento do outro como narrador da história. Uma vez que, para buscar entender um cenário, é preciso que se tenha estado em um determinado lugar e em um determinado tempo. É com base no ato da escuta, junto à uma atenção empática para captar, também, todo o não-dito nos gestos, tom de voz e reticências dos silêncios, que podemos recolher detalhes da memória.

Retomando ao que foi definido na construção da metodologia, iniciamos com esse primeiro movimento, que não cessa em momento nenhum da pesquisa. Seguindo com as resoluções do método de entrevistas, guiadas por um roteiro de perguntas desenvolvido, disponível no apêndice 1, estrutura-se inicialmente de forma padrão para introduzir o assunto com os entrevistados. De modo a apresentar o projeto e se obter uma posição de confiança, dando condição para a abertura da fala dos mesmos,

exercendo o movimento escutar.

A ideia avançou de forma a definir e dividir as perguntas em 6 temáticas, que abrangessem pautas que pudesse fazer com que o percurso da conversa se desenvolvesse, de modo a contemplar as questões que surgiram durante todo o percurso da pesquisa. Sendo elas: (1) História e Relação com a Feira; (2) Habilidades e Conhecimentos Práticos; (3) Aspectos Materiais e Tecnologia; (4) Relação com o Futuro e Visão de Futuro; (5) Mediações Tecnológicas e Sociais; (6) Interação e Identidade Cultural.

Essas perguntas buscaram tornar a entrevista mais abrangente e direcionada aos aspectos do design, da cultura local e das tecnologias sociais e aplicadas, para entender sua influência na feira, na relação entre o cotidiano dos feirantes e o papel que desempenham na manutenção e adaptação do espaço. Sendo para nós de suma importância nesse processo, destacar o saber feirante, as criações, as imaginações e as soluções. Ainda que não necessariamente precisemos nos ater somente ao roteiro definido, permitindo espaço para que a conversa siga um fluxo próprio, adaptando sempre que necessário.

Os feirantes entrevistados variavam quanto à faixa etária, tendo o mais novo 18 e a mais velha 75 anos. Havendo também variação nas atividades, desde as mais tradicionais como peixes, ervas e legumes até roupas, eletrônicos e acessórios para celular, o que corrobora com a ideia de que a feira abrange várias temporalidades em um mesmo ambiente. No geral, a maioria dos entrevistados declaram que ser feirante foi seu primeiro emprego, onde boa parte herdou o ofício dos pais ou foi introduzido na área do comércio, pela praticidade de começar na feira, mesmo que apenas como funcionário da banca.

Esse momento da pesquisa perpassava pela necessidade de validar, ou não, algumas observações feitas durante a parte exploratória. Mas, também de ser surpreendida com muitas possibilidades, que só são obtidas pela interação com o outro, principalmente sendo esse outro quem dá vida ao nosso objeto de estudo. Entre os temas que apareceram de forma comum nos relatos, se acentuaram os assuntos sobre a exaustão do trabalho,

paciência e perseverança para esse tipo de ofício. Além de uma normalização da evolução e adoção de práticas “modernas” no dia a dia. Verifica-se que apesar de aparecerem nas histórias de formas e jeitos diferentes, estes temas se mostram presentes em todas elas.

Durante toda a conversa, dentre as coisas que mais chamaram atenção, enquanto pesquisadora do local, foi o fato de como as habilidades dos feirantes quase ou simplesmente não aparecem em suas falas, apesar de isto ser também esperado de certa forma. Quando apontamos, em um momento anterior, sobre uma quase invisibilidade de suas produções, por não serem exatamente materializada por produtos próprios ou feito à mão, nota-se que é desconsiderada sua arte em utilizar o que lhes são impostos. Muito porque seja algo tão natural e cotidiano, que seja difícil para eles mesmos identificarem como técnicas próprias do lugar, ou até mesmo de serem descritas com palavras.

O saber-fazer parece deslocar-se para um saber subjetivo, separado da linguagem. O que sobra para a fala, que pode ser compartilhado, são os sentimentos. Estes, são expostos na forma de relatos não-intencionais e narrados em fragmentos. Aparecem sem querer, cabendo ao ouvinte utilizar uma habilidade tão requerida nesse momento: a de se ter um pensamento sensível e empático para trabalhar as informações captadas. Percebendo que estas, são provenientes de uma capacidade de articular experiências passadas e inventariar as possíveis.

Isso torna-se evidente, principalmente, nos momentos em que a entrevista é pausada para que um freguês seja atendido. Assim, elucidando a ação como linguagem, onde suas competências são colocadas em prática e tudo o que não foi dito é possível agora ser notado. Acentuando que a escuta, quanto habilidade no design, sempre esteve ligada não apenas à capacidade de ouvir, mas de uma profunda atenção aos detalhes. Esse instante que foge do roteiro de perguntas faz-se muito rico para a escuta real, a escuta de uma ação que abre o mundo para saberes, que detêm um conhecimento que permite enxergar além dos elementos de uma técnica.

Magalhães (1998) já afirmava que o valor de uma ação se insere no

processo histórico, não apenas pela sua duração temporal, mas pela continuidade e intensidade de sua existência. O que se associa com o que Sennett (2008) alegava sobre o tipo de conhecimento tácito, que ainda que não seja dito nem codificado em palavras, se transformou em hábito, através dos milhares de gestos quotidianos que acabam configurando uma prática.

Nessa posição, enquanto escutadora de ações, constata-se que as mesmas se mostram valiosas em interpretações e sentidos. Cujo investir uma dedicação para sua compreensão, é útil para gerar um ponto de contato maior com os feirantes. A partir delas, é possível identificar pontos interessantes no que concerne o enredo dos cenários que foram estabelecidos e que podem vir a ser criados. Como a relação da comunidade do local, a facilidade e rapidez para completar as vendas, os artefatos e suas funções.

É preciso repor os produtos, descobrir formais mais atrativas de expositores, aumentar placas, mudá-las de lugar. É das vivências ocorridas desde então, que eles foram se constituindo enquanto feirantes, aprendendo técnicas, treinando olhares, ensaiando falas, organizando coisas. Tudo isso é verificado ao conectar, ainda no plano das ideias, as falas de todos que foram entrevistados. Portanto, para melhor apreensão dos indícios que foram recolhidos nesta etapa, optou-se por prosseguir com uma fase de decupagem das entrevistas para analisar os dados como forma de adentrar no movimento compartilhar.

Entendendo que o registro escrito, do que foi verbalizado oralmente, é uma grande ferramenta para nos ajudar a visualizar o que foi dito, procura-se, sobretudo conciliar os saberes que dizem respeito à ciência e à tecnologia, com aqueles que escutam a vocação e a aspiração dos indivíduos. Permitindo além de compartilhar suas histórias, fazendo conexões entre as falas dos mesmos, com a leitura de pesquisadora de forma a articulá-las. Mas também, entendendo o compartilhamento como um diálogo, onde suas ideias são expostas ao mundo.

6.2 Movimento Compartilhar: Organizando a escuta

No momento em que nos dispomos a escutar e pudemos reconhe-

cer essas vivências individuais, reparamos que consequentemente através delas, da mesma forma é possível compreender a dinâmica da coletividade, onde o compartilhamento dessas experiências é constitutivo da vida nesse tipo de território. A interação constante entre os feirantes, consequência da obrigação da vizinhança, configura um terreno comum, no qual suas vozes, experiências e práticas se entrelaçam. Fazendo com que a tensão entre o individual e o coletivo se revele no cotidiano, sendo um reflexo das complexas interações que permeiam a vida em comum.

Conforme destaca Larrosa (1998) quando contamos nossas histórias e experiências para outros, elas deixam de ser somente nossas, passando a fazer também parte da vida do outro. Nesse sentido, ao entrelaçar as histórias do narrador e do ouvinte, possibilita-se que ao compartilhar dos relatos do narrador, quem ouve pode reinterpretá-los, ao ser impactado também pelas suas próprias formas de pensar, sentir e agir. Como forma de organizar o que se foi escutado, seguimos para o movimento compartilhar através do registro escrito do que se foi dito oralmente, compondo assim uma estrutura base para uma análise mais precisa.

Após a realização das entrevistas, o próximo passo consistiu na transcrição completa das entrevistas, seguida do processo de decupagem, adotado como método fundamental para a análise dos dados pelo ato de recortar e selecionar trechos a serem destacados. Neste contexto, o processo envolveu a identificação e o inventário das falas mais impactantes durante as entrevistas, tanto em função da forma de expressão e da intensidade com que os depoimentos foram transmitidos, quanto pela relevância das perspectivas pessoais compartilhadas pelos participantes com as temáticas propostas.

Para que se fosse possível distinguir de forma clara as histórias coletadas, mantendo ainda assim as identidades anônimas dos entrevistados, solucionou-se essa questão enumerando-os (Feirante 1, Feirante 2, Feirante 3, Feirante 4, Feirante 5, Feirante 6, Feirante 7 e Feirante 8). Onde os quatro primeiros correspondem ao perfil de Memorista e os quatro últimos ao perfil de Legatário. Essa divisão acabou ocorrendo da mesma for-

ma nos momentos estabelecidos para fazer as entrevistas, no qual em um dia as realizando com o primeiro grupo e no outro dia com o segundo, o que proporcionou um caminho muito interessante na estruturação do pensamento, se encadeando à medida que ia colhendo as informações.

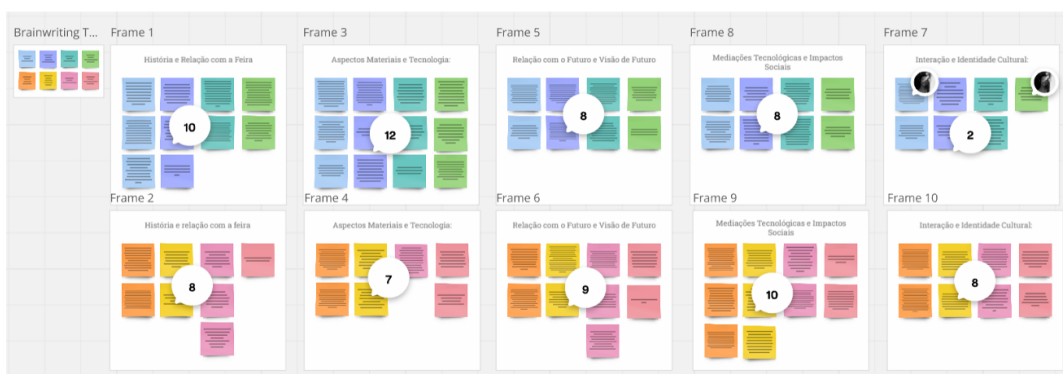
Figura 46 - Identificação dos entrevistados.



Fonte: Autoral, 2024.

A fim de facilitar esse processo da decupagem, optou-se por utilizar a plataforma Miro, por suas funções de gerenciamento e organização de projetos, de modo a tornar mais tangível as informações obtidas nas falas com as 6 temáticas listadas anteriormente. A partir disso, houve também a escolha pela utilização da ferramenta de post its, muito utilizada na metodologia de Design Thinking, para nos ajudar a criar uma segmentação visual das anotações, usando cores diferentes para fazer diferenciações entre os entrevistados, além de mapear as principais questões para responder nosso problema de pesquisa.

Figura 47 - Utilização da plataforma Miro para estruturação da decupagem.



Fonte: Autoral, 2024.

6.2.1 Grupo 1: Memorista da Feira

O início do primeiro dia de entrevistas se deu com um tom desafiador. Desde as resistências iniciais para participarem das entrevistas gravadas, até mesmo nas respostas dos que concordaram em participar. Esse tipo de reação, parecia surgir de uma insegurança em relação à sua aptidão para dar respostas corretas, sendo necessário reforçar aos participantes do grupo uma confiança sobre a pesquisa, e sobre a qualidade de sua sabedoria sobre algo que eles conhecem tão bem.

Com o desenrolar das entrevistas, o cansaço também aparece marcante nas falas captadas, onde as pessoas deixavam bastante claro as dificuldades. Suas respostas remetiam ao empenho no início, quando desde crianças frequentavam a feira ajudando seus pais ou mesmo quando foram eles os adultos, que vieram de longe para começar o novo negócio. Os sacrifícios que o ofício de feirante requer, o pouco tempo em casa com a família e o trabalho árduo, assim como as adversidades de todo o dia, se adaptando e readaptando com frequência.

Tabela 7 - Decupagem de falas da entrevista com o grupo “Memoristas da Feira” (1).

História e Relação com a Feira
<i>“Eu acho assim, que a gente tem que dar valor no suor da gente, que a gente rala muito. Como a gente vira escravo do trabalho, isso aqui é uma escravidão, porque você trabalha de quarta a domingo, geralmente. Então a gente não tem um final de semana para uma família, você não tem um final de semana para o seu filho. Como eu falei, o tempo passa muito rápido. Não desperdiçar o seu suor, porque a gente rala muito para conquistar. Então aprender a economizar, para mais na frente a gente ter uma estabilidade. E dar uma estabilidade para os nossos filhos.” (Feirante 01)</i>

“Várias pessoas seguiu. A família todinha mexe com isso. Meu pai começou e aí a família todinha foi seguindo. Hoje deve ter umas 20 pessoas que mexem com isso aqui na família.” (Feirante 02)

“Começou o meu trabalho como feirante, bom...eu colocava um papelão no chão e vendia dez camisetas, no outro dia eu comprava mais dez, era assim, pra comprar o pão, o leite dos meus filhos, que o pai deles me largou, só tinha 32 anos, hoje em dia eu tô com 70. Então graças a Deus eu criei meus filhos, tudo aqui nessa feira.” (Feirante 03)

“Através dos meus pais. A gente veio do Rio Grande do Norte e meu pai montou uma banca de queijo, doce. Aí teve uma oportunidade, eu estava sem trabalhar, aí apareceu uma banca, eu comecei a vender comidas. de pouquinho e eu fui crescendo. E hoje, graças a Deus, eu tenho bastante freguês.” (Feirante 04)

Fonte: Autoral, 2024.

Os feirantes desse primeiro grupo viram grande parte das mudanças que o espaço da feira sofreu ao longo dos anos, mas é especialmente a evolução física do espaço que é destacada por eles. Teto, piso, grade, azulejos são elementos relatados com notoriedade. O que nos remete à questão da casa de alvenaria que é motivo de orgulho e dignidade, conceito discutido por Jacques (2011), onde, embora não deixe de ser fragmentária porque continua se transformando continuamente, sempre haverá melhorias e reformas a serem feitas pelos próprios feirantes, como determina a prática da bricolagem.³¹

31 Jacques (2011) utiliza o termo para falar de uma arquitetura ao acaso, que ocorre por meio da construção em pedaços.

Tabela 8 - Decupagem de falas da entrevista com o grupo “Memoristas da Feira” (2).

Aspectos Materiais e Tecnologia
<i>“Bom, eu sou da época desde que a feira da Ceilândia montava a barraca e desmontava a barraca. Na época não tinha nem teto na feira central de Ceilândia. Não tinha nem telhado, né? E assim, evoluiu bastante sim. A gente trabalhava, não tinha esse piso que hoje tem, não tinha o telhado que foi feito, né? Muita coisa evoluiu sim.” (Feirante 01)</i>
<i>“Quando a gente começou, as banquinhas, bem simplesinhas, eram bem diferentes de hoje. Era na lama, né? Não tinha cobertura, não tinha nada. Aí hoje tá de gente séria, né? Com cobertura, feira toda fechada, as bancas não eram fechadas. Hoje são fechadas. Mudou muito, muito.” (Feirante 02)</i>
<i>“Não, eu gosto de deixar assim, eu montar, sabe, todo dia eu coloco, né, tem que montar pra evitar pegar poeira, né. (...) Ah sim, minha neta, isso aqui é ela que faz, ela arma essas estruturas, é ela.” (Feirante 03)</i>
<i>“No caso, na verdade a banca é vazia e a gente que monta, que traz as panelas, freezer, forno, é a gente que monta. Acho melhor, mais prático para trabalhar.” (Feirante 04)</i>

Fonte: Autoral, 2024.

Em relação ao impacto que as mediações tecnológicas tinham em suas vidas, ao ser dito palavras como “ferramentas” e “técnicas”, as respostas recebidas eram associadas à paciência e a fé, só sendo expressa suas

próprias habilidades quando apontado especificamente, por mim enquanto pesquisadora, sobre os objetos, produtos e estrutura do local, constatando a sutileza de suas produções e gambiarras para as soluções do dia a dia. Não obstante, sua comunicação era destaca como técnica, quando ocorria de exaltar suas aptidões.

Tabela 9 - Decupagem de falas da entrevista com o grupo “Memoristas da Feira” (3).

Habilidades e Conhecimentos Práticos
<i>“Não, eu só trabalho na parte de vendas né, então não uso faca. Só a minha fala mesmo né? Que é cativar os clientes todos os dias.”</i> (Feirante 01)
<i>“Tem que ter muita paciência, né? Paciência porque aqui é trabalhoso. Tem que ter muita paciência.”</i> (Feirante 02)
<i>“É muito importante você ter comunicação com as pessoas, chegar um cliente, escolha querida, escolha aí meu querido, meu filho, minha filha, porque se você vai chamar outro nome não pode, então tem que ser assim.”</i> (Feirante 03)
<i>“Todo dia a gente aprende, né? Tem que ter muita paciência, né? A gente vai se aperfeiçoando, tem temperos novos que eles inventam, né? Muita coisa no Nordeste que a gente não conhecia e a gente vai conhecendo.”</i> (Feirante 04)

Fonte: Autoral, 2024.

Semelhante, quando perguntado sobre adaptação e modernização ao longo dos anos, essas também escapam a memória em um primeiro momento, demonstrando como as tecnologias que surgiram se tornaram algo tão normalizado que não parece nem ser preciso serem nomeadas por eles. Podendo ser um reflexo da grande velocidade das mudanças no espaço.

Tabela 10 - Decupagem de falas da entrevista com o grupo “Memoristas da Feira” (4).

Aspectos Materiais e Tecnologia
<i>“Bom, no início a gente só trabalhava só com... Há muitos anos atrás a gente trabalhava só com as mercadorias dentro das caixas, né? Chegavam os peixes nas caixas de isopor. Com o tempo a gente comprou, teve que fazer um balcão. Depois com o tempo foi comprando, se adaptando, colocando novos inox, né? Com refrigeração.” (Feirante 01)</i>
<i>“Não, porque a modernidade vem automaticamente. Você não tem nem que querer, ela vem e você tem que seguir. Antigamente não tinha maquininha. Hoje já tem, né? Então é coisa que você tem que seguir. Você fica pra trás. Porque senão não vende, né? Se não tiver uma maquininha hoje, você não vende não. 90% das vendas é no cartão, vai no Pix. Antigamente era só dinheiro.” (Feirante 02)</i>
<i>“Assim, como que seria que você quer me falar isso aí? (...) É, a máquina de cartão de crédito é muito bom, porque hoje em dia a gente só vende no cartão, não tem mais dinheiro, só no cartão, no Pix, né? Não tem mais dinheiro. Se não perde a venda, né? (Feirante, 03)</i>

“Ai, não sei. Moderno tem que ser o freezer mais moderno, o forno tem que ser forno mais potente, mais moderno. Então essas coisas do dia a dia, né? Panela industrial. E para a coisa de pagamento, Pix, né? Máquina de cartão e dinheiro.” (Feirante 04)

Fonte: Autoral, 2024.

Esses temas conversados, impactam diretamente na relação com a imaginação do futuro que aguarda este espaço. Divididos entre discursos mais otimistas e pessimistas, observa-se que uma significação única e direta sobre isso é um conceito inexistente. Contudo, é possível interpretar como resposta geral uma esperança pela expectativa de melhora, mas com uma certa preocupação pela sua continuidade.

Tabela 11 - Decupagem de falas da entrevista com o grupo “Memoristas da Feira” (5).

Relação com o Futuro e Visão de Futuro
<i>“Bom...Tudo evolui, né? O tempo ele não para, né? Então assim, eu acredito assim num... Cada vez mais evolução...Pro futuro melhor. Digamos assim, a moeda mesmo eu acredito que vai deixar de existir o dinheiro do papel e vai ser tudo só digital. E eu acredito também em novas reformas, todos nós temos que nos adaptar, melhoria, né? Pro bem-estar de cada um de nós e da população.” (Feirante 01)</i>
<i>“Daqui a 20 anos nem eu sei se eu tô vivo. Que eu ainda acho muito difícil. 20 anos é muito chão. É muita coisa. A banca já tem 50, vai bem longe. Não dá nem pra imaginar, né? As coisas mudam, tem hora que muda pra melhor, tem hora que muda pra pior. E você não dá nem pra identificar. A vontade da gente é que melhora, né? Mas nem sempre é a vontade da gente.” (Feirante 02)</i>

“Ah, eu peço muito a Deus que o Senhor mande a benção e o milagre e a melhorar. Isso aí que eu peço a Deus, tá? Porque a vida tá muito difícil. (...) Ah, eu acho que muita comunicação e também comercial. Não só pra mim, pra mim e meus colegas, essa feira tá completa, sabe? Se viesse aqui um repórter, ajudasse nós, ou um empresário aí, rico aí, ajudasse a gente, não era só chegar assim e pedir o voto, não. Porque nós somos seres humanos, entendeu? E pai de família e mãe de família.” (Feirante 03)

“Ah, eu espero que melhor, né? Está sempre melhorando as estruturas, a energia, né? Colocou grade, agora a gente tem segurança e espero que esteja melhor ainda.” (Feirante 04)

Fonte: Autoral, 2024.

Dando continuidade, adentramos em duas temáticas chaves para nossa pesquisa: compreender os impactos das mediações tecnológicas existentes e seus impactos para a preservação do espaço, pela ótica dos próprios feirantes. No tocante das tecnologias, ainda que os mesmos não identifiquem suas produções como pertencentes a esse tipo de definição, é perceptível que são elas que fazem a feira acontecer, mas que cada vez mais plataformas consideradas tecnologias da informação e comunicação são utilizadas com mais frequência como aliadas para esse processo, inclusive pelos mais velhos.

Tabela 12 - Decupagem de falas da entrevista com o grupo “Memoristas da Feira” (6).

Mediações Tecnológicas e Impactos Sociais
<i>“Ajuda bastante, né, mas a gente ainda tem muita gente leiga que infelizmente não tem acesso ou então não tem a leitura, né? Então, principalmente as pessoas mais de idade. Mas ajuda sim, mas o fundamental mesmo é aqui, presencial, na feira.” (Feirante 01)</i>

<i>“Tem freguês que só manda mensagem e a gente leva. O freguês que já compra há muitos anos só vai. Já troca o contato, já liga, manda separar, às vezes manda moer uma coisa, vem pegar, vem mandar levar.”</i> (Feirante 02)
<i>“Aliás, um dia desse um rapaz apareceu aqui e a gente, nós fizemos, entramos no Instagram da feira e anunciamos. Eu, minhas colegas, ela aqui, a outra menina ali, nós tudinha aqui, sabe? Então isso aí já é uma divulgação. Só que a gente precisaria mais e mais.”</i> (Feirante 03)
<i>“Sempre uso. O TikTok, o Facebook, o Instagram, eu também tenho no Zap. Facilita bastante, muito.”</i> (Feirante 04)

Fonte: Autoral, 2024.

No que concerne aos aspectos culturais, a resposta é praticamente unânime. É a característica de feira nordestina que torna a Feira Central de Ceilândia tão única, revelando sobretudo que apenas pela feira existir e resistir todos esses anos, ela por si só já reforça uma grande tradição. Provando um olhar sobre o espaço construído a partir do vínculo afetivo.

Tabela 13 - Decupagem de falas da entrevista com o grupo “Memoristas da Feira” (7).

Interação e Identidade Cultural
<i>“A Feira Central de Ceilândia ela é tradição, né? E assim, aqui é o encontro onde vem várias famílias, os nordestinos, é... Deixa eu pensar aqui melhor. Aqui você encontra um todo, né? E assim, além da história da Feira Central de Ceilândia, você encontra muitos produtos de quali-</i>

dade, frutas frescas, tem os pescados que chegam frescos, né? São uma variedade enorme de pescados que você não encontra no supermercado. No supermercado é tudo congelado. E na feira não, é tudo fresquinho. Aí tem uma infinidade de comida nordestina típica, né? Aí você vai do sarapatel ao mocotó, a uma dobradinha. Enfim, aí você já acha um queijo, um doce, uma rapadura. Tudo, a feira é completa.” (Feirante 01)

“A feira já é uma tradição. Quem fizer a Feira da Ceilândia...Falou Feira da Ceilândia, a tradição é muito grande. A tradição já é (...) As nossas coisas, o que nós vende é coisa muito do Nordeste, né? Aí a cultura nordestina pega bem. É isso.” (Feirante 02)

“Pra manter a tradição, a feira central ponto dos nordestinos. Então, o nome já chama atenção, de longe. Porque aqui não tem nenhuma feira nordestina. Só a nossa feira central da Ceilândia.” (Feirante 03)

“O Mocotó, a comida nordestina em todo, a comida em geral. Eles vêm de longe pra provar a comida nordestina” (Feirante 04)

Fonte: Autoral, 2024.

Ao finalizar o dia com o primeiro grupo, tudo o que foi constatado, nos leva a ponderar a respeito das preocupações relatadas pelos feirantes para o funcionamento, e consequentemente, a manutenção e a existência da feira na posterioridade. É observado a existência do cansaço marcado em suas falas, consequência do trabalho de feirante, pois, ainda que tenha proporcionado ganhos, principalmente em relação à estabilidade financeira para suas famílias, conhecimentos e aprendizados de vida, pelo mesmo motivo, é um trabalho que exige muito esforço e labuta.

Além de cada banca possuir ferramentas e técnicas específicas para seu tipo de ofício, existe também a latente questão da atualização constan-

te, ao qual são obrigados a se manterem sempre requalificados, incluindo assim maquinários, expositores e mercadorias. Para estes, as tecnologias existentes que causam maior impacto dão-se por seus feitos na produção do cotidiano, todavia, necessitando também se aventurar com o uso de ferramentas como as TICs, servindo de auxiliares para sua divulgação, porém sem garantia alguma de sua efetividade, sentindo seus impactos quase como uma consequência dos dias atuais.

Uma vez que, existe uma dualidade entre se certificarem da qualidade de seus trabalhos e de seus produtos, como também sua diferenciação em relação à grandes lojas e mercados. Ao mesmo tempo, nas entrelinhas, inquietam-se com uma possibilidade de desaparecimento, já que cada vez mais o espaço de bancas mais tradicionais diminui com o passar dos anos. Gerando assim, uma insatisfação com o receio da continuação do ofício.

Apesar de terem muito claramente bem definido as questões identitárias e culturais como o que mantém a feira viva, em parte, muito provavelmente por terem sido ou participado ativamente de sua construção e mudanças aos longos dos anos, é a questão comercial que segue sendo a maior aflição para eles, que sentem um desamparo nesse ponto, em relação a maior financiamento para propaganda e exposição da feira, da qual guardam um sentimento nostálgico de outros tempos.

6.2.2 Grupo 2: Legatário Cultural

Ao completar conjunto de entrevistas em outro dia com o segundo grupo, o arranjo das conversas se apresenta com um outro tom. O cansaço não é mais o aspecto mais chamativo do diálogo, dando lugar à muitas expectativas e sonhos, de quem teve a possibilidade de trilhar um caminho mais tranquilo até este ponto. Esse grupo não necessariamente herdou a profissão dos pais e não são donos das bancas, mas funcionários delas, onde começaram a trabalhar ao alcançar a maioridade e em busca de independência financeira, conciliando, para alguns, o trabalho com os estudos e outros sonhos pessoais.

Tabela 14 - Decupagem de falas da entrevista com o grupo “Legatário Cultural” (1).

História e Relação com a Feira
<i>“Aí eu lembro que com 18 anos, só com 18 anos, eu estava aqui na banca e tinha um rapaz numa loja de calçados ali do lado, ele comprava uma sacola bem grandona aqui para botar aquelas botas de São João, enfim, aí sempre já me via, conversando aqui, ele “quer trabalhar final de ano lá comigo?”, aí meu pai estava aqui, meu pai “vai, vai”, só aquele free-lance, tinha 10 vendedores e botava mais uns 10 para trabalhar, era o tempo, era o tempo. Aí eu fui para lá, e de lá eu fiquei uns, de novembro e dezembro, e acabou que eu fiquei efetivado, então foi daí que iniciou minha carteira assinada, que antes eu era menor de idade, entendeu? Aí trabalhar para o meu pai aqui ajudando tudinho, então praticamente daqui, por exemplo, começou com o pai a comunicação, conhecer o produto, conversar com o cliente, aí daqui abriu as portas.” (Feirante 05)</i>
<i>“Eu só tenho seis meses. É porque a gente teve a oportunidade de pegar essa loja aqui, né? Pra gente ter o nosso próprio negócio.” (Feirante 06)</i>
<i>“Tô começando hoje, mas eu já tenho uma experiência positiva, já tenho uma experiência grande assim com feira e comércio (...) Por questão de organização, né, de dinheiro e tal. Liberdade financeira, acho que é primordial a liberdade financeira.” (Feirante 07)</i>
<i>“(Trabalho a) Sete anos. Mas é, por precisão mesmo.” (Feirante 08)</i>

Fonte: Autoral, 2024.

No tempo em que estão na ativa, atuando nessa profissão, puderam perceber em si mesmos uma evolução no seu desenvolvimento, desde mudanças na sua desenvoltura pessoal, onde a necessidade os capacitou a agir com mais agilidade e fluência, a partir da experiência do trabalho. Como também nas habilidades específicas que o ofício exige para sua execução.

Tabela 15 - Decupagem de falas da entrevista com o grupo “Legatário Cultural” (2).

Habilidades e Conhecimentos Práticos
<i>“Olha, as habilidades, primeiro ele tem que saber o que ele quer mexer. Aqui na feira tem ramos de peixaria, de carne, tem ramos de verduras e frutas, tem ramos de tempero. Então a primeira coisa, ele tem que ver se ele se identifica com isso. Pronto, ele se identificou com algumas dessas áreas que encaixam aqui na feira, ele tem que saber a rotina do feirante. No caso de um feirante, você não tem um sábado, você não tem um domingo. Feira é, como a gente fala, feira, é muvuca, é diferente, não é um shopping center, entendeu? Então, mais só isso mesmo.” (Feirante 05)</i>
<i>“Eu era bem tímida do que eu sou agora. Melhorei bastante. E... Desenvolvimento, assim. (...) É bem legal, né? Essa parte de celular, você sabe um pouquinho mais de capinha, película. De concerto também. É bem legal.” (Feirante 06)</i>
<i>“Eu acho que... caramba, boa pergunta. Eu acho que tem que ter uma... a ferramenta primordial é a educação, certo? Eu acho que é educação, educação primordial. (...) Acho que... eu reforço falar isso de novo, acho que a minha educação foi reinventada. Depois de eu trabalhar com isso, ela foi reinventada. (Feirante 07)</i>

“Sim. Muita paciência (...) de ferramenta tem ferro de solda, estação de aço, separadora, microscópio, muitas chaves de fenda, álcool isopropílico, pasta de solda, usa muita coisa.” (Feirante 08)

Fonte: Autoral, 2024.

Esse segundo grupo, de uma nova geração de feirantes, não precisou passar por tantas dificuldades, principalmente quando falamos das estruturas de suas bancas. Desde que começaram já tiveram acesso aos pontos fixos, devidamente estruturados, onde as alterações feitas são majoritariamente no sentido de expansão.

Tabela 16 - Decupagem de falas da entrevista com o grupo “Legatário Cultural” (3).

Aspectos Materiais e Tecnologia
<i>“Não, o pai mandou, trouxe o marceneiro dele, entendeu? Colocou isso aqui, chamou para fazer isso aqui. Aí foi todo ele. Os ganchinhos também, foi tudo. Aqui era só o quadrado, um negócio de cimento aqui, que a pessoa que vendia era morango aqui, enfim, frutas. Aí o pai quebrou e foi para o outro. E ajustou para o outro. Aí ajustou para ficar aqui legal, sentadinho aqui, essa prateleirazinha.” (Feirante 05)</i>
<i>“Não, porque, como eu falei, quando a gente já pegou, a gente já pegou tudo esquematizado. Já tava montado. O que a gente faz é só colocar a mercadoria, né? Vender e colocar a mercadoria.” (Feirante 06)</i>
<i>“Meu cunhado ajudou a arquitetar aqui, ele ajudou a construir, etc. A estrutura geralmente... Eu acho que de vender tênis, a calçada é um pouquinho maior, porque a gente precisa de espaço por causa das caixas. Aqui é minimizado por causa das roupas, as roupas são mais de boa, graças a Deus.” (Feirante 07)</i>

“Você fala a estrutura da banca? Sim, foi feita sim. Serralheria, para aumentar mais um andar. (...) A demanda, sempre aumentou, graças a Deus.” (Feirante 08)

Fonte: Autoral, 2024.

O que se pode inferir é que esse contexto influencia diretamente em suas perspectivas de futuro para o lugar. Apesar de haver uma explícita preocupação em relação ao movimento de clientes e de vendas, há uma expectativa de se manter nesse lugar e progredir.

Tabela 17 - Decupagem de falas da entrevista com o grupo “Legatário Cultural” (4).

Relação com o Futuro e Visão de Futuro
<i>“Assim, infelizmente uns 20 anos, do jeito que está indo, que é a realidade, nem sei se fica aberto, mulher. Se ficar aberto, você vai ver que no final de ano, você vai ver em dezembro, com lojas, com bancas fechadas, com placas de aluga-se, entendeu, mulher?” (Feirante 05)</i>
<i>“A feira já foi muito boa. Hoje, se falar pra você que o movimento é 100%, como antes, não é. Hoje o movimento tá bem caído. Se você perguntar pra outras pessoas, elas vão falar a mesma coisa. Então, eu imagino que... Vai tá do mesmo jeito. Aí, se você perguntar de infraestrutura, creio eu que vai melhor. Porque aqui na feira eles... Essa parte de infraestrutura, de cuidados com a feira é muito boa.” (Feirante 06)</i>
<i>“Deixa eu ver aqui, ó. Acho que muito bem desenvolvida, certo? Eu quero trabalhar com videogame, então acredito que vai ser aquela coisa bem... bem neon, aquela coisa bem bonita. (...) Consequentemente, eu quero que meus filhos sejam comerciantes também, porque eu quero</i>

abrir meu próprio negócio, então eu quero ensinar para eles como é ser comerciante, como é essa vivência de lidar com o público.” (Feirante 07)

“Ah, eu acredito que não vai mudar muita coisa não, porque aqui é patrimônio histórico, né? Então, não pode mudar muita coisa não. De estrutura, né?” (Feirante 08)

Fonte: Autoral, 2024.

Assim, na visão desse grupo, os impactos tecnológicos podem ser uma solução para essa preocupação. Talvez por uma questão geracional, ou ainda relacionado ao tipo de produto oferecido em suas bancas, é nítida uma grande familiaridade com plataformas online de marketing digital que facilitam inclusive em sua inserção no contexto de marketplace³². Ao contrário do que foi percebido com os feirantes do grupo anterior, que viam nessas ferramentas como um uso mais auxiliar.

Tabela 18 - Decupagem de falas da entrevista com o grupo “Legatário Cultural” (5).

Mediações Tecnológicas e Impactos Sociais
<i>“Internet, não sei assim aqui eu não sei se tem Wi-Fi solidário aqui, se eles colocam aqui umas partes de divulgação, assim como esse próprio falou, redes sociais, Instagram entendeu? Não sei como é que é Instagram da feira, essas coisas mas eu acho que a gente tem que aproveitar a tecnologia pra sempre alguém tá falando o nome da feira.” (Feirante 05)</i>

32 Marketplace é uma plataforma online que reúne vários vendedores e compradores, permitindo a comercialização de produtos e serviços. É como um shopping virtual, onde os consumidores podem encontrar uma grande variedade de opções.

“Principalmente o Instagram. Eu acho que pra todo mundo, o Instagram é super importante, né? Porque é a ferramenta mais fácil de utilizar. E o Facebook. Esses dois. Faz diferença, com certeza.” (Feirante 06)

“Caramba, tem muitas pessoas aqui na minha, na banca em si, atrás de eletrônico. Eu acho que devia ter infraestrutura em relação à eletrônica. A galera vem vender muito mais eletrônico do que vende normalmente. Se você for no shopping, tem muita loja de eletrônico vendendo celular em si, é que eu acho que devia vender mais. É uma questão rentável.” (Feirante 07)

“Apoio financeiro, talvez até do governo, para poder injetar na feira, para poder estimular mais ainda os feirantes a divulgar, né? Porque nem todo mundo tem dinheiro para poder divulgar, porque o Instagram cobra e o Google mais ainda.” (Feirante 08)

Fonte: Autoral, 2024.

Mesmo assim, ainda que estes Legatários ocupem, literalmente e figuradamente, áreas bastante distantes dos Memoristas, eles compreendem a importância da feira por parâmetros muito semelhantes. Para eles, o papel principal da Feira Central de Ceilândia é a cultura que ela carrega com ela, abrangendo dessa forma a característica nordestina, mas para eles também fala de outras culturas, e exaltam a diversidade e os próprios feirantes como necessários para manter a tradição.

Tabela 19 - Decupagem de falas da entrevista com o grupo “Legatário Cultural” (6).

Interação e Identidade Cultural
<i>“O papel da feira da Ceilândia, ele é um ponto histórico a feira da Ceilândia, ela não é simplesmente uma feira ela é a feira, ela é um ponto de encontro ela é um cartão postal da Ceilândia ela é um cartão postal em nome relacionado a feiras, entendeu? Qualquer canto de Brasília a feira da Ceilândia, não tem um que não sabe, entendeu? Então a feira ela tem uma tradição e tem essa tradição, como se a banca do papai, que é a única aqui de embalagem há muitos anos, a banca muitas de tempero aqui, que são de pessoas antigas, entendeu? Então assim, a feira tem que ter essa tradição” (Feirante 05)</i>
<i>“Cara, é muito importante, né? Porque a Ceilândia em si, você chegou na Ceilândia e já consegue resolver sua vida toda. E a feira... Como é que eu posso dizer? É o centro, né? Você entra aqui também, você resolve tudo. Reunião de todas as culturas.” (Feirante 06)</i>
<i>“A própria cultura. A diversificação (...) Essa miscigenação, certo? A palavra é miscigenação. Isso é enriquecedor. (...) É uma questão, além de só cultural, é de necessário, né? Além da galera vir comprar roupa, também a galera vir comer, a galera vir almoçar. É um enriquecimento cultural, né?” (Feirante 07)</i>
<i>“Sim, os feirantes, os próprios feirantes. As culturas, as comidas, as músicas, né? Que é o forró. E é isso.” (Feirante 08)</i>

Fonte: Autoral, 2024.

Com o encerramento do dia com o segundo grupo, foi possível perceber que o contexto já nos permitia atrelar alguns pontos do que foi dito entre os grupos, mas após esse momento da decupagem, as percepções ficaram ainda mais nítidas. Como por exemplo, as angústias do ser feirante, que são muito similares independente da geração e do produto comercializado, em virtude de ambos lidarem com o mesmo espaço estrutural e com o serviço de atendimento ao público, ocasionando com que suas insatisfações sejam pouco discrepantes.

A diferença mais nítida que percebemos se deu ao buscar compreender e identificar as tecnologias existentes e seus impactos. O novo grupo e seu conjunto de produtos mais modernos, também se preocupa com o movimento de clientes no lugar, ainda que não tenham reclamações sobre demanda e vendas. Porém, esse grupo lida com o esforço da mão de obra de uma maneira diferente, e possui uma maior familiaridade com meios digitais de propagação de suas bancas, e já buscam alternativas para esse problema. Encontram nas plataformas um apoio para amparar essa questão de divulgação e acreditam que esse tipo de apoio tecnológico seria útil para todos da feira.

Os Legatários também puderam aprender com alguém e declaram a vontade de repassar seus conhecimentos, porque acreditam que foram ensinamentos muito valiosos os que puderam aprender ali. O que pode demonstrar que não é exatamente a tecnologia que impacta diretamente preservação e promoção da feira e suas características culturais, mas sim, a convivência e o compartilhamento coletivo da compreensão das pessoas pelo que esse espaço significa. Pois, embora as pessoas construam suas vidas de forma individualizada, é na proximidade e na convivência cotidiana que se estabelece um espaço compartilhado.

As feiras desempenham um papel crucial como espaços essenciais para o desenvolvimento e a integração social. Sua importância para a sociedade transcende a função comercial, sendo um ponto de encontro de saberes, experiências e novas tendências. É inviável interromper ou suspender o processo de transformação em curso na feira. A sociedade de-

manda alterações que a levam à adaptações contínuas. Dessa maneira, revelando ser fundamental compreender os anseios e as ambições das novas gerações. Assim, tendo observado os impactos das mediações tecnológicas e sua influência sobre a preservação do espaço, considera-se relevante direcionar nosso olhar para a imaginação dos cenários futuros desse local.

6.3 Movimento Imaginar: Para continuar existindo

É reconhecível que muito antes de criar, se faz fundamental imaginar, pois, quando não podemos ver algo claramente, imaginamos. O olhar de quem imagina, de quem quer ver para imaginar, não encerra as possibilidades, mas busca no seu passado e no seu presente esforços para continuar enxergando mais adiante. Nesses parâmetros, a imaginação é vista então, não como uma ignorância ou um imprevisto, mas como parte de uma construção lógica, uma metodologia, como cita Tavares (2013).

Viver em um mundo que é crescente, sempre em formação, exige a imaginação, como uma forma de prever criativamente formas para resistir. Ainda que não haja controle sobre o resultado, imaginar neste sentido diz respeito à olhar para onde se está indo. Não para consertar um ponto final, mas elaborar uma antecipação, caracterizando assim o processo identificado por Ingold (2012) como foresight, no qual o autor acredita ser um processo que exige tanto visão habilidosa quanto conhecimento sobre o mundo.

Esse contexto, aliado ao que o sociólogo Sennett (2015) chama de antecipação em seus estudos sobre o trabalho do artesão. Trata-se de um conceito relacionamos também aos trabalhadores populares: a necessidade de estar sempre um passo à frente. Do mesmo modo que as habilidades dos feirantes vão sendo adquiridas ao longo do processo da profissão, o processo de imaginar trata-se não de predeterminar as formas finais das coisas e todos os passos necessários para chegar lá, mas de abrir um caminho e improvisar uma passagem. Neste sentido, esse método de lidar com o mundo, de certa forma já é olhar para o futuro.

Esse movimento é, portanto, inerente ao cotidiano da feira. As pessoas imaginam os espaços de suas bancas, imaginam soluções espontâneas para problemas corriqueiros, imaginam suas falas com os clientes, assim como imaginam diariamente melhorias para o lugar. O que nos desperta também a nossa capacidade de imaginar o trabalho que eles desempenham todos os dias para proteger seus ofícios.

A intenção inicial do projeto de compreender e identificar as tecnologias existentes neste espaço e sua influência para os feirantes locais, parecia não abarcar suficientes respostas para certificar o papel das feiras enquanto espaço importante para a sociedade e o estado.

A Feira Central de Ceilândia, gera aproximadamente 900 empregos, tem um impacto econômico forte para a RA que a comporta, garantindo a manutenção e sobrevivência de inúmeras pessoas e famílias. Por si só, trata-se de um espaço importante para o desenvolvimento público. Não obstante, para além disso, é elemento intrínseco à paisagem, esteve forte e resistente a tantos anos, se qualificando como um componente histórico vivo, que vemos se transformar e narrar a história do lugar diante de nossos olhos.

Sob camadas que se sobrepunham, tendo como base as escutas realizadas e os destaques compartilhados nos outros movimentos, se mostrou latente uma preocupação com a permanência da feira. Fazendo com que, para este trabalho, o desafio proposto constituísse por fim, na construção de um processo imaginativo que pudesse se utilizar dos registros coletados para colaborar positivamente com essa problemática encontrada no percurso. Por termos nos permitido escutar e compartilhar, agora, podemos promover um espaço onde podemos igualmente questionar a realidade atual e imaginar.

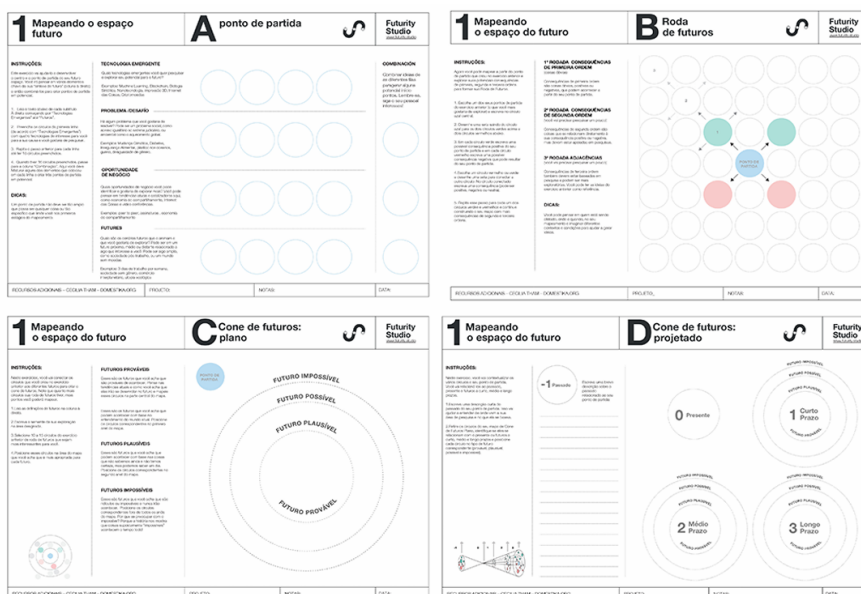
Quando pensamos inicialmente em fazer desse trabalho de pesquisa como um processo de design colaborativo, não havíamos considerado a possibilidade de imprevistos. Durante o desenvolvimento da pesquisa, circunstâncias pessoais relevantes exigiram uma reorganização parcial do cronograma e de algumas etapas metodológicas inicialmente previstas.

Tal readequação foi conduzida de maneira ética e comprometida, buscando preservar a integridade e os objetivos centrais do trabalho, ao mesmo tempo em que foi necessário, simultaneamente, resguardar a saúde e o bem-estar da pesquisadora. A necessidade de adaptação ao novo contexto pessoal, onde foi preciso mudar de cidade, implicou na adoção de estratégias metodológicas alternativas, que permitissem a continuidade da investigação de forma coerente com os princípios estabelecidos no projeto original.

Foi preciso resgatar as habilidades de designer para contemplar uma forma de continuarmos imaginando em conjunto mesmo com a distância que foi estabelecida. Sendo assim, para dar seguimento a este movimento, sugeriu-se conceber ferramentas de design especulativo para direcionar investigações que desejam intervir não apenas no futuro, mas também no presente por meio de experiências que nos fornecem elementos para reflexão (NOEL, 2022).

Com este intuito, nos inspiramos na ferramenta de mapas de cenários futuros, onde a partir dela, decidiu-se criar mapas personalizados para a demanda da pesquisa em questão. Os canvas base, auxiliaram a determinar a elementos e etapas chaves para que sejam visualizados os cenários averiguados.

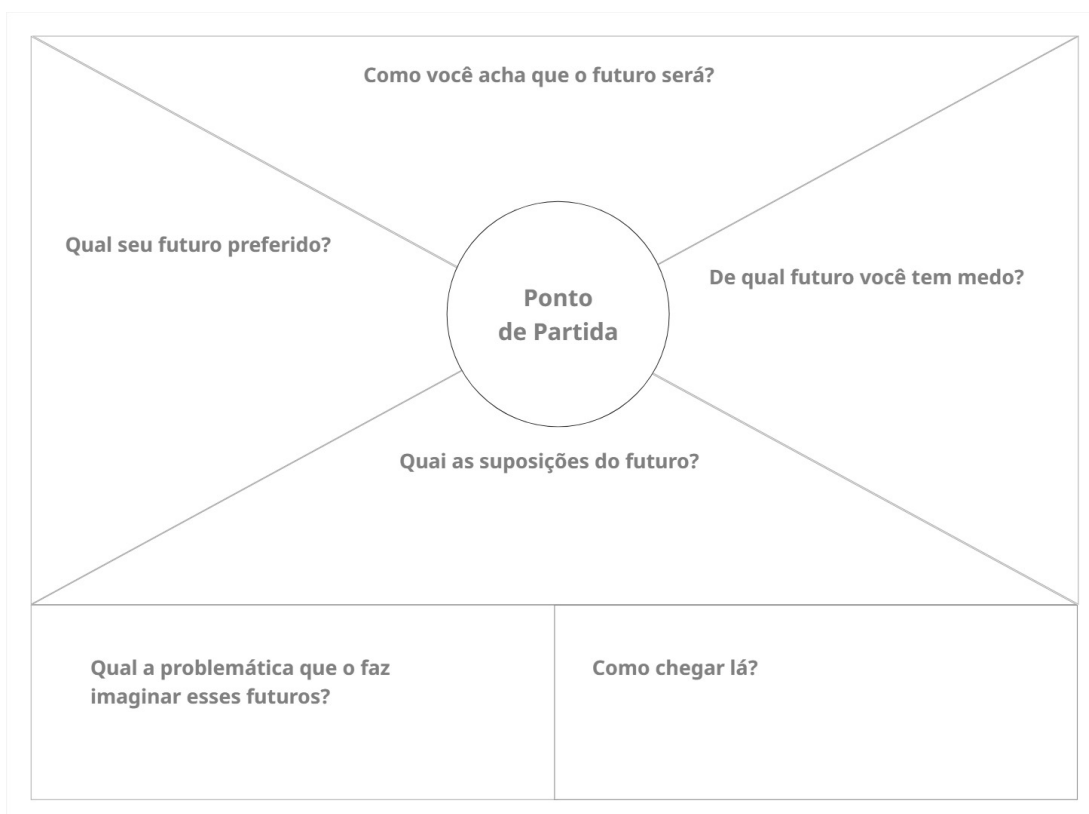
Figura 48 - Canvas de cenários futuros.



Fonte: Autoral, 2024.

Com esse direcionamento em vista, para definir os as representações relevantes para esta etapa, os mapas de futuro se iniciam com o ponto de partida baseado nos seis questionamentos sobre futuros de Inayatullah (2008). Primeiro dividindo os esquemas por grupo, para posteriormente fazer o cruzamento destes. A estruturação visual se assemelha com os mapas de empatia, porém com o enfoque para as questões relacionadas à relação com o futuro, apuradas nos movimentos descritos anteriormente de escutar e compartilhar.

Figura 49 - Mapa de futuro: estrutura base.



Fonte: Autoral, 2024.

Durante o processo de esquematização das informações, notou-se com mais clareza que nos movimentos anteriores houve uma certa dificuldade na expressão da liberdade imaginativa dos participantes. Situação que pode ser interpretada como uma consequência das possibilidades de mundo que conseguem ser percebidas no lugar. Marcando a imaginação na feira como um território de contradições: cotidianamente forja formas de agir inovadoras todos os dias, mas que se sente paralisada quando se

trata de um tempo-espaco mais longo.

Todavia, considerando com mais atenco suas respostas (Figuras 50 e 51),  possível depreender indícios de suas especulaes sobre o futuro da feira. Baseados na realidade que conhecem hoje e no repertório de passado que possuem, conjecturam algumas possibilidades de futuro que ao serem dispostas no mapa, nos permitem uma melhor visualizao das respostas, para que possamos contribuir com nossa própria interpretao do dados obtidos e recolhidos.

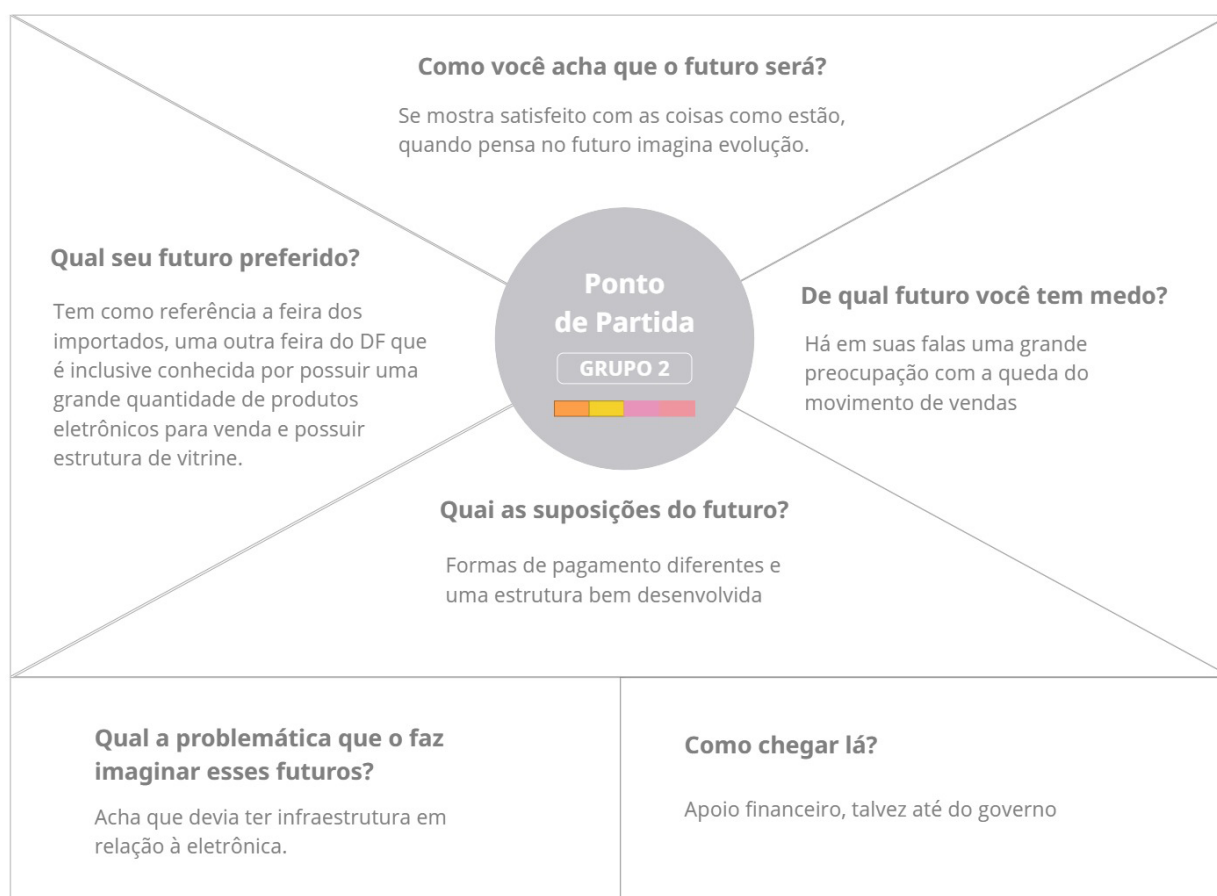
Se faz necessário mencionar que, a postura adotada neste trabalho, no ambicionou travar ou advogar por um único caminho, mas sim enxergar múltiplas perspectivas. Posto isto, embora expressem-se de maneiras distintas, verifica-se que ambos os grupos visam objetivos semelhantes em

Figura 50 - Mapa de futuro: ponto de partida do Grupo 1.



Fonte: Autoral, 2024.

Figura 51 - Mapa de futuro: ponto de partida do Grupo 2.



Fonte: Autoral, 2024.

relação à feira. Isso demonstra que, apesar das diferenças geracionais e das diversas táticas empregadas, mesmo que alguns se apropriem com maior ênfase estratégias relacionadas a modernização e tecnologias do que outros, é visível que esses elementos não constituem, por si só, a solução para as dificuldades enfrentadas.

O que, com efeito, tem maior força em desempenhar esse papel são mesmo as mediações sociais que intervêm nesse processo. Nos momentos de crise, o principal recurso que a feira possui é o de se modificar, seja vendendo novos produtos, ou aceitando os novos lugares e fluxos que o poder público a destina. Contudo sempre usando da astúcia e tática para garantir sua subsistência e a continuidade da prática de feira.

Por que insistimos mesmo assim em imaginar a feira? Porque, como declarado por Querluz e Merkle (2014) a destruição da imaginação está

diretamente ligada à destruição da capacidade de sonhar. A falta desse movimento remete à um estado de aceitação e conformação com a realidade vigente, passando a ser considerada a possibilidade única. Quando integramos os aspectos destacados pelos participantes, é possível construir um mapa de cenário futuro próximo e plausível. Embora o exercício de diálogo tenha sugerido uma projeção para os próximos 20 anos, as necessidades apontadas pelos feirantes não se configuram como questões complexas ou inalcançáveis.

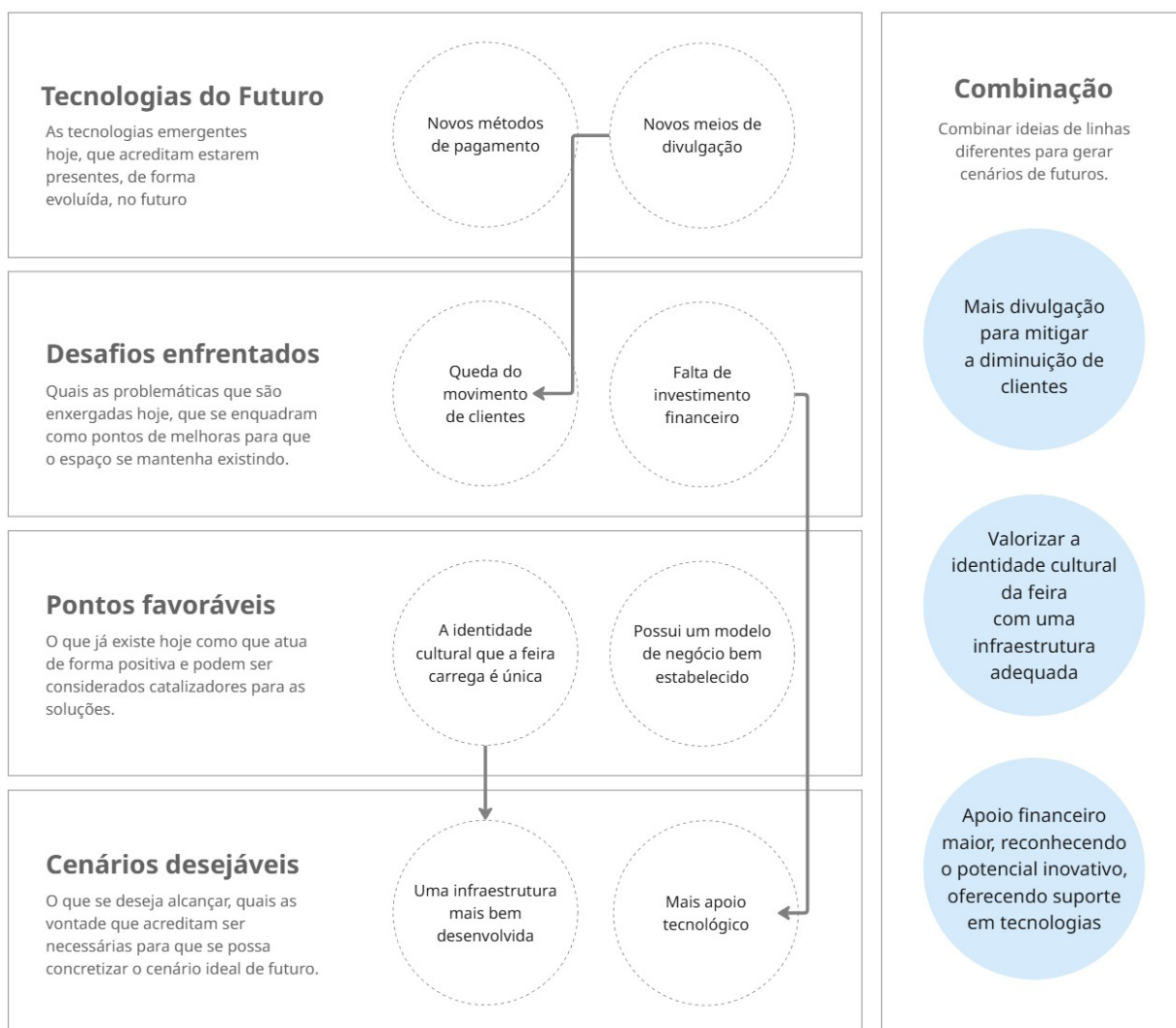
Em síntese, reivindicam maior atenção e cuidado com o espaço em que atuam. Desejam uma infraestrutura digna e mais desenvolvida, que valorize sua identidade cultural singular, considerada um fator crucial para a permanência e continuidade da feira. Sem esquecer também da necessidade contínua de apoio financeiro e tecnológico, de modo a garantir a adaptação constante desse ambiente.

Análogo a essa realidade apresentada, os processos de design também são muito frequentemente abertos, como reconhece Manzini (2015), principalmente projetos relacionados à cenários futuros. Eles nunca terminam porque já não há uma separação clara entre as etapas de design e gestão de um projeto, o resultado é sempre uma um pontapé inicial, à qual os atores ativos podem trazer suas contribuições corretivas e de aprimoramento. Neste momento, partindo com o que foi dito pelos próprios feirantes, em seus depoimentos destrinchados nos outros movimentos, conseguimos determinar quatro vieses de elementos-chave para as possibilidades de futuro, para posteriormente conectá-los.

Decidimos delimitar a visão de futuro a partir de quatro elementos: Tecnologias do futuro, Desafios enfrentados, Pontos favoráveis e Cenários desejados³³. As respostas para cada um dos tópicos foram extraídas a partir da interpretação do que foi analisado nos outros movimentos. Preenchendo o mapa a partir das possibilidades visualizadas e imaginadas por ambos os grupos. Dessa maneira, conseguimos combinar os tópicos e criar potenciais perspectivas a serem exploradas.

33 Figura 52 na página 126.

Figura 52 - Mapa de futuro: mapeando as possibilidades.



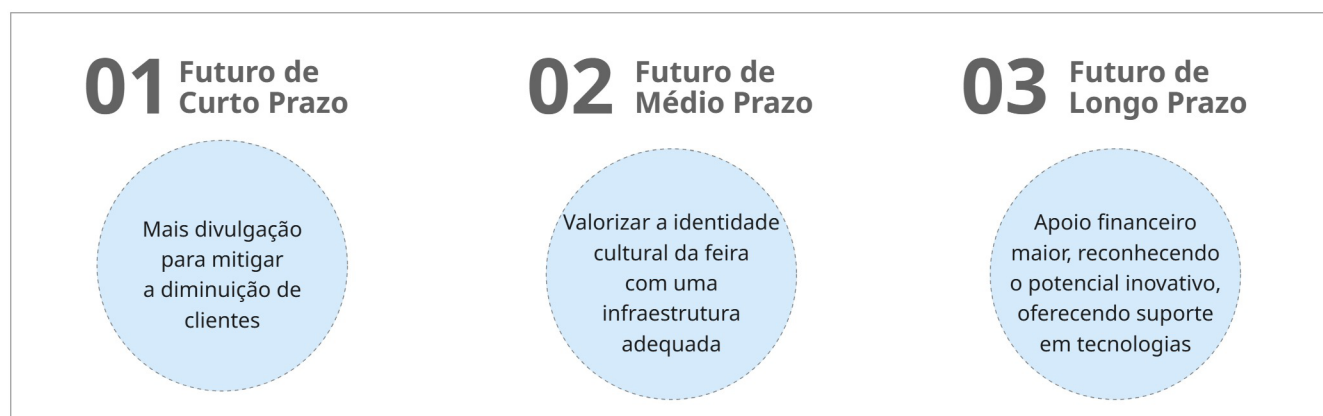
Fonte: Autoral, 2024.

Logo, chegamos a três cenários em perspectiva³⁴, que acreditamos serem pontos interessantes a serem agenciados, de modo a formular caminhos para se atingir os ideais de futuro desejado e enfrentar os desafios já identificados pelos próprios feirantes. Assim, elencamos os cenários como Curto, Médio e Longo prazo, auxiliando ainda na hierarquização de prioridades, partindo do princípio da mais simples, a mais complexa de ser concretizada.

Destarte, nos empenhamos a elaborar um mapa que pudesse, ainda que de forma concisa, identificar os parâmetros e indicadores positivos e negativos, que são instrumentos indispensáveis para conscientes da

34 Figura 53 na página 127

Figura 53 - Mapa de futuro: curto, médio e longo prazo.



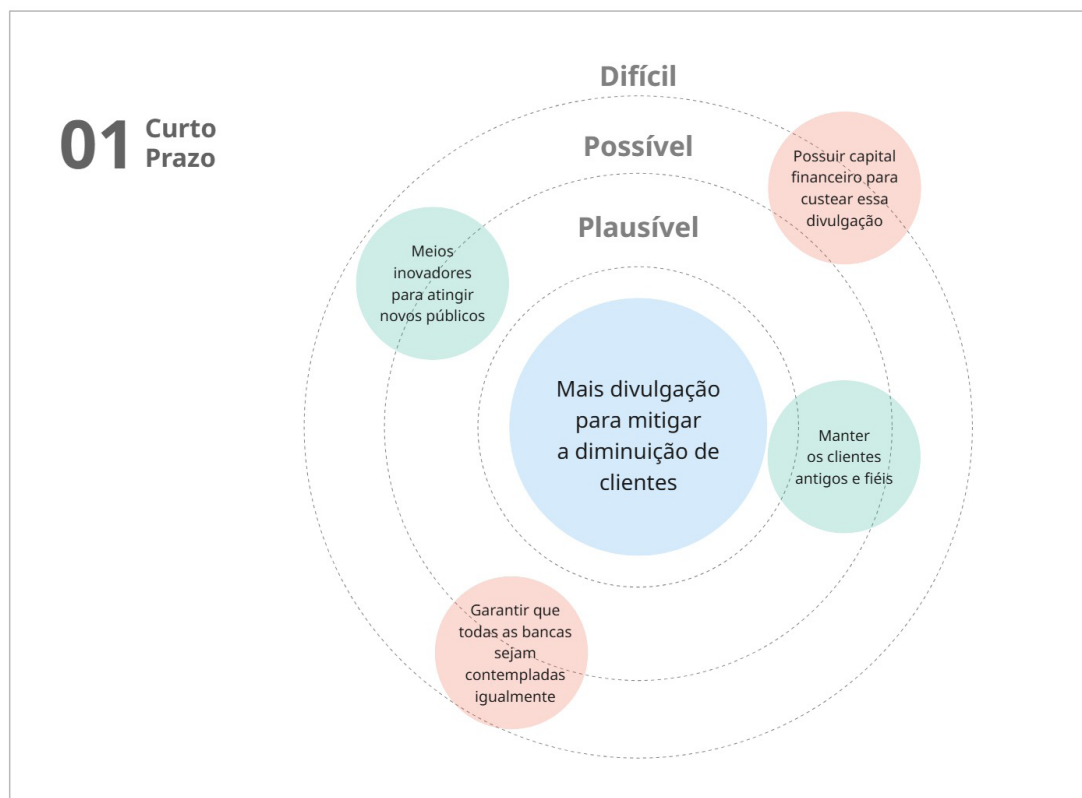
Fonte: Autoral, 2024.

realidade do local, compreender as melhores coordenadas para uma ação adequada e eficaz. Cada um dos três futuros elencados, passaram por uma breve análise de decorrências ligadas a eles, classificando-as como Difícil, Possível e Plausível, sendo diferenciados ainda pelas cores verde e vermelha, representando quando se desenrolava como efeito otimista ou uma preocupação.

No que concerne as previsões do que pode ser feito a curto prazo (Figura 54), identifica-se que de forma assertiva essa projeção poderia manter os clientes já frequentadores da feira, mas poderia atingir novos públicos, facilitando a comunicação e dúvidas a respeito do funcionamento e dos serviços oferecidos. Porém, como preocupação, é preciso atentar-se à garantia da contemplação de todas as bancas nesse processo de divulgação, assim como ter como meta uma captação de investimentos financeiros para que essa divulgação seja possível.

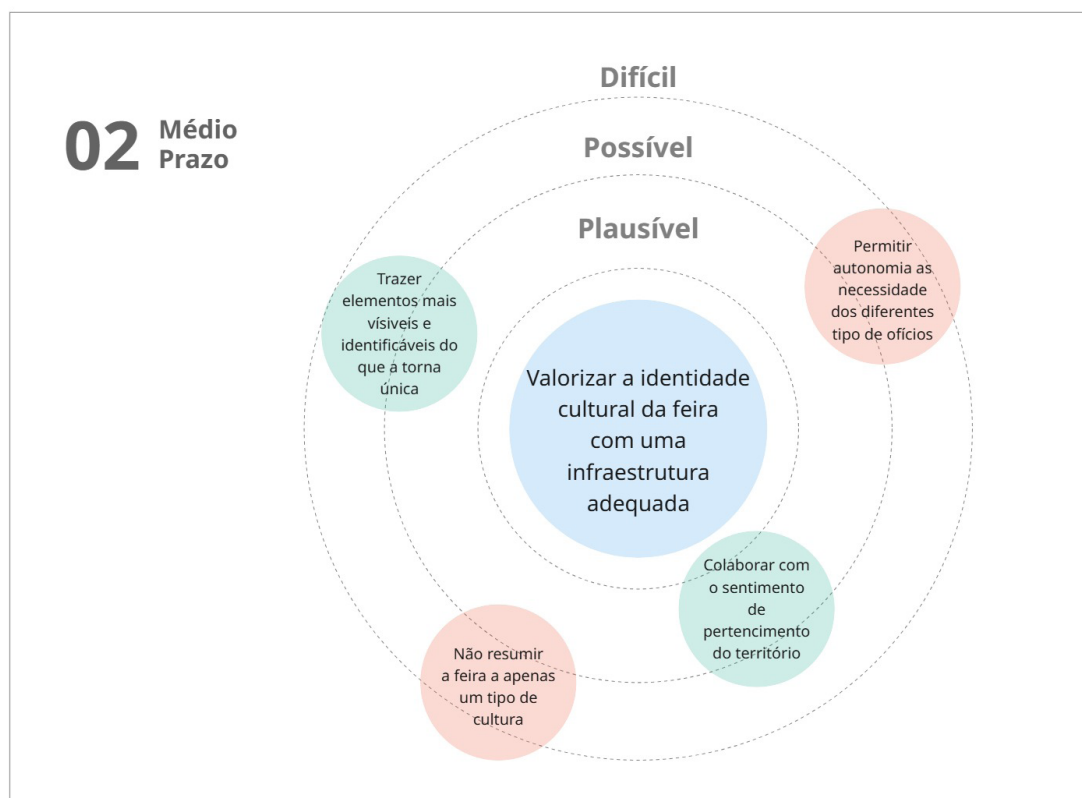
Para as previsões de futuro a médio prazo (Figura 55), a questão da valorização por meio de melhor infraestrutura, mais complexa. Para esta análise, percebe-se que essa projeção lida diretamente com questões de identidade e pertencimento, os quais se conduzidos com a colaboração dos próprios feirantes como participantes nesse processo, obteriam resultados positivos.

Figura 54 - Mapa de futuro: curto prazo.



Fonte: Autoral, 2024.

Figura 55 - Mapa de futuro: médio prazo.

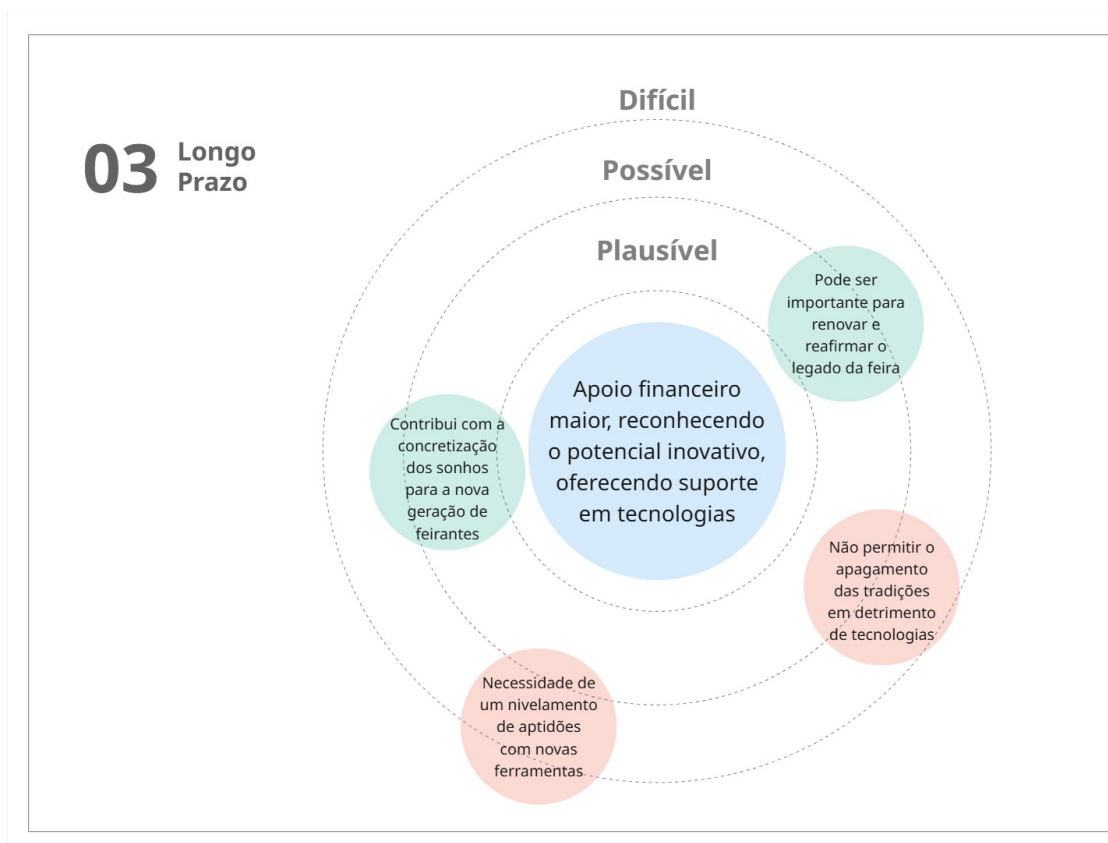


Fonte: Autoral, 2024.

Já que, do contrário, corre o risco de limitar a feira a apenas um recorte cultural, ou até mesmo interferir na autonomia que os próprios feirantes possuem de modificar suas bancas de acordo com suas necessidades particulares de cada ofício. Sendo importante rememorar neste momento que um dos pontos mais destacados como importantes a serem mantidos, pelos próprios feirantes nos movimentos anteriores, se dá pelo fato da feira possuir essa diversificação.

Nas definições estabelecidas como futuro a longo prazo (Figura 56), trazemos uma visão que realmente dialoga mais com a geração de feirantes nova que se está estabelecendo, mas também com a que está por vir. Buscamos visualizar as necessidades futuras pelo contexto que vem se criando sobre o ambiente da feira. Mais apoio financeiro, juntamente a um suporte inovativo visando as tecnologias, se apresentam bastante significativas em relação aos desejos verbalizados pelos novos feirantes. Como também para

Figura 56 - Mapa de futuro: longo prazo.



Fonte: Autoral, 2024.

manter acesa a importância da feira para a comunidade.

Neste percurso, no entanto, se faz necessário não esquecer que essa projeção carece de uma maior atenção em relação ao letramento de novas tecnologias, por parte de todos que fazem parte do lugar. Mas, de forma ainda mais latente, garantir que essas novas tecnologias não se sobressaíam em relação ao legado e a história da feira, que é tão rica. Se preocupando com que esses investimentos não ocasionem o apagamento de elementos indispensáveis para a tradição, como os que foram apontados durante o movimento compartilhar.

Com a obtenção da compreensão das tecnologias existentes, dos desejos de esperança para o lugar, relacionado aos impactos pela percepção dos próprios feirantes. A ideia desse ponto de imaginação perpassa por reconhecer as aptidões imaginativas intrínsecas na vida dos que fazem da feira um espaço cultural, inovativo e tecnológico. Por levarem a ela suas habilidades que se ajustam e reajustam continuamente, independente dos insumos que possuem a sua disposição.

Sem romantizar a precariedade, sentiu-se nesse movimento a necessidade de esboçar cenários de contribuições para evolução e preservação do espaço, levando em consideração as vivências, demandas, necessidades e desejos dos usuários, valorizando sua história e a cultura local. Identificou-se uma oportunidade contribuição pelo design, pensando em meios de ação, a partir do ato de imaginar, que articulassem, a área do design como uma ferramenta estratégica, social e aplicada para políticas públicas.

7 Considerações finais

Investigar o funcionamento e comportamento da sociedade contribui para que designers possam agir como facilitadores em debates e assuntos que são importantes ao coletivo. Reitera-se a importância de valorizar as identidades coletivas, nosso modo de vida e de nos comunicar, através do contexto que nos cerca. Entendendo-se a necessidade de interpretar o presente, para que seja possível abrir caminhos que sirvam não só para admiração das possibilidades, mas também para sua efetiva compreensão.

Estudar a feira, de modo a procurar compreender os aspectos do

local a partir da visão de quem a utiliza, participa e constrói o espaço e os modos de apropriação do mesmo, é o que possibilita uma melhor aproximação das questões e tensões vividas no território, a relevância do local e das atividades, assim como as dificuldades encontradas. As ações propostas pela pesquisa buscam não só valorizar os debates, o pensar e agir coletivamente, mas principalmente valorizar a geração de ações mais con-
dizentes com a realidade.

Nesse trabalho de pesquisa, procurou-se não propor soluções, nem apresentar um diagnóstico definitivo que encerrasse o futuro, mas sobretudo compreender o que estava acontecendo. Sendo assim, o principal papel do design aqui se concretizou pelas ações de questionar, especular, inovar e provocar a reflexão (Medeiros e Souza, 2019), em vez de cair na armadilha de simplesmente apresentar soluções supostamente corretas ou salvadoras.

Por meio disso, tendo como objetivo principal do presente trabalho, investigar como as tecnologias sociais ou de aquisição, integradas aos modos de fazer cotidianos, são utilizadas pelos atores sociais como mediadoras no contexto da feira de Ceilândia, localizada no Distrito Federal. Durante o percurso de construção desta dissertação, divagou-se por muito tempo, pensando na feira pelos seus objetos. Pudemos identificar as tecnologias existentes, onde destrinchamos nos capítulos anteriores e assimilamos seus impactos no momento das entrevistas.

Para alcançar nossos objetivos determinados no início da pesquisa, foi preciso focar na cultura material desses espaços. Foi justamente esse centramento que se deu nas pessoas que constituem o lugar e constroem modos de vivências ali, que constatamos que a criatividade popular e a invenção é que são importantes ferramentas para reconstruir a materialidade da feira e contornar as dificuldades. Nos mais diversos cenários, cabe ao feirante usar da estratégia e da perseverança tornando o fazer popular, e o reconstruir, um importante elemento simbólico de luta e persistência popular.

Nossa ponderação nos leva a compreender que, não é a tecnologia

que tem um impacto direto para que a feira possa preservar suas características culturais, mas a convivência e a compreensão das pessoas pelo que esse espaço significa. A sustentabilidade e a resiliência das feiras populares ao longo do tempo, exemplificam como elas fortalecem as relações comunitárias, facilitam a transmissão de tradições culturais e permitem a adaptação às novas demandas e desafios, porque o tipo de território exige que seja assim, e assim os feirantes compreendem e dominam essas técnicas.

Todo o momento inicial do projeto, baseado no aprofundamento das questões teóricas, apenas se deu por completo quando vinculado ao processo de aproximação. Foi preciso entrar em contato com a comunidade que a vive todos os dias, como sendo traço significativo da identidade coletiva. Foi nesse momento que percebermos o fato que a feira existe, pelo simples fato de existir nela um feirante. Assim, entendemos o real papel das feiras, para o estado e para sociedade.

Paralelamente as questões que impulsionaram a existência dessa pesquisa, conjuntamente ao objeto que dá sentido a ela, surgiram outros questionamentos. Com base nas constatações e diante do contexto de disparidades sociais que visualizamos, nos deparamos muitas vezes com a pergunta de qual seria o papel social dos designers brasileiros nessas circunstâncias, ao buscar refletir sobre a necessidade de que esse espaço seja visto como tal por determinados entes e autoridades governamentais, por se tratar de um local público.

Nesta atual interface sócio-econômico-política turbulenta, acreditamos que mais do que nunca, é necessário agir e contribuir para as cidades como profissionais e cidadãos. Ainda que a academia não seja o caminho imediato para soluções dos problemas das comunidades, através da pesquisa se faz possível oferecer soluções não imediatas, mas eficazes de seus problemas mais prementes. Assim, conseguimos direcionar nossa forma de contribuição de acordo com o contexto e nossas habilidades.

As noções de comportamento dos corpos nesse espaço, das aproximações que foram feitas, assim como dos caminhos percorridos é que possibilitaram projetar as mudanças que podem acontecer e enxergar os

impactos ocasionados. Tanto pela transformação imposta, de modernidades e adaptações, como as desejadas, pela inspiração de outras feiras mais bem assessoradas pelo poder público, dentro do Distrito Federal. Graças as conversas realizadas e as observações feitas durante todas as idas à feira nos momentos regulares do seu cotidiano é que se pode traduzir ações que pudessem ajudar ou fazer alguma diferença positiva para os feirantes.

É fundamental que entendamos que ao tratarmos de problemas sociais, estamos tratando de sistemas complexos que estão em constante evolução e alteração devido a sua grande capacidade adaptativa. A intenção almejada é de que o projeto possa contribuir positivamente à comunidade, sendo um pontapé inicial para o desenvolvimento de mais pesquisas e feitos a respeito do tema, indicando desdobramentos e perspectivas futuras, assim como o aprofundamento das discussões aqui iniciadas.

Identifica-se oportunidades de pesquisa que podem se desdobrar a partir do que foi coletado neste trabalho. Uma das principais limitações desta pesquisa foi o tempo restrito para sua execução, característica comum ao ciclo de um mestrado. Mas que coincidiram com dificuldades que se apresentaram no percurso em relação à disponibilidade da pesquisadora, da feira e dos próprios feirantes.

Desse modo, futuras investigações podem explorar uma coleta de dados mais abrangentes e uma análise aprofundada e melhor desenvolvida dos cenários futuros. Oferecendo uma visão mais completa dos efeitos observados. No futuro, seria interessante a continuidade dessa pesquisa em um projeto de doutorado, onde seria possível expandir a coleta de dados e realizar análises mais detalhadas e complexas, garantindo uma compreensão mais robusta do tema.

Referências

- ALVES, Nilda. **Questões epistemológicas do ‘uso’ cotidiano das tecnologias.** In: ENCONTRO DOS NÚCLEOS DE PESQUISA DA INTERCOM. 4., 2004, Porto Alegre, RS. Anais eletrônicos do XXVII Congresso Brasileiro da Comunicação. Porto Alegre, RS: Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2004, não paginado. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/141498383787419673618328094799504121700.pdf>>. Acesso em: 14 out. 2024.
- AMMANN, Safira Bezerra. **Movimento Popular de Bairro**, de frente para o Estado, em busca do Parlamento. São Paulo: Cortez Editora, 1987.
- BAUER, Martin W. & GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático.** Petrópolis: Vozes; 2010.
- BHABHA, Homi. **O local da cultura.** Belo Horizonte: UFMG, 1998.
- BIBLIOTECA IBGE: **Acervo dos municípios brasileiros.** In: IBGE. [S. l.], 2016. Disponível em: https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=44166_2#:~:text=Cidade%2Dsat%C3%A9lite%20%C3%A9%20o%20antigo,administradores%20nomeados%20pelo%20governador%20local. Acesso em: 18 nov. 2023
- BONSIEPE, Gui. **Design Como Prática de Projeto.** São Paulo: Blucher, 2012.
- BOSI, Ecléa. **O Tempo Vivo da Memória: Ensaio de Psicologia Social.** São Paulo: Ateliê Editorial, 2003.
- BOUFLEUR, Rodrigo. **A questão da gambiarra: formas alternativas de produzir artefatos e suas relações com o Design de Produtos.** Dissertação de mestrado em Design e Arquitetura. FAU-USP: São Paulo, 2006.
- BRAUDEL, Fernand. **O jogo das trocas.** Civilização material, economia e capitalismo: século XV-XVIII. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

BRITO, T. M. A. DE. **A metamorfose do conceito de região: leituras de Milton Santos.** GEOgraphia, v. 10, n. 20, p. 74-105, 30 jun. 2010.

CALDEIRA, Teresa. **Cidade de Muros: Crime, segregação e cidadania em São Paulo.** São Paulo: EDUSP, 2011.

CAMPELO, Álvaro. **Espaço, construção do mundo e suas representações.** In: BETTENCOURT, Ana M. S.; ALVES, Lara B. Dos montes, das pedras e das águas: Formas de interação com o espaço natural da pré-história à atualidade. Braga: Universidade do Minho, 2010. p. 191-206. Disponível em:

https://www.researchgate.net/publication/379239606_Espaco_construcao_do_mundo_e_suas_representacoes_Space_world_construction_and_its_representations. Acesso em: 20 fev. 2025.

CARDOSO, J. B. **Cultural hybridism in Latin America.** Itinerários, Araraquara, n. 27, p. 79-90, jul./dez. 2008.

CARDOSO, Rafael. **Design para um mundo complexo.** São Paulo: Cosac & Naify, 2012.

CERTEAU, Michel. **A Invenção do Cotidiano.** Brasil: Vozes, 2014.

CRABTREE, Andy. **Designing Collaborative Systems: A Practical Guide to Ethnography.** London: Springer, 2003.

DA COSTA, Everaldo Batista. **Ativação popular do patrimônio-territorial na América Latina: teoria e metodologia.** Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía, Bogotá, v. 23, 1 jul. 2017. Disponível em:

<https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/62626>. Acesso em: 20 fev. 2025.

DANTAS, Ana Carolina et al. **Ceilândia, minha quebrada é maior que o mundo.** [S. l.]: IPHAN, 2020. Disponível em:

http://portal.iphan.gov.br/uploads/publicacao/ceilandia_minha_quebrada_mundo.pdf. Acesso em: 18 nov. 2023

DICKSON, D. **Tecnología alternativa y políticas del cambio tecnológico.** Madri: H. Blume, 1978.

ESCOBAR, Arturo. **Bem-vindos à Cyberia::** Notas para uma antropologia da cibercultura. In: SEGATA, Jean; RIFIOTIS, Theophilos (org.). Políticas Etnográficas no Campo da Cibercultura. Brasília: ABA Publicações, 2016. cap. 1, p. 21-66. Disponível em:

https://www.portal.abant.org.br/publicacoes2/livros/Pol%C3%ADticas_Etnogr%C3%A1ficas_no_Campo_da_Cibercultura.pdf. Acesso em: 15 nov. 2023.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia do Oprimido**. 17ª Ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.

GOMES, Paulo César da Costa. **A cultura pública e o espaço: desafios metodológicos**. In: CORRÊA, Roberto Lobato e ROSENDAHL, Zeny (org.). Religião, identidade e território. Rio de Janeiro. editora: UERJ, 2001. p. 93-113

GONÇALVES, Thiago da Silva. **A importância da Ceilândia para o turismo cultural**. Orientador: Luiz Carlos Spiller Pena. 2018. Monografia (Graduação em Turismo) - Universidade de Brasília (UnB), Brasília, 2018. Disponível em:

<https://core.ac.uk/download/pdf/196903365.pdf>. Acesso em: 20 fev. 2025.

GOVERNO FEDERAL (Distrito Federal). **GDF**. Geografia. In: Governo do Distrito Federal. Brasília, 26 dez. 2022. Disponível em:

<https://www.df.gov.br/333/>. Acesso em: 4 jul. 2023.

GOUVÊA, Luiz Alberto de Campos. **Brasília: a capital da segregação e do controle social**. Uma avaliação da ação governamental na área de habitação. São Paulo: Annablume, 1995.

GREGORY, Judith. **Scandinavian Approaches to Participatory Design**. Int. J. Engng Ed. Vol. 19. No. 1, pp. 62-74, Grã-Bretanha, 2003.

HALL, Stuart. **Da Diáspora: Identidade e Mediações Culturais**. Belo Horizonte: UFMG, 2003.

HARVEY, David. **Espaços de Esperança**. São Paulo: Edições Loyola, 2011.

HARVEY, David. **Cidades rebeldes: do direito à cidade à revolução urbana**. São Paulo: Martins Fontes, 2014.

HISTÓRIA de Ceilândia. In: **Administração Regional de Ceilândia**. [S. l.], 2021. Disponível em: <https://www.ceilandia.df.gov.br/2019/11/08/historia-de-ceilandia/>. Acesso em: 18 nov. 2023.

INAYATULLAH, Sohail. **Six pillars: futures thinking for transforming**. Foresight, vol. 10, no. 1, 2008.

INGOLD, Tim. **The work of the imagination in the texture of the present**. Texto da Conferência proferida na abertura do evento homônimo, promovido pelo PPCIS/UERJ, em novembro de 2012.

IPEDF. **Instituto de Pesquisa e Estatística do Distrito Federal**. Disponível em: <https://www.ipe.df.gov.br/ceilandia-e-a-regiao-mais-populosa-do-lado-oeste-do-df/>. Acesso em: 4 jul. 2023.

JOHNSON, Jeffrey. **Embracing design in complexity**. In: Designing for the 21st century: Interdisciplinary methods and find. Reino Unido: Gower Publishing, 2010.

LARROSA, Jorge. **Pedagogia profana**. Porto Alegre: Contrabando, 1998.

LATOUR, Bruno. **Reagregando o Social**. Uma Introdução à Teoria do Ator-Rede. Salvador: Edufba, 2012.

LATOUR, Bruno. **Investigação sobre os modos de existência: Uma antropologia dos modernos**. Rio de Janeiro: Vozes, 2019.

LEFEBVRE, Henri. **A produção do espaço**. Trad. Doralice Barros Pereira e Sérgio Martins (do original: La production de l'espace. 4e éd. Paris: Éditions Anthropos, 2000). Primeira versão: início - fev.2006.

LE MOS, André. **Cibercultura: Tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. 9. ed. Porto Alegre: Sulina, 2002.

LINDSTRÖM, Kristina; STÅHL, Åsa. 2020. **Making in the Aftermath of Design**. In Proceedings of the 16th Participatory Design Conference 2020 - Participation(s) Otherwise - Vol 1, June 15–20, 2020, Manizales, Colombia. ACM, New York, NY, USA, <https://doi.org/10.1145/3385010.3385012>.

LUCAS, Thiago P. dos Santos. **Ceilândia: A cidade como espaço de comunicação.** Orientador: Claudia Busato. 2007. Monografia (Graduação em Comunicação Social) - Centro Universitário de Brasília – UniCEUB, Brasília, 2007. Disponível em:

<https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/123456789/1493/2/20264767.pdf>. Acesso em: 20 fev. 2025.

MADEIRA, Angélica. **A cidade e suas feiras: um estudo sobre as feiras permanentes de Brasília.** Brasília, DF: IPHAN / 15ª Superintendência Regional, 2007.

MAGALHÃES, A. **O que o design industrial pode fazer pelo país?**

In: Revista Arcos, Rio de Janeiro. v. 1, 1998, p. 8-12. Disponível em:

https://naolab.nexodesign.com.br/wp-content/uploads/2013/04/O-que-o-design-industrial-pode-fazer-pelo-pais_aloisio8a13.pdf. Acesso em: 20 de fev. 2025.

MANZINI, Ezio. Design. **Quando todos fazem design: Uma introdução ao design para a inovação social.** São Leopoldo: Unisinos, 2017.

MASCARENHAS, Gilmar. **O lugar da feira livre na grande cidade capitalista: conflito, mudança e persistência (Rio de Janeiro: 1964-1989).** 1991. Dissertação (Mestrado em Geografia) – UFRJ, Rio de Janeiro, 1991.

MEDEIROS, Eduardo Azevedo; SOUZA, Mayara Dias de. **Design Especulativo: Ficção, Imaginação e Arquitetura.** Arquitetura e Cidade: Privilegios, conflitos e possibilidades, Curitiba, v. 2, 2019. Disponível em:

<http://projedata.grupoprojetar.ct.ufrn.br/dspace/handle/123456789/1234>. Acesso em: 20 fev. 2025.

MELO, Daniel. **Feira da Cei: Da eira à beira.** Orientador: Liza Andrade. 2017. Trabalho Final de Graduação (Graduação em Arquitetura) - FAU/UnB, [S. l.], 2017. Disponível em:

https://issuu.com/dnlmlo/docs/feira_da_cei_-_da_eira___beira_daniel_melo. Acesso em: 20 fev. 2025.

MESQUITA, Évellin Lima. **Ceilândia: patrimônio-territorial” e turismo/Évellin Lima de Mesquita – Brasília, 2016. 100f. Monografia – Universidade de Brasília, Centro de Excelência em Turismo, 2016.**

MONTUORI, Bruna Ferreira. **Design, favela e ativismos: experiências e aprendizados com a Redes da Maré no Rio de Janeiro**. 2018. Dissertação (Mestrado em Design e Arquitetura) - Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2018. doi:10.11606/D.16.2018.tde-13092018-095959. Acesso em: 20 fev. 2025

MORIN, Edgar. **Introdução ao Pensamento Complexo**. Porto Alegre: Sulina, 2015.

PALMIERI, Marilicia W. A.; BRANCO, Angela U. **Cooperação, Competição e Individualismo em uma Perspectiva Sócio-cultural Construtivista**. PSICOLOGIA: Reflexão e Crítica, v. 17, p. 189-198, 2004.

PATRIMÔNIO Mundial - DF. In: **IPHAN**. [S. l.], 2014. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/574>. Acesso em: 18 nov. 2023.

PELLEGRINO, C.T. 2002 **Patrimônio Cultural Urbano: de quem: Para Quê?** Congresso Internacional De Turismo Cultural [org.] NAYA (Notícias de Antropologia e Arqueologia), 2002.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. **Cidades visíveis, cidades sensíveis, cidades imaginárias**. Revista Brasileira de História, v. 27, n. 53, p. 11-23, jan./jun. 2007.

PEREIRA, Fabiano Virginio. **Contribuições do pensamento sistêmico no design contemporâneo**. 2014. Dissertação (Mestrado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2014. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/16/16134/tde-12092014-095709/>. Acesso em: 20 fev. 2025.

PDAD. **Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílios** (Distrito Federal). Disponível em:

<https://www.ipe.df.gov.br/wp-content/uploads/2022/05/Ceilandia-2021.pdf>. Acesso em: 4 jul. 2023

PINTO, A. V. **O Conceito de Tecnologia**. Rio de Janeiro: Editora Contraponto, 2005.

RANCIERE, Jacques. **A partilha do sensível: Estética e Política**. São Paulo: Editora 34, 2009.

ROLNIK, Raquel. **O que é cidade**. São Paulo: Brasiliense, 1988

- SANDERS, Elizabeth.; BRANDT, Eva.; BINDER, Thomas. **A framework for organizing the tools and techniques of participatory design.** PDC 2010, November 29 – December 3, 2010, Sydney, Australia. 2010.
- SANDERS, E.B.N; Dandavate, U., 1999. **Design for experiencing:** New tools. In: Proceedings of the First International Conference on Design and Emotion.
- SANTOS, Milton. **Metamorfoses do espaço habitado**, São Paulo: Hucitec, 1991.
- SANTOS, Milton. **A Natureza do Espaço: Técnica, Razão e Emoção.** 3ª Edição. São Paulo: Edusp, 2003.
- SARLO, Beatriz. **La imaginación técnica:** sueños modernos de la cultura argentina. Buenos Aires: Nueva Visión, 1992.
- SAQUET, Marcos Aurelio. **Milton Santos::** Concepções de geografia, espaço e território. Geo UERJ, v. 2, n. 18, p. 24-42, 2008. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/geouerj/article/viewFile/1389/1179>. Acesso em: 4 jul. 2023.
- SCHMIDT, Maria Auxiliadora M. S.; GARCIA, Tânia Maria F. B. **A formação da consciência histórica de alunos e professores e o cotidiano em aulas de história.** Cedes, v. 25, p. 297-308, 2005. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ccedes/a/bnBSVjTpFS7wbs9W659NMGC/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 20 fev. 2025.
- SENNETT, Richard. **O Artífice.** Rio de Janeiro: Record, 2015.
- SILVA, Giulia Locatelli. **Design estratégico feminista:** uma proposta teórico-metodológica operada no contexto da cidade. Orientador: Prof.^a Dra. Karine de Melo Freire. 2023. Dissertação (Mestrado em Design) - Unisinos, Porto Alegre, 2023.
- SILVA, Igor Outeiral da. **Design participativo como instrumento mediador para a visibilidade das vozes na Universidade de Brasília.** 2019. 185 f., il. Dissertação (Mestrado em Design) — Universidade de Brasília, Brasília, 2019. Disponível em: <http://repositorio.unb.br/handle/10482/37214>. Acesso em: 20 fev. 2025.

SILVA, Julie; QUEIROZ, Pedro. **Território usado, patrimônio-territorial e urbanização do Distrito Federal, Brasil:** caso da Candangolândia. *PatryTer*, v. 3, n. 6, p. 251-265, 2020. DOI <https://doi.org/10.26512/patryter.v3i6.32290>. Disponível em:

<https://doi.org/10.26512/patryter.v3i6.32290>. Acesso em: 4 jul. 2023.

SILVA, Susana Rolim Soares. **Experiências, memórias e performances:** a construção cotidiana do “ser feirante” na feira central de Campina Grande-PB. Orientador: Prof^a. Dra. Elizabeth Christina Lima. 2023. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) - UFCG, Campina Grande, 2023. Disponível em:

<http://dspace.sti.ufcg.edu.br:8080/jspui/handle/riufcg/30753>. Acesso em: 20 fev. 2025.

SOUZA, M. A. A. de. **Territorio usado, rugosidades e patrimonio cultural:** ensaio geográfico sobre o espaço banal. *PatryTer*, v.2, n. 4. DOI <https://doi.org/10.26512/patryter.v2i4.26485>. Disponível em:

<https://doi.org/10.26512/patryter.v2i4.26485>. Acesso em: 4 jul. 2023.

STICKDORN, Mark; SCHNEIDER, Jakob (Org.). **Isto é Design Thinking de Serviços**. Porto Alegre: Bookman, 2014.

TAVARES, Breitner Luiz. **Feira do Rolo:** Na Pedagogia da Malandragem: Memória e representações sociais no espaço urbano de Ceilândia-DF. Orientador: Prof.a Doutora Bárbara Freitag Rouanet. 2005. Dissertação (Mestrado em Sociologia) - Universidade de Brasília (UnB), [S. l.], 2005. Disponível em:

https://www.academia.edu/download/51574895/Versao_Defesa_Breitner_Tavares_FeiradoRolo_2005.pdf. Acesso em: 20 fev. 2025.

TAVARES, Gonçalo M. **Atlas do Corpo e da Imaginação:** teoria, fragmentos e imagens. Porto Alegre: Dublinense, 2021.

VASCONCELLOS, Maria José Esteves de. **Pensamento Sistêmico - O Novo Paradigma da Ciência**. SP, Campinas: Papirus, 2003.

VELHO, Gilberto. **Antropologia Urbana:** encontro de tradições e novas perspectivas. Sociologia, problemas e práticas, n. 59, p. 11-18, 2009. Disponível em:

<https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/886/4/Sociologia59cap1.pdf>.

Acesso em: 15 nov. 2023.

ZURLO, F. **Design strategico.** In: XXI Secolo, vol. IV, Gli spazi e le arti. Roma: Enciclopedia Treccani. 2010.

APÊNDICES

APÊNDICE A – ROTEIRO DE PERGUNTAS PARA OS ENTREVISTADOS

1. História e Relação com a Feira:

- Nome, idade e o que faz na feira?
- Há quanto tempo trabalha na feira?
- Como começou no ofício de feirante? (explorar a história pessoal, se herdou da família ou iniciou por outros motivos)
- Desde que começou, mantém o mesmo tipo de atividade ou já trabalhou em outras áreas da feira?

2. Habilidades e Conhecimentos Práticos:

- Que habilidades considera essenciais para trabalhar na feira?
- Que ferramentas e/ou técnicas utiliza no seu trabalho diário? (incluir aqui uma abertura para o uso de utensílios ou técnicas de armazenamento e exposição)
- Houve algum aprendizado marcante ao longo do tempo como feirante?
- Já compartilhou esses conhecimentos com outras pessoas? Teria interesse em ensinar alguém?

3. Aspectos Materiais e Tecnologia:

- Que elementos da sua banca foram feitos por você ou por pessoas conhecidas? (explorar o papel de adaptações próprias)
- A sua banca ou o espaço de trabalho mudaram com o tempo? Quais são os elementos mais antigos que permanecem?
- Incorporou alguma tecnologia ou equipamento moderno no trabalho? Em caso positivo, melhorou seu trabalho?

4. Relação com o Futuro e Visão de Futuro:

- Como imagina a feira daqui a alguns anos? (20 anos)
- Como gostaria que sua banca ou a feira em geral se desenvolvesse?
- Qual o papel da feira para a comunidade e para a Ceilândia, na sua visão? (abrir a questão para entender as percepções tanto em nível pes-

soal quanto comunitário)

5. Mediações Tecnológicas e impactos sociais:

- Já usou redes sociais ou outros meios digitais para divulgar ou facilitar suas vendas?
- Na sua opinião, a feira deveria contar com algum tipo de apoio em tecnologias? Que tipo de tecnologia acha que poderia ajudar o trabalho dos feirantes?

6. Interação e Identidade Cultural:

- Qual elemento ou característica da feira considera mais importante para manter a tradição local? (e daqui a 20 anos)
- A feira reflete a identidade da Ceilândia? Como?
- Há aspectos culturais ou tradições que tenta preservar em seu ofício?

**APÊNDICE B – TRANSCRIÇÃO DE ENTREVISTAS COM A REDE:
ADMINISTRAÇÃO DE CEILÂNDIA**

1- Quantas feiras (registradas) possuem na Ceilândia? Administração de Ceilândia

(AC) - Nesta região Administrativa temos 07 (sete) feiras Permanentes e 01 (uma) Livre (Feira Central de Ceilândia; Feira do Shopping Popular; Feira do Setor O; Feira do P Norte; Feira do Produtor; Feira do P Sul; Feira Guariroba e Feira do Guarapari (LIVRE)).

2- É verdade que a Ceilândia já recebeu a alcunha de “Cidade das feiras” em relação ao Distrito federal?

AC - É. Praticamente todos os bairros aqui têm uma feira.

Quantos bairros têm aqui na Ceilândia?

AC - Temos Setor O, P Sul, P Norte, QNQ, QNR, aí a gente conta Ceilândia Sul e Ceilândia Norte. Só que só temos feiras no P Sul, P norte e Setor O, e Guariroba que é Ceilândia Sul. E feira do produtor que é como se fosse uma mini CEASA, que até tá sendo descaracterizada de feira. Essa feira do produtor tá saindo dessa atividade de feira, porque é como se fosse uma CEASA, só grandes produtores, distribuição par mercados, né, verdurões, essas coisas. Então é um complexo gigantesco lá.

3- Existe uma divisão interna na administração, responsável por fiscalizar e regularizar as feiras da RA? Se sim, quem é o responsável por isso?

AC - Entretanto existe sim nessa Administração Regional um setor responsável pela regularização dos boxes de feira no qual seu campo de atuação é que se cumpra os dispostos na LEI Nº 6.956, DE 29 DE SETEMBRO DE 2021 que dispõe sobre a regularização, a organização e o funcionamento das feiras públicas e público-privadas no Distrito Federal. Cabe ressaltar

que todas as Feiras citadas acima têm uma associação que existe desde a criação de cada uma delas e seus presidentes podem ter informações mais relevantes com histórico documental e fotográfico.

**4- Qual a feira mais antiga (da RA) que se tem conhecimento?
Qual a maior?**

AC - Não temos essas informações em relações a dados históricos. Mas a feira do produtor seria a maior em questão de espaço, agora de número de boxes não, aí é o shopping popular. Só que são pequeninhos né, mas é considerado feira também o shopping popular.

5- A Feira Central Permanente da Ceilândia existe a quanto tempo?

AC - Esse histórico dela? É como eu te falei, a gente não tem registro disso. Em relação a dados como fotos históricas, histórico de criação ou dados mais relevantes não temos em nossos arquivos essas informações.

6- Solicitar dados, imagens, informações gerais sobre essa feira específica (criação, investimentos, reformas, número de bancas, regulação de inscritos como feirantes, valor movimentado, importância dela para economia da região etc.)

AC - Porque é como eu te citei. Se você for na associação, toda feira tem uma associação. Se você quiser eu te passo o contato dos presidentes, aí você marca uma visita, e acha tudo. Documento, foto, você chega lá 'ah você tem documento de quando criou a feira?' Igual na feira do produtor, você fala com Vilson que é o presidente, ele vai te falar 'foi a lei tal, do dia tal, do Joaquim Roriz', ele tem tudo! Porque assim, ele é o presidente da feira, desde que surgiu lá ele é o presidente da feira do produtor. Agora as outras feiras não, tem uma rotatividade muito grande né? Então tipo assim, tem feira aí que chegou agora, aí botaram como presidente, então não sei se dentro dos arquivos lá tem, mas então, como é que fala? aí você teria uma noção mais precisa da história da feira. Agora a questão de regularização,

assim, quantos boxes tem, aí eu consigo. Deixa eu ver aqui. 415 boxes na feira central (Ao final da entrevista ele me enviou um documento fazendo uma errata, na verdade são 463).

Ativos?

AC - Na feira central sim! Na feira central não sobra um box pra remédio. Agora nas outras feiras eu tenho 60% de ocupação, 70%.

Porque isso acontece?

AC - Rotatividade de pessoa, não tem movimento. As pessoas não vão.

Aquela localidade especifica – da central – atrai mais gente?

AC - É, porque é tipo assim, o centro da Ceilândia é mais movimentado, tanto lá quando os boxes do shopping popular, porque temos uma unidade do Na Hora, dentro do shopping popular, então a rotatividade de pessoas é grande, então tem movimento. Agora, se você for fazer uma visita na feira do P Norte, não tem uma viva alma. Só tem sábado e domingo, aí as vezes a pessoa num, num, não vale a pena ficar indo só sábado e domingo, ela não quer. Aí abandona box...Na feira do produtor temos aproximadamente aí... 382 boxes...

7- Como é relação da administração com os feirantes e/ou administração da feira central?

AC - Setor de documental. Tipo assim, a pessoa quer regularizar o box, aí a gente vem, vê se ela comprova tempo. Ela tem que trazer aquela...o que rege a lei. A lei exige que a pessoa comprove isso pra ter o box no nome dela. Sendo que os boxes não são de ninguém, os boxes são do poder público e eles tem autorização de uso. Mesmo que ele reforme, que ele construa, que ele bote placa, porta, blindex.

Eles pagam alguma taxa?

AC - Sim, é o preço público. E tem, para o, para o estado. Paga o preço público.

A relação da administração com as feiras então é fazer mais essa parte burocrática?

AC - Regularização, manutenção e conservação. Aí tanto a administração, como a associação ela tem a rotatividade, então de acordo com os governos, os servidores que acompanham são trocados. Então a gente não tem esse histórico. De indicar 'aqui sabe, esse aqui sabe', tudo que eu sei de que é a que sabe mesmo, é presidente da Setor O, Dona Consuelo também tá lá a muito tempo. A muito tempo. Feira do Setor O, a Dona Consuelo que é a presidente, tá lá a muito tempo. Então ela também pode ter informações históricas. Agora, na feira da Ceilândia, que é o foco, que você precisa saber principal é o Jhonatas, o presidente, aí tem a salinha lá, você vem, sobe lá, aí pode tirar. Vai ver tem foto, vai ver tem algum registro, livros, né? Pode ser que tenha. Eu não sei, mas pode ser.

Mas é mais fácil lá do que aqui, né?

AC - É. Aqui é mais regularização. De dar o termo, de fiscalizar.

8- Existem reuniões regulares com representantes?

O feirante que vem aqui? Não é a associação que vem por ele?

AC - Não. A associação, como é que fala, a associação pela lei ela é a entidade representativa, pra fazer a gestão da, do, da feira. Um exemplo: Ao, o poder público ele cede espaço e paga a água e a luz da área comum. Vamo lá, área comum são banheiros e corredores. Agora questão de vigilância, a limpeza dos banheiros, a manutenção e a conservação da limpeza das

áreas comuns, é por parte da associação. Aí ela cobra a taxa de rateio, dos feirantes, pra custear isso. Aí cada um paga sua taxinha lá por mês, ou por semana, aí esse dinheiro ele paga vigilante, ele paga pessoal da limpeza, pra limpar a feira, pra organizar a feira, pra manter a conservação. Agora manutenção, eles, as vezes pequenos reparos, eles mesmos fazem, né? Com esse dinheiro do rateio. Que as vezes, oh, vamos supor, é... quebra um vaso. Eu não tenho vaso em estoque, aí eu vou ter que abrir uma dispensa de solicitação pra comprar um vaso. Que é o que o poder público me exige pra adquirir um bem. Aí eu vou comprar um vaso, vai demorar 6 meses. Aí ele tem dinheiro em caixa dele, aí ele mesmo faz a substituição. Agora, quando depreda muita coisa, e o custo é alto, aí não. Aí a gente vai, atrás de recurso, atrás de processo, aí provoca os órgãos, geralmente NOVACAP, faz esse tipo de manutenção e faz essas substituições.

Normalmente, essa relação de manutenção, é quando é solicitado por eles?

AC - Sim, a gente tem uma gerência de manutenção e conservação, também vistoria e faz o acompanhamento. Mas geralmente, como são 7 feiras, a maioria das vezes vem pela associação. A associação 'ah to com problema elétrico' 'ah tá caindo disjuntor, tá caindo isso, tá caindo aquilo' aí eles protocolam aqui a demanda, a gente passa pro serviço de manutenção e conservação, ele vê dentro da possibilidade dele e resolve ou não. Se ele não conseguir com os recursos, com a mão-de-obra própria, com o material que a gente tem, aí a gente tem que levar para a NOVACAP. Aí a NOVACAP que tem estrutura maior, que tem mais recurso, mais profissionais que realizam.

9- Existem especulações de investimentos, melhorias etc.?

Sabe me dizer, por exemplo, lá na feira tem Wi-fi Social. Sabe me dizer a quanto tempo?

AC - Hmmm... esse projeto começou, em 2... não sei se tá lá desde a época, mas começou em 2019, 2020. Começou a distribuir. Não é mais do que isso. Começou com 2019-20 essa instalação nas feiras. Aí temos nas, na maioria das feiras temos. Temos o Wi-fi social que é pela secretaria de ciência e tecnologia, não é pela administração regional. A secretaria, e bibliotecas públicas também, a secretaria de ciência e tecnologia está disponibilizando isso. Agora de investimento na feira assim, por parte do poder público, não temos. Inclusive, nós estamos trabalhando nisso, nós precisamos fazer algumas reformas gerais nas feiras, né. E, esse governo, o governador, ele é um adepto à feira. Principalmente a feira do bandeirante, ele é um assíduo frequentador da feira do bandeirante. Então ele trabalha muito, o governador Ibaneis, pra dotar as feiras em condições de ser feira mesmo, de ter toda a qualidade possível. Difícil é, porque: Nós dependemos de emendas parlamentares, orçamentárias, e pronto, a gente tenta saber qual parlamentar que está disposto a empregar o recurso ali na reforma. Então já temos planejamento para o shopping popular, para a troca do telhado da feira da Ceilândia, a feira da guariroba foi reformada recentemente, todas as feiras foram, foram dado uma identidade visual pra elas nova, né, nesses dois últimos anos.

Onde eu consigo achar essas identidades visuais?

AC - É porque foi a NOVACAP que fez. Então a gente só acompanha. Então você vê lá, que as plaquinhas de identificação padronizadas dessas feiras. Menos do shopping popular...e na feira do produtor.

10- Aproveitando...quais os patrimônios oficiais de Ceilândia?

AC - A Caixa d'água. Não é patrimônio, é como se fosse um...porque a caixa d'água é da CAESB, é símbolo, não é patrimônio.

Entrevistadora pergunta 'Nem a casa do cantador?'

AC - A casa do cantador...é um local. Mas assim, é da secretaria de cultura, né, ela é vinculada à secretaria de cultura. Mas hoje você tem por referência, a casa do cantador você tem por referência a migração nordestina pra Ceilândia. Onde eles cantam, né, onde eles têm as coisas dele, agora a referência mesmo, você olha aquilo e saber que é Ceilândia, a caixa d'água.

**APÊNDICE C – TRANSCRIÇÃO DE ENTREVISTAS COM
A REDE: FREGUESES**

1- Nome, idade, profissão.

Freguês 01 - Meu nome é M., moro em Ceilândia a 48 anos, tenho três filhos. Minha idade eu tenho 73 anos, completo 74 agora em agosto. Foi mesmo, num cheguei a fazer faculdade, só o segundo grau mesmo.

Freguês 02 - Meu nome é P., tenho 72 anos, sou militar aposentado da polícia militar. Moro aqui o mesmo tempo que ela mora (risos). Tenho faculdade em administração pública, sou formado em administração pública e sou oficial de carreira da polícia militar.

2- Vocês já me falaram a quanto tempo vocês moram aqui, onde vocês moravam antes?

Freguês 01 - Guará. Morei 1 ano só no Guará. Mas no Guará eu morava de aluguel né? Aí quando apareceu essas casas aqui, que saiu a venda pra nós, como eu tava pagando aluguel eu vim pra qui. Porque lá era mais difícil, quase o salário dele todo era pro aluguel e condomínio. Aí viemos pra cá.

Freguês 02 - É que aqui antigamente era uma área militar. Do exército, aí passou pra polícia militar. Aí quando vieram instalar aqui uma unidade policial, aí eu fui designado pra vir servir aqui. Aí como eu não tinha moradia, então pagava aluguel, aí eu aceitei. Aqui era como aquela área militar que tem no setor militar urbano, é porque as casas hoje já foram reformadas.

Freguês 01 – Saiu a venda né? Aí a gente começou a reformar.

Freguês 02 – Os oficiais que foram designados pra trabalhar aqui, optaram por morar aqui. Os que não tinham imóvel né. Os que tinham imóvel, eles todo dia iam e voltavam.

3- E antes do Guará, vocês moravam onde?

Freguês 01 – Recife, Pernambuco.

4- Vocês são de lá? Nasceram lá, os dois? Se conheceram lá?

Freguês 01 – Isso. Engraçado que minha mãe fazia umas cocadas, e ele comprava essas cocadas e eu nunca via. Só que me irmão faleceu, e eu já tava já em outra casa. Papai foi morar em outra rua, que já não aguentava ficar naquela casa por causa de meu irmão. Aí foi quando eu conheci ele. Ele passou todo charmoso, com a roupa do exército. (risos) Conquistou a dona Mirian. Né veio? Aí quando é no outro dia, ele mandou um recado pra eu ir pra esquina namorar com ele, oh. Aí papai disse “nããao!”.

5- Como foi a adaptação de vocês, de sair de Recife pra vir pra cá?

Freguês 01 – Achei bom. Só no começo quando a gente veio que era muito frio né, principalmente aqui né Ceilândia. Muito frio. E aqui também eu não tinha, por exemplo, comércio. Quando eu vim pra qui não tinha comércio nenhum, a gente comprava tudo fora. E vinha um ônibus, do CEASA né filho? Grande! Não tinha as cadeiras nem nada, só tinha as prateleiras, pra gente pegar as verduras. E tinha um senhor que vinha com a Kombi.

Freguês 02 – Aquilo que vinha era da CEASA ou da SAB?

Freguês 01 – CEASA.... Aí vinha um senhor com a Kombi pra vender pão e leite pra gente né. E ovos. E aqui, nesse canto onde tem a padaria agora era o ônibus que parava. Eu lembro eu com barrigão de Paulinho, aí eu passava pela frente, num dava conta de passar na roleta. Mas era massa. Quando era pra comprar gás, era difícil, né filho? Num tinha nada. Nada, nada, nada.

Freguês 02 – O que tinha bom, pra apoiar, é que tinha seis, morava seis famílias de oficiais da PM, um capitão e três...os outros eram tudo tenente. Aí as famílias se uniam pra dar suporte um ao outro. Porque a gente, nosso horário de trabalho, não tinha hora. Tinha hora pra chegar, mas não tinha hora pra sair. E aí na época de verão, era o maior poeirão isso aqui. O batalhão que era, originária da cia destacada, era em Taguatinga, onde é hoje o fórum. Tinha hora que eu tava lá, que aqui é mais alto, que eu só via a poeira tomando conta aqui, ela (mulher dele) sofria muito aqui e aí tinha

que se virar né, o que ela ia fazer?

Freguês 01 – Mas na época eu não tinha filho ainda né? Tudo era mais fácil porque era só eu e ele né. As vizinhas que se preocupavam comigo. A gente toda tarde, a gente se reunia na casa de uma, pra fazer o lanche da tarde, aí cada uma fazia as coisas. Me lembro que eu fazia pão, fazia tudo, todo mundo fazia.

Freguês 02 – Era o que dava tranquilidade a gente trabalhar, porque era uma apoiando a outra. O telefone, pra cá só veio, só foi colocado, porque houve interferência né, da... a gente correu atrás, de tudo, ma necessidade né. Então eles puxavam, tiveram que puxar num sei quantos km. A principal avenida, é a primeira lá...

Freguês 01 – Do hospital.

Freguês 02 – Perto do hospital ali, aí vieram puxando num sei quantos cabos. Essa área aí da frente tava sendo construída as SHIS. Que eram as sociedades de habitações individuais sociais, as SHIS. Então foi...Aí a gente, naquela época, também naquele sacrifício, instalou o telefone, aó já era uma tranquilidade também. Muitas vezes a gente trabalhava 24h, tinha dia que, semanalmente eu tinha um turno de 24h. Aí ela ficava mais, a gente contava com o apoio das, aí ligava e tava tudo bem. Era um apoiando o outro.

Freguês 01 – E esse terreno aqui, era o dobro desse. Nera filho? Ia até a terceira rua. Enorme, tinha cobra!

Freguês 02 – Essas casas aqui que tem, era no padrão daquelas que tem no setor militar, antigas!

6- Quando a gente fala sobre Brasília. Ceilândia e Brasília vocês consideram a mesma coisa, ou regiões diferentes?

Freguês 01 – Tem a diferença por causa do preconceito né? Pras pessoas tudo é Ceilândia, tudo é Ceilândia, como tem agora tudo é Por do Sol, né? Aquele preconceito...Sol Nascente. Eu me lembro que eu ia pro jantar da PM chegava “ixi, chegou a pé rapada da Ceilândia”. Aí eu ficava...

Freguês 02 – É, muitas vezes a própria instituição tinha preconceito.

Freguês 01 – Gente que morava no Plano falava isso né. Eu ficava calada, não dizia nada, o que é que eu ia dizer, né? Melhor ficar calada.

Freguês 02 – É como.... Tem pessoas que nunca vieram aqui.

Freguês 01 – P. F., meu menino, que ele ia estudar no colégio militar. Quando alguma menina queria namorar com ele “Namora não que ele é maloqueiro, mora na Ceilândia”. Com P., a mesma coisa “Ah onde ele mora? Num sei que perdeu as botas”, no encontro de Taguatinga com a Ceilândia. Muito preconceito, ainda tem.

7- Desde que vocês vieram pra Ceilândia, vocês morar aqui nessa casa na Guariroba?

Freguês 01 – É via leste né.

Freguês 02 – A guariroba era uma fazenda, muito (faz gestos com as mãos para indicar que faz muito tempo). É porque o histórico eu não tenho de cabeça. Aqui tem um senhor, que na administração deve ter os dados dele. Ele tem um museu, ele mora no P Sul, é um historiador esse senhor, se você pesquisar você encontra. A casa dele ele transformou num.... uma parte é um acervo histórico, ele tem todo esse acervo histórico. Ele mora, num tem assim a casa do cantador? Aquele pessoal dali sabe quem é essa pessoa, é um historiador. Eu num sei se ele é vivo. Eu sei que no meu tempo, mesmo já, já tinha deixado de servir aqui, mas quando vinha alguma coisa histórica, porque sempre existia também uma dúvida sobre a data de fundação de Ceilândia. Uns comemoravam numa data, aí chegou um administrador...

Freguês 01 – Abadia, foi com tempo, foi logo quando ele chegou aqui.

Freguês 02 – Abadia foi a que passou mais tempo governando. Ela foi que passou mais tempo como administradora. Mais de 15 anos por aí. Ela foi a primeira administradora de Ceilândia, quando veio as primeiras famílias, então a Ceilândia Norte muitos foram assentados na Ceilândia Norte, que antigamente a Ceilândia era só um trapézio cortado, nas pontas, depois é que foi ampliando: Setor O, Setor Sul, Setor P, aí foram construindo e entregando as moradias. Muita gente aqui chegava só com o barraco. E era

uma época muito difícil. Então esse senhor tem muito dado histórico, a gente quando queria pesquisar alguma coisa, perguntava a ele.

Freguês 01 – Qual era o nome daquele tenente que a mãe dele participava do jornal?

Freguês 02 – Era o Robson. Mas tem também um senhor que tinha um jornal e uma rádio, eu encontro sempre com ele quando vou almoçar no Tavares. Ele tem muita história. É porque eu não sei se essas rádios são regularizadas, mas ele tinha uma rádio, tinha muita coisa. Agora uma das maiores, por exemplo, Avenida Central. Ceilândia, na minha época, até hoje assim, é a área de maior comércio que tem é de num sei quantos km. Tão até reformando ela todinha agora, não sei se vão continuar...pra colocar os ônibus numa faixa, fizeram uns estacionamentos mais adequados. O último administrador fez um bom trabalho nessa área.

Freguês 01 – Eu gosto da Ceilândia. Só era tudo muito longe sabe. Esse negócio das pessoas achar mal da Ceilândia, mas eu gosto da Ceilândia. Criei meus três baixinhos.

8- Essa rua central que o senhor comentou é a que dá a Feira, né?

Freguês 02 – É, Avenida Central é a que tem aquela feira (faz gestos pra simbolizar que é grande). Quando nós viemos pra cá ela já existia, mesmo lugar.

Freguês 01 – Foi Abadia, num foi? Abadia que construiu.

Freguês 02 – É, mas ela não era como é hoje a Feira, era uma feira...já era coberta, mas só mexia com roupa e produtos ali... verduras, com o tempo é que ela foi se transformando.

Freguês 01 – Ele conhece Ceilândia!

Freguês 02 – É que era as zonas de maior movimento e tinha que ter policiamento nesses lugares.

9- Quando eu cheguei aqui você tinha comentado que tinha acabado de voltar da feira. Qual feira você costuma frequentar?

Freguês 01 – Eu gosto muito dessa aqui. Tem tudo né filho? Tem gente

que vem de chácara. Eu gosto da daqui, mais do que a de lá, porque as barracas, as barraquinhas de lá são muito pequenininhas e a daqui é aberta.

Freguês 02 – Ela era aberta, mas tem uns anos que foi colocado asfalto. Foi pavimentado sabe? Aí melhorou muito. Mas antigamente era no chão, quando chovia...era aquele estacionamento bem... mas tá melhor.

Freguês 01 – Ele conhece mais coisa daqui, trabalhou a vida inteira aqui.

Freguês 02 – Eu to contando o que eu lembro. Mas a vivência é mais ela, o dia-a-dia da dona de casa.

10- Vocês começaram falando no começo da entrevista que era muito difícil porque aqui não tinha nada. Pelo visto mudou muita coisa né?

Freguês 01 – Mudou. Aqui tem lugar que o pessoal consegue andar, mas pode melhorar.

11 - Pra ir pra feira vocês conseguem ir andando?

Freguês 02 – Dá, eles respeitam (os motoristas) quando veem eu e ela dá com a mão, eles param. A grande maioria para, porque já conhece, aí respeita. A população como nós ta nessa faixa etária também. Muita criança, muito jovem e muito idosos.

12- Pra feira daqui vocês compram o que?

Freguês 01 – Tudo que tem em feira! Tomate, cebola...e tem um senhor que tem uma banca né, que vem muita coisa de chácara, lá no Edson né? Frutas, tem tudo...

Freguês 02 – Hortifruti Granjeiro...

Freguês 01 – O que eu não gosto de comprar aqui, por exemplo assim, é carne, queijo, essas coisas. Tem muita carne clandestina que falam né? Aí a gente não compra. Aí eu vou mais pra comprar verdura e fruta.

13- Com que frequência vocês vão?

Freguês 01 – Todos os sábados. A gente sai daqui umas 8:30h, sem pressa,

vai andando de pouquinho.

Freguês 02 – Agora tem muito carro viu. Porque tem o estacionamento lá que os feirantes colocam, tá certo, chegou cedo. Mas também aglomera porque tem muito vendedor.

Freguês 01 – Tem um tal de um caldo nessa feira que o pessoal gosta de tomar, de uma galega. Já apareceu no jornal da televisão. Comida de boteco que fala né?

Freguês 02 – O peixe daqui é peixe de açude. Peixe de mar a gente compra no Guará.

Freguês 01 – Sendo que lá é bem mais caro que aqui. Lá é o dobro do preço daqui. Eu acho. Só tem uma banca que as vezes tá um pouquinho mais barata.

Freguês 02 – Aqui ainda tem uma tradição de coisa de utilidade doméstica. Uma cuscuzeira, tipo aquela de nossos avós, você encontra aqui. Aque-la chapa que bota o pão de forma, que bota no fogo você encontra aqui.

14- Vocês acham que a feira tem essa relação com a tradição?

Freguês 01 – Tem a necessidade nossa de ter a verdura fresquinha né? Porque aquela do mercado as vezes não é tão sadia como aquela quando você vai em feira. Eu olho logo o alface, quando eu vou comprar no mercado, se tiver escuro eu não pego, porque foi de vários dias. Se tiver clarinho é porque eles cortaram naquele dia. Tudo isso facilita a gente né filho? Tudo fruta nova, verdura nova...Por exemplo alho poró, você compra no mercado, ela vem enroladinha né, aqui não. Na feira você pega o alho poró ainda com a raiz, às vezes até com terra, chega em casa vai lavar, guardar...

Freguês 02 – Na feira a gente vai em banca que a gente já conhece, tem duas bancas grandonas lá, chego e já tá tudo separado.

Freguês 01 – A vantagem da feira é essa.

15- Tem alguma coisa que vocês acham que pode melhorar?

Freguês 01 – Nessa feira eu acho que falta fiscalização. Tem muita gente que vende carne vencida, clandestina. Tem gente que compra né? Tá mais

barato, vai da necessidade. Mas cabe mais atenção nessa feira. Porque essa feira eu acho ela muito importante. Porque evita da gente ir numa feira mais distante né? Facilita. Principalmente pra nós dois.

Freguês 02 – É que integra a comunidade. A gente vai lá e vê a dona Antonia, vê pessoas que são muito caseiro.

Freguês 01 – Já conhece né as pessoas.

Freguês 02 – A gente mora a muito tempo aqui, ela principalmente, porque ela sabe, ela convive mais com as pessoas. Eu como acompanho ela agora, antigamente eu não acompanhava. Isso chama-se valores, quando meu filho (que moram no plano piloto) fala “ah eu não conheço meu vizinho”, não, meu vizinho me ajuda!

**APÊNDICE D – TRANSCRIÇÃO DE ENTREVISTAS COM
A REDE: ASSOCIAÇÃO DE FEIRANTES DA FEIRA CENTRAL
DE CEILÂNDIA**

1- Você pode começar dizendo seu nome, idade profissão.

Associação de Feirantes da Feira Central de Ceilândia (ASFEC)

– Alegria te receber aqui! Eu sou o J, eu to com 41 anos de idade - você descobriu minha idade hein? - E nós estamos aí administrando a feira a mais ou menos 8 anos. A nossa feira tem uma pegada mais nordestina, trabalha com confecções, sapato, eletroeletrônica, mas o que realmente mostra a cara da feira é a culinária nordestina, que pulsa muito forte, a rapadura, o arroz no quilo, o feijão no quilo, a fava no quilo, então a gente ainda guardou essa cultura nordestina, só que lógico que com isso a gente vai agregando novos produtos, como a eletroeletrônica que vem crescendo muito. Além disso também, a gente tá tendo salão de beleza...então assim, de um tempo pra cá a feira vem se modernizando. Até então nós tínhamos o que? Três tipos de atividades: Confecção, sapato e comida. Ponto, mais nada. Isso era a visão da antiga gestão. A nossa gestão ao chegar, a gente entendeu que o espaço de 7 mil m² ela precisava de se renovar. E como é que se renovava? Abrindo as portas para também outras atividades, melhorando também o aspecto das bancas, pra ficar também com cara de lojinha, e até um detalhe...a Feira Central de Ceilândia, ela hoje já tá com a segunda geração, ou seja, a primeira geração foram aqueles que fundaram lá na década de 70, 80 a feira. Hoje, já tá aí na mão dos netos, de filhos, aqueles que não quiseram seguir outras profissões como eu, por exemplo, que sou de uma família de três irmãos, dois seguiram a área da medicina, eu permaneci na feira e hoje to administrando a feira. Então tenho muita alegria de te receber aqui e te falar um pouquinho da nossa feira.

2- Legal. Você vem de uma família de feirantes?

ASFEC – Isso. A nossa família na verdade, são pioneiros da feira. Chegaram aqui em 1973, 74....minha mãe trabalhou de vendedora, muito jovemzinha lá pelos anos 80, então assim, toda nossa família que veio retirantes

do Rio Grande do Norte, entraram já nessa atividade de confecções.

3- Vocês vendiam confecções?

ASFEC – Confecções. Na verdade, a gente sempre trabalhou nessa linha de confecção né, por exemplos, as tias, os tios que tão na feira trabalham com calça jeans, camisa, outros trabalham com vestido, eu optei por trabalhar com peça íntima, hoje administrando a feira já não mexo mais, quem mexe é minha esposa. Mas assim, a nossa família toda é nessa área.

4- Por quanto tempo você ficou sendo feirante? Você mesmo, não a sua família.

ASFEC – Eu comecei a trabalhar juvenzinho com 10 anos de idade, lá pelos anos 93, 94...de lá pra cá. Assumi a feira mesmo em 2017. Janeiro de 2017, a gente reuniu um grupo aí de jovens meio maluco aí, e queríamos trazer uma pegada diferente aí pra feira né? Lógico que não perdendo a cultura, não perdendo a tradição, não deixando de aprimorar aquilo que já era bom e que fazia bem, só trazendo realmente uma nova visão. Que foi o que nós fizemos, eu e mais treze diretores. Em 2017, assumimos a feira e daqui a 2 anos faço 10 anos de mandato.

É, muito tempo. Na verdade, assim, é muito tempo que eu não vi passar, passou muito rápido. Tive a oportunidade, digo assim, tive a oportunidade pra melhorar o meu currículo no sentido da pandemia, aprendi a ter resiliência, aprendi que infelizmente o dinheiro não compra tudo, né? A pandemia mostrou pra gente que quem tem dinheiro e quem não tenha, o valor era o mesmo, estávamos sujeitos as mesmas coisas. Principalmente porque naquele período de pandemia nós fomos os primeiros a fechar e fomos os últimos a abrir. E até de certa forma a gente entende, que a cultura das feiras é o que? É o tá próximo, é o abraço, é o encontrar. Né? É o marcar um encontro pra ver alguém que você não via a muito tempo, é o encontrar por acaso, né? Então as feiras tem isso. A gente sofreu muito por causa disso. Mas assim, após tudo isso, a gente tá aí muito aguerrido, muitos feirantes ainda tão se reinventando. A pandemia trouxe pra gente a pegada

da internet, que a gente não tinha. Até porque, o que é que a feira oferece? É o presencial. Né? É você chegar, olhar, dizer desce essa aqui que eu vou levar. É você olhar a carne fresquinha ali e mandar 1kg, né? E cê imagina que algumas atividades como essa, elas tiveram que se reinventar, indo pra onde? Pra internet, indo pro Facebook, criando grupos de whatsapp né? E isso ficou. Isso veio pra ficar. É bem verdade que muitos não deram conta de dar prosseguimento a isso, mas uma grande maioria ainda tá utilizando dessas ferramentas

5- Eu já estudei feira lá na minha cidade, e foi durante a pandemia que eu fiz esse estudo. Então eu percebi coisas semelhante as que você tava me contando agora, assim, lá também aconteceu isso: foram os primeiros a fechar, tiveram que inventar alguma coisa pra poder resistir e a maioria não conseguiu manter a parte virtual, né? Da feira. Mas é justo também né?

ASFEC – É porque na verdade é cultural né? Assim, o que acontece, é... feira. Ah, ce fala de feira. Feira ela embora ela melhore seu aspecto, vamos supor, virando uma lojinha, tirando um balcão e virando prateleira, embora ela vá mudando essa característica, mas ela tem a cultura de feira. E a cultura de feira realmente é o presencial. Mas, a gente tá sendo obrigado realmente a se reinventar, infelizmente é uma realidade, isso é uma realidade. Eu acho legal você falar que lá na sua cidade teve isso, porque a gente percebe que esse reinventar, ele não é só de Brasília, ele é a nível Brasil e se não, a nível mundo né? É muito surreal.

6- Você tá a 10 anos na feira e essa coisa de modernizar, você sente que é algo que você tinha de visão enquanto era feirante, ou que você vê agora, de onde você acha que vem essa necessidade?

ASFEC – Não, é assim. Isso surge a partir do momento em que a gente começa a trazer o que? Um novo modelo de gestão. Então, quando a gente entende, naquele momento antes de entrar, que nós tínhamos uma gestão de uma pessoa que administrava a feira a 20 anos, e a visão dele apegada,

era ainda dos anos 90. Então, quando a gente começa a trabalhar isso lá pelos anos 2016, 14, 15...A gente começa a fazer uma análise de que a nova geração tava assumindo, os filhos tavam assumindo, os netos tavam assumindo e esses filhos e netos que assumiam, eles esbarravam na gestão da feira. A gestão não concordava com isso, ele entendia que tinha que manter o mesmice de sempre. Então quando a gente começa a trabalhar essa mudança, a gente começa a entender que essa cara nova que tá chegando, ela precisava de dar uma roupagem melhor pra feira, uma roupagem melhor pros boxes, a gente passa a ver melhor essa necessidade. É lógico, é evidente, que é importante lembrar que a gente concorda super com, como eu falei pra você, com a rapadura que é no saquinho, com o quilo do arroz que é pesado na hora, com o fumo...olha só, o fumo ainda vende na feira, então essas coisas a gente concorda e entendia que tinha que manter, mas aqueles que chegavam queiram jovens como eu e você diziam “poxa eu vou...eu vou melhorar o visual” tem nosso apoio. “poxa, a minha mãe trabalhava com uma lâmpada dentro e uma lâmpada fora, a gente acha que isso é pouco, eu acho que tem que ter 5 lâmpadas pra clarear mais” pronto! - bate na mesa- coloco o negócio, melhora a fiação com segurança, tudo direitinho pra fazer a coisa acontecer. Então a gente entendeu isso e isso deu certo. É lógico que ao longo do tempo a gente tem muitos desafios, são pessoas, são ideias, as vezes você num concorda 100% com algumas coisas, são pessoas. Mas, é muito surreal isso aí, foi uma mudança que a gente viu que fez muito bem pra feira.

7- Esses pedidos de mudança, as pessoas vêm e falam com você pra viabilizar? Ou você que observa, como funciona?

ASFEC – Não, eles projetam a ideia e pedem autorização pra gente. Então, se não vai mudar a característica da feira, se não vai mexer na estrutura predial...até porque é importante lembrar, que a feira central de Ceilândia, junto com as demais feiras, são 41 no total, elas são logradouros públicos. Então elas são feiras públicas. Então você tem limitações. Então o fato também da gente ter essa visão de modernidade, então nós temos algumas

regras pra serem seguidas. Então quando traz a ideia, a gente libera desde que não mexa com a estrutura predial né? E realmente eles sabem e respeitam bem. E se você quiser observar depois e quiser tirar algumas fotos, você vai ver que tem algumas banquinhas, que elas têm ainda uma coisa, uma carinha mais antiguinha, mas você já vai ver alguma coisa muito moderna, com manequins diferentes, um blindex, então assim a modernidade tá chegando perto da gente aí, lógico que não na proporção que a gente queria. Lentamente.

8- Qual a proporção?

ASFEC – Ah hoje...hoje a gente deve ter, depois que nós entramos, 35 a 40% já modernizada a feira, mas a nossa vontade é que isso chegue a mais de 50% né, porque vai dando uma roupagem melhor pra feira.

9- Existem conflitos nesse processo de modernização? Você sente que eles vêm das pessoas mais velhas? Ou é independente?

ASFEC – Não, essas visões de modernidade, elas vem sendo...é, como é que posso dizer...elas vem chegando com uma força muito grande, da nova geração. Aquele pai, aquela mãe, aquele avô, que foi um dos pioneiros da feira, hoje já nem tão com a gente, muitos já morreram, outros ganharam dinheiro, investiram e já não tão na feira. Hoje, essa modernidade parte da juventude. É dos filhos, é dos netos realmente, que chegaram junto comigo, muitos deles chegaram junto comigo, olha só!

10- Mas existe resistência?

ASFEC – Não, olha só, hoje eu tenho...eu vou falar de 3 feirantes, que um é a dona Socorro, 95 anos, pernambucana, ela guarda a tradição, mexe com o que? Com alumínio. Então ela não acha que tem que mudar, e a gente super respeita, então a banquinha dela permanece desde 45 anos atrás. Nós temos o seu Genésio que mexe a vida inteira com bolsa, tá com 86, também é uma coisa bem mais do tempo dele, a gente respeita também. Mas já tem dona Branca que tem 77, que o filho hoje também ajuda a mexer, que

ela já modernizou, já não tem hoje balcão, uma pegada diferente. Então assim, a gente super respeita essa questão pra aqueles que querem manter e pra aqueles que concordam que seus filhos, seus netos façam a diferença. E o mundo moderno também ele te obriga a fazer isso.

11- Você consegue ter noção se essa modernização reflete na venda?

ASFEC – Ah eu não tenho dúvida, essa modernização...porque assim, de fato, a dona Socorro que eu falei da ferragem, ela tem o cliente da época dela, aquele cliente fiel que vem comprar e pra ele tanto faz. Mas, também tem aquele cliente que, vamo dizer assim, que é o cliente de loja. Ele vai lá na loja, vê o negócio com vitrine tudo arrumadinho, e ele vem na feira, ele vê aquela banquinha, aquela lojinha bonitinha, semelhante a uma loja de shopping, ah aquilo ali dá prazer pra ele comprar. Ah, e um detalhe, a mercadoria do meu tempo, lá de 94, 95, 96 ela não é mais a mercadoria de hoje, depois de 2016, 2017 pra cá. Ela melhorou. Então acaba que hoje nós temos um produto supercompetitivo com as lojas. Com uma diferença é claro. O shopping ele guarda aquela tradição da marca né? Vamos dizer assim. Mas a feira não, a feira hoje tem uma qualidade com um preço também muito, muito competitivo do shopping né? A gente busca esse público. Então ajuda sim, essa modernidade, ajuda muito né? Atrai outros públicos.

12- Você sente que os frequentadores são pessoas que moram na região de Ceilândia ou pessoas que vem de fora?

ASFEC – Não, a feira de Ceilândia ela tem um aspecto peculiar das 41 feiras de Brasília. Na verdade, nós somos 120 feiras catalogadas. Só que dessas 120 feiras nós temos o que/ Nós temos as feiras livres que são aquelas que pra compras do dia a dia, que trabalham mais com hortifruti e granjeiro né? E as demais são as fixas que trabalham mais ou menos com a mesma atividade nossa. Só que a feira central de Ceilândia, ela tem um diferencial, qual o diferencial? Ela nasceu no início de Brasília, ela cresceu junto com Ceilândia. Então não tem hoje quem não saiba que “ah a feira central, nun-

ca vi não” não, todo mundo sabe. Alguém de alguma forma já passou aqui, seja pra comer um sarapatel, tomar um caldo, tomar uma cerveja, tomar um suco, comer um açaí, comprar uma roupa, comprar uma meia, comprar um sapato, então não tem ninguém no distrito federal que não tenha passado pela feira central de Ceilândia, né? Então ela é muito conhecida, em todo o quadradinho, que não é um quadradinho, é um quadrão.

13- Você como presidente, tem uma ligação direta com a administração de Ceilândia? Ou é direto com o GDF, como funciona isso?

ASFEC – É assim, a feira tem uma associação que cuida da limpeza e da guarda, a vigilância da feira, então oferece esse serviço e lógico, serviço jurídico da associação aos associados, que são os feirantes, que são os permissionados que tem a permissão dada pelo estado. E que hoje é uma permissão que tem a validade de 15 anos renovável. Então o GDF, ele vem, que é o Governo do Distrito Federal, ele vem faz esse cadastro, renova você, dá essa cidadania que é o seu termo de permissão e você tá habilitado a trabalhar por 15 anos, renovável por mais 15 anos. Esse é uma documentação que o feirante, na sua totalidade, não é o caso só da feira central, todas as feiras têm. Mas é claro a gente tem ligação com a administração, que é o caso de todas as feiras. Pra que esse elo, com as administrações locais? Que em outros estados brasileiros chama se prefeitura né, em Brasília não, tem essa diferença, se chama administração. A gente fala com o administrador pra ele nos ajudar em relação a lixo, nos ajudar em relação a segurança externa do espaço ou até mesmo externa, uma mudança predial, como por exemplo uma reforma de telhado, uma reforma de mudança de cor de banca, tudo isso é o estado que faz, através de uma solicitação nossa a administração e ao administrador, é uma parceria privada e pública, é uma PPP claro. ,

14- E tudo que é feito dentro da banca o próprio feirante que se responsabiliza e custeia?

ASFEC – Isso, o feirante ele cuida do seu espaço. Como? Ele cuida da lim-

peza, ele cuida da organização, ele cuida da higiene, ele cuida da energia do seu box. A associação ela cuida de que? Ela cuida de toda área comum da feira. O que é área comum? É os banheiros que é visitado por toda a comunidade, é os corredores, são as praças adjacentes que estão dentro da feira, dentro dos alambrados. Então essa parte comum a associação cuida. Agora o box é com o feirante. É uma parceria né?

15- Mas no geral vocês tem muita liberdade pra tomar decisões?

ASFEC – Não, sim, acaba que como a gente sabe as nossas limitações, a gente acaba nem sempre tudo que vá fazer solicitar que o estado faça. Porque, a gente sabe até onde o financeiro permite, a gente sabe até onde que a legislação permite e tudo aquilo que é permissível à gente, a gente vai tentando. É um bate-bola, a gente vai tentando prestar um serviço pro associado que minimize um pouco de dificuldade pra eles né, é uma força tarefa conjunta.

16- Uma coisa que eu trago muito no meu trabalho é essa mistura das formas de produzir, das tecnologias, então eu chego na feira hoje e vejo que tem Wi-fi, tem cartão de crédito, tem o QR Code do Pix...ao mesmo tempo que eu vejo isso eu vejo uma calculadora pendurada por um barbante, as sacolinhas num gancho, então essa mistura.

ASFEC – Tudo isso acaba no que eu te falei, a modernidade que foi chegando né. O feirante na verdade, é....eu falo, eu falo e eu me sinto muito alegre de falar isso, porquê? Porque o feirante, o que que é o feirante? O feirante é um ser que se reinventa a todo minuto. Então ele procura as formas que fiquem fáceis pra ele te atender, que fique fácil pra ele mostrar o produto, que fique fácil pra ele se reinventar todos os dias. Então, vamo lá, você chegou na minha banca e poxa, você vai fazer uma compra de 200,00 e eu tenho que tá somando pra ver esses 200,00, então quer dizer, a calculadora tem que tá amarradinha mesmo, fácil pra mim pegar ela rapidinho, porque também hoje é o que, tempo é dinheiro. Ou o cliente que também vem hoje

a feira, isso, vem acontecendo ao longo do tempo, o cliente não vem mais a feira com o entendimento de dizer assim “ah eu to com tempo bem pra mim chegar”, não, é tempo, ele já vem agoniado e o feirante entendeu isso, esse recado foi bem passado. A sacolinha já tá fácil pra você chegar “ah me dá aquela meia”, botar na sacolinha pra você me pagar e tchau. A calculadora muito bem lá penduradinha como você colocou, pra você dizer o que “soma aí pra mim rapidinho, to com 100,00 quero levar isso, isso e isso, pra não passar” você vai somar rapidinho. Então o feirante ele tem esse negócio de facilitar o dia a dia dele, facilitar a vida dele. Você me lembrou bem, eu fiquei, antes de assumir a feira em 2017, eu fiquei 8 anos fora da feira. Eu fiquei com a minha banca com outra pessoa trabalhando e eu fui trabalhar nessas feiras livres, e aí cê me lembrou agora, quando eu tive que trabalhar na feira livre eu tinha que ter a lona, porque a lona? Porque de repente podia chover ou o sol podia bater, então tinha que proteger a mercadoria. Eu tinha que ter um puxadorzinho, que é um pauzinho que a gente usa porque se de repente tivesse chovendo a lona podia encher e tinha que tirar, então tinha que ter ele lá. Então veja que o feirante ele tem tudo isso. Então é muito difícil hoje você chegar numa banca, numa loja, e o feirante ter alguma dificuldade pra aquela didática dele do dia a dia pra ele te prestar um serviço de qualidade. Por quê? Porque ele já tá tão habituado e vai se reinventando, né?

17- Me interessa entender esse futuro da feira, como ela vai evoluindo e também vai carregando junto a tradição.

ASFEC – Isso que nós falamos agora, vem ao longo do tempo. Agora, eu percebo também, isso é uma percepção minha enquanto gestor da feira, eu percebo que muitas coisas do pra trás ela tá ficando pra trás, ela ta se reinventando. Por exemplo, como que eu vendia uma peça por exemplo a um vizinho de um cliente meu? Eu chegava ele e dizia “essa calça é legal” ele gostou, “poxa essa calça é fantástica” é então me dá uma força lá com seu vizinho. Né? Então ele falava com o vizinho, o atendimento agradava ele, o preço também, então ele falava com o vizinho, o vizinho vinha aqui

na feira, comprava e virava cliente nosso. Hoje, como é que eu atendo esse vizinho do meu cliente? Eu pergunto pra ele se ele tem na rede social, aí tem Instagram eu peço, pego, mando uma fotinha pra ele, convido ele pra vim, então tá tudo muito online tá vendo? Então eu percebo também que muita coisa tá ficando pra trás por causa da rede social, mas isso não é uma coisa que infelizmente a gente não vai conseguir fugir. Eu acredito. Eu só acredito um seguinte, e é uma coisa que a gente fala muito, aqueles que são a segunda geração, a gente busca muito que eles guardem essa cultura, essa cultura faz bem, essa cultura ainda chama a atenção de alguns, e não é por causa da juventude como nós dois que tem as pessoas que deixam essas raízes pra trás, pelo contrário. Eu por exemplo, poxa eu sou muito adepto a coisa nordestina, eu amo a fava, eu amo o carneiro, eu amo a galinha caipira, eu sou a nova juventude, mas eu também tenho filhos que não gosta. Tá vendo? Eu já tenho filhos que não come galinha caipira, tenho filhos que não gostam de pequi, eu tenho filhos que não gostam de algumas coisas que é da cultura nordestina, né? Então a gente percebe também que isso tá se reinventando ao longo do tempo.

18- Quantos boxes tem aqui na feira?

ASFEC – Nós temos 463, agora, 463 que hoje se resumem em 360. Ai cê fala poxa Jonathan, mas como é que é isso, 463 e 360? Ao longo do tempo também, as pessoas foram percebendo a necessidade de ter um espaço maior e ao longo do tempo, por conta disso, todos os que me antecederam gestores, é... eles foram junto ao GDF dizer o seguinte “poxa governo, você nos permite explorar um espaço de 4.90m, mas esse espaço tá pequeno pra nós, a gente queria ter o direito de ter mais”. O estado entende que você pode ter até 4 pontos, tá vendo? Então ampliou isso. Então hoje, reduziu um pouco o número de bancas porque aquele feirante que tinha uma visão e que queria crescer, ele acabou participando dos processos do governo e aquele que tinha 1 box, hoje ele tem 3, outros tem 4, outros tem 2. E isso é uma realidade nossa, sabe Nathalia? A gente percebeu isso, quando eu cheguei aqui eram 380, 390 mais ou menos pra 463. Hoje já diminuiu pra 360.

Eu acredito, com o decorrer do tempo, que a tendência disso é diminuir mais ainda, mais ainda.

19- Eu observei que a faixa da tem a logo do SEBRAE né?

ASFEC – O SEBRAE ele é um parceiro não só da feira, ele é um parceiro do micro e pequeno empresário. E eu como gestor, também entendendo o quão importante é o SEBRAE, todos os anos o SEBRAE faz um evento aqui na nossa praça, que é no dia do empreendedor. Ceilândia hoje, ela tem aproximadamente 14 mil empresas, 14 mil empreendedores, e desses 14 mil empreendedores uma boa parcela deles está aonde? Nas feiras. Tá aqui comigo, tá nas outras 6 feiras que tem espalhadas na cidade. E o SEBRAE ele só vem pra somar. Então o SEBRAE quando vem oferece um curso de moda, oferece um curso de você modernizar o seu espaço, ele oferece um curso na área da gastronomia, tá vendo? Então ele só vem somente a lapidar mesmo o comerciante. E o feirante é ele um comerciante, apesar dele ter a nomenclatura de feirante, mas ele é um pequeno gerador de emprego e renda e diga-se de passagem, eu digo muito sempre que eu tenho oportunidade que as feiras, elas são polos extraordinários de geração de emprego e de renda. Veja que falar da feira central de Ceilândia hoje, nós, essa dado que eu vou te passar ele é real, a gente gera hoje aqui dentro da feira central de Ceilândia aproximadamente 900 empregos, são 900 famílias que tiram seu ganha-pão daqui de dentro. Sabe? Então isso é uma magnitude muito grande. E o SEBRAE ele é um parceiro da feira central, então sempre que ele vem, ele nos ajuda de alguma forma e da última vez que ele veio aqui, ele melhorou o caráter visual da feira, ele colocou algumas placas mostrando algumas atividades que nós temos, as mercadorias que nós oferecemos, colocou algumas placas né na faixa da, tanto nas faixadas como nas paredes adjacentes da feira. Então o SEBRAE ele é algo, independente de quem está gerindo ele, mas o SEBRAE é uma máquina de orientações fantásticas, eu faço uma propaganda muito grande, o pequeno ou o grande comerciante, se ele quiser crescer, ele se torna muito grande.

20- Quando você faz a gestão, você tenta mesclar, imagino que seja um desafio, mesclar essa parte da administração, da economia com a parte da cultura e da identidade da feira?

ASFEC – Sim, é uma mistura de tudo, por quê? A parte de gerir a feira, eu preciso oferecer serviços de qualidade dentro daquilo que me é proporcionado. Aí, dentro do meu espaço eu tenho o católico, eu tenho evangélico, eu tenho o camarada que gosta de rap, eu tenho o camarada que gosta de música gospel, que gosta de forró. E aí a gente tenta mesclar isso de uma forma que atenda todos. É bem verdade que há alguns conflitos de pensamento, aquela coisa toda, mas a gente também tá maduro o suficiente pra entender e respeitar isso, ninguém é obrigado a pensar igual de ninguém. Então a gente acaba trazendo isso, sempre que tem, inclusive tava falando agora a pouco com o rapaz que vai cuidar da nossa rede social, e eu dizendo pra ele que nós temos um grupo aqui em Ceilândia que é a associação dos forrozeiros, e meu deus, é algo fantástico. Então assim é uma alegria surreal, eu sou evangélico, mas eu tiro o chapéu pra eles, todas as vezes que eles entram na feira a áurea da feira melhora, porque é uma alegria extraordinária, então eu consigo ver o quanto essa diversidade faz bem pra esses 7 mil m², independente, de ter as vezes essa diversidade também nos pensamentos né. Eu não tenho dúvida que na cidade de Ceilândia, a feira é um pilar pra cidade.

**APÊNDICE E – TRANSCRIÇÃO DE ENTREVISTAS COM
FEIRANTES DO GRUPO 1 (MEMORISTAS)**

Feirante 01 (FE01)

1- Você pode começar dizendo seu nome, idade e o que faz na feira.

FE01 – Meu nome é M., tenho 44 anos e eu sou autônoma, tenho uma banca de peixe na Feira Central de Ceilândia.

2- Há quanto tempo trabalha na feira?

FE01 – Eu trabalho na feira desde os meus 12 anos de idade.

3- Como começou no ofício de feirante?

FE01 – Sempre foi nessa feira...é, primeiro eu trabalhava na banca de verdura porque minha avó tinha banca de verdura e frutas, passou pro meu pai, que passou pros meus irmãos e eu comecei a trabalhar com meus irmãos.

4- Que habilidades considera essenciais para trabalhar na feira?

FE01 – Ah, a pessoa tem que ser responsável, tem que ser alegre, cativante? E gostar do que faz.

5- Que ferramentas e/ou técnicas utiliza no seu trabalho diário?

FE01 – Não, eu só trabalho na parte de vendas né, então não uso faca. Só a minha fala mesmo né? Que é cativar os clientes todos os dias.

6- Teve algum aprendizado marcante que você teve ao longo desse tempo sendo feirante?

FE01 – Bom, a vida passa muito rápido...muitas lutas, muitas vitórias, muitas conquistas aqui na feira. Tudo que eu tenho, graças a Deus, primeiramente Deus, segundo o meu trabalho aqui. E a gente passa mais tempo

na feira do que em casa. Aqui é o nosso lar, aqui na feira da Ceilândia. Na feira a gente faz muitos amigos e os inimigos vêm de graça, por causa da inveja. Aqui é uma disputa, né? Terrível. Mas faz parte da vida, né?

7- Já teve alguma coisa que você aprendeu aqui, que você pode compartilhar para outras pessoas, ensinar alguém?

FE01 – Eu acho assim, que a gente tem que dar valor no suor da gente, que a gente rala muito. Como a gente vira escravo do trabalho, isso aqui é uma escravidão, porque você trabalha de quarta a domingo, geralmente. Então a gente não tem um final de semana para uma família, você não tem um final de semana para o seu filho. Como eu falei, o tempo passa muito rápido. Não desperdiçar o seu suor, porque a gente rala muito para conquistar. Então aprender a economizar, para mais na frente a gente ter uma estabilidade. E dar uma estabilidade para os nossos filhos.

Você tem filhos?

Tenho filhos.

Algun deles trabalha na feira?

Eu tenho três filhos, uma pequeninha de oito anos, uma de dezesseis, está estudando. E eu tenho um que é casado e esse meu filho casado ficou na feira desde os seis anos de idade. Desde cedo, ele sempre foi muito inteligente com matemática, então o pai dele colocou ele lá para trabalhar com a gente, desde cedo para ficar passando o troco, e daí ele estudava e trabalhava na feira. E o que aconteceu? Ele com 15 anos não quis mais estudar, mas assim, agradeço a Deus, porque ele é o meu braço direito hoje, ele que toma de conta da peixaria. Hoje eu posso sair, se deixar a peixaria na mão dele, ele toma de conta dela.

8- Teve alguma coisa na sua banca que foi você que fez ou pesso-

as que você conhece que fez?

FE01 – Como assim? (...) Minha nora montou minhas prateleiras. Minha nora também trabalha comigo, né? No caso aqui. Os inox eu que comprei, mandei fazer as placas.

9- A sua banca mudou ao longo do tempo, já que você trabalha aqui há muito tempo. O que foi evoluindo no tempo que você estava aqui?

FE01 – Bom, eu sou da época desde que a feira da Ceilândia montava a barraca e desmontava a barraca. Na época não tinha nem teto na feira central de Ceilândia. Não tinha nem telhado, né? E assim, evoluiu bastante sim. A gente trabalhava, não tinha esse piso que hoje tem, não tinha o telhado que foi feito, né? Muita coisa evoluiu sim.

10- Teve alguma coisa de equipamento moderno que você teve que aderir?

FE01 – Bom, no início a gente só trabalhava só com... há muitos anos atrás a gente trabalhava só com as mercadorias dentro das caixas, né? Chegavam os peixes nas caixas de isopor. Com o tempo a gente comprou, teve que fazer um balcão. Depois com o tempo foi comprando, se adaptando, colocando novos inox, né? Com refrigeração.

E máquina de cartão de crédito?

Máquina, com certeza.

Foi o que fez mais diferença assim, você acha?

Hoje em dia poucas pessoas pagam no dinheiro, né? Tudo é... No cartão a gente sabe que a gente tá caminhando pra uma nova era em que a moeda vai ser só digital, né?

Faz muito tempo que vocês aderiram ao cartão?

Tem bastante tempo. Hoje ninguém carrega, dificilmente alguém carrega dinheiro no bolso.

11- Como você imagina a feira daqui a alguns anos, daqui a 20 anos? O que você acha que vai mudar?

FE01 – Bom... Tudo evolui, né? O tempo ele não para, né? Então assim, eu acredito assim num... Cada vez mais evolução... Pro futuro melhor. Digamos assim, a moeda mesmo eu acredito que vai deixar de existir o dinheiro do papel e vai ser tudo só digital. E eu acredito também em novas reformas, todos nós temos que nos adaptar, melhoria, né? Pro bem-estar de cada um de nós e da população.

12- E a sua banca em específico, o que você espera que ela melhore?

FE01 – Ah, eu prefiro... Eu preciso fazer uma nova reforma, né? A gente tá sempre reformando. Era azulejo, coloquei porcelanato. Então a gente pode adaptar, um ventilador. Espaço não tem muito, né? Se tivesse espaço, colocaria uma câmara fria dentro, mas não tem espaço. É muito pequenininho.

13- Qual você acha que é o papel da feira pra Ceilândia, na sua opinião?

FE01 – A Feira Central de Ceilândia ela é tradição, né? E assim, aqui é o encontro onde vem várias famílias, os nordestinos, é... Deixa eu pensar aqui melhor. Aqui você encontra um todo, né? E assim, além da história da Feira Central de Ceilândia, você encontra muitos produtos de qualidade, frutas frescas, tem os pescados que chegam frescos, né? São uma variedade enorme de pescados que você não encontra no supermercado. No supermercado é tudo congelado. E na feira não, é tudo fresquinho. Aí tem uma infinidade de comida nordestina típica, né? Aí você vai do sarapatel ao mocotó, a uma dobradinha. Enfim, aí você já acha um queijo, um doce,

uma rapadura. Tudo, a feira é completa.

Você acha que essas coisas que você acabou de citar são as coisas que mantém a tradição?

Sim, é o que se destaca na feira é isso. Você vê que a parte da alimentação em si, ela é a base da Feira da Ceilândia. É o que movimenta a feira em si.

Você acha que as pessoas que frequentam mais a feira, pelo que você percebe, são pessoas que moram na Ceilândia ou que vêm de fora?

Não, muitas pessoas vêm das cidades entornos, né? Muita gente vem do Guará, muita gente vem do Lago. Eu tenho clientes antiquíssimos aqui. Eu tenho clientes que vêm de Águas Lindas, de Planaltina, de Sobradinho. Vários, né? Porque você já consegue fidelizar, né? Na época mesmo da pandemia, que teve o lockdown, que fechou tudo, eu tinha comprado uma quantidade imensa de peixe à vista, pra poder obter um desconto. Então, o que aconteceu? Quando isso ocorreu, eu falei, meu Deus, o que eu vou fazer com esse tanto de peixe? E aí eu pedi orientação a Deus e eu fui com esse peixe todo pra casa do meu pai, da Ceilândia Sul, e deixei aqui na feira um cartaz com o meu telefone. E, assim, tava tudo fechado. Então, assim, veio clientes de Brazlândia, lá no meu pai, veio clientes do Lago, do Guará, Plano Piloto, de todas as cidades entornos veio. E, assim, Deus foi tão bom e maravilhoso que eu vendi tudo, assim, em questão de uma semana. Sabe? Foi bem, assim, quando... E foi logo, assim, perto da Semana Santa, e tudo fechado. E aí funcionou lá na casa do meu pai, porque lá tinha um galpão muito grande, e eu funcionei na feira também, minha equipe. Então, assim, eu pude atender, assim, os meus clientes bem, ninguém ficou sem peixe, tudo fresquinho, qualidade, mas só foi nessa época, depois já fechou.

14- No caso, você falou disso, você precisou usar ou ainda usa

redes sociais ou alguma coisa digital pra divulgar o seu trabalho?

FE01– Na verdade, na época mesmo, eu só usei mesmo só o cartaz que eu deixei aqui com o telefone. Só isso, com o WhatsApp mesmo, né? E funcionou, né?

Hoje em dia você ainda disponibiliza o WhatsApp pra vendas?

Eu tenho vários contatos de clientes salvos, né, aqui. Às vezes eu posto no meu Stories, no Facebook ou no Instagram, meu filho posta no Instagram, né, pra divulgar.

Você acha que isso faz diferença?

Ajuda bastante, né, porque a gente ainda tem muita gente leiga que infelizmente não tem acesso ou então não tem a leitura, né? Então, principalmente as pessoas mais de idade. Mas ajuda sim, mas o fundamental mesmo é aqui, presencial, na feira.

Você acha que a feira devia contar com algum apoio da tecnologia?

Sim, é bom você... O presidente da feira sempre faz, às vezes, assim, é propaganda, carro de som anunciando, mas ele divulga também no Facebook dele. Várias postagens de todas as bancas, não só de um, mas no geral. Ele posta falando das bancas de comida, dos queijos, dos temperos, das roupas, das peixarias.

Você faz uso do Wi-Fi social daqui?

Tem Wi-Fi social daqui, mas no meu caso, pra mim, porque muitas das vezes as máquinas, a rede fica fraca e cai. Então eu tenho Wi-Fi individual na minha banca.

15- Quais aspectos você acha que é cultural no que você faz? O que você acha, no que você faz, que representa uma cultura da cidade, uma cultura da feira?

FE01 – Bom, eu vou falar um pouco da minha banca aqui de ervas, né? Aqui eu vendo cuias de chimarrão, tererê. Então, se você for ver aí, eu tô trazendo a tradição dos gaúchos, né? Eu vendo cabaça, aquelas cabacinhas, tanto pra enfeite, como pras pessoas abrirem e usarem como concha. Então, assim, faz parte da cultura. Eu vendo chapéu de palha, né? Bolsa de palha. Então vai aí, já aí. Às vezes tem a parte artesanal, né? Acho que isso contribui um pouco.

Muito obrigada.

Tô te ajudando, porque eu pensei na minha filha, porque breve ela tá lá na UnB.

Feirante 02 (FE02)

1- Você pode começar dizendo seu nome, idade e o que faz na feira.

FE02 – Meu nome é A., sou dono do comércio, né? Temperos e ervas.

Sua idade?

50 e mais 4.

2- Há quanto tempo trabalha na feira?

FE02 – 52. Não que trabalho, mas tô na feira desde dois anos de idade, né?

Sempre foi nessa feira?

Meu pai trazia, sempre nessa feira. É que ela foi melhorando, né? Hoje tá de jeito, mas já foi bem, começou na lama. Bem no comece mesmo.

3- Como começou no ofício de feirante?

FE02 – A gente vinha, viemos da Bahia, né? Meu pai trouxe a gente da Bahia em 72. Eu tinha 2 anos. Aí começou. Quando ele morreu eu tinha 10 anos. E aí a gente continuou até hoje.

Sempre foi vendendo ervas?

Sempre, mesmo motivo aqui, mesma coisa. Mesma ervas.

4- Que habilidades considera essenciais para trabalhar na feira?

FE02 – Tem que ter muita paciência, né? Paciência porque aqui é trabalhoso. Tem que ter muita paciência.

5- Que ferramentas e/ou técnicas utiliza no seu trabalho diário?

FE02 – Eu tenho empacotamento de ervas. A gente mesmo que empacota as ervas da gente. É uma máquina específica pra isso? É mais de selar, né? De fechar. É mais manualmente, aí sela, aí tem uma máquina.

6- Teve algum aprendizado marcante que você teve ao longo desse tempo sendo feirante?

FE02 – Não, a única coisa que eu aprendi foi trabalhar aqui no meio comércio. E mais nada.

7- Já teve alguma coisa que você aprendeu aqui, que você pode compartilhar para outras pessoas, ensinar alguém?

FE02 – Já, várias. Várias pessoas seguiu. A família todinha mexe com isso. Meu pai começou e aí a família todinha foi seguindo. Hoje deve ter umas 20 pessoas que mexem com isso aqui na família.

Você tem filhos?

Dois.

Algun deles trabalha na feira?

Não, não querem. Não querem.

8- Teve alguma coisa na sua banca que foi você que fez ou pessoas que você conhece que fez?

FE02 – Não. Mais coisa do mato, né? Coisas mais feitas da natureza.

Mas da banca mesmo? Tipo assim, esses ganchos?

Ah, sim. As coisas sim. A banca, pintura, bota-lampa. Essas coisas sim.

9- A sua banca mudou ao longo do tempo, já que você trabalha aqui há muito tempo. O que foi evoluindo no tempo que você estava aqui?

FE02 – É igual eu te falei no começo, né? Quando a gente começou, as banquinhas, bem simplesinhas, eram bem diferentes de hoje. Era na lama, né? Não tinha cobertura, não tinha nada. Aí hoje tá de gente séria, né? Com cobertura, feira toda fechada, as bancas não eram fechadas. Hoje são fechadas. Mudou muito, muito.

Mas mudou pra melhor?

Pra melhor, com certeza.

E quais são as coisas mais antigas que permanecem?

Pra falar a verdade, nada. Tudo mudou. Tudo mudou. As bancas não eram

de concreto, era madeira. O piso não era de jeito, era chão. Não tinha cobertura, era lona. Mudou tudo.

10- Teve alguma coisa de equipamento moderno que você teve que aderir?

FE02 – Não, porque a modernidade vem automaticamente. Você não tem nem que querer, ela vem e você tem que seguir. Antigamente não tinha maquininha. Hoje já tem, né? Então é coisa que você tem que seguir. Você fica pra trás. Porque senão não vende, né? Se não tiver uma maquininha hoje, você não vende não. 90% das vendas é no cartão, vai no Pix. Antigamente era só dinheiro.

11- Como você imagina a feira daqui a alguns anos, daqui a 20 anos? O que você acha que vai mudar?

FE02 – Daqui a 20 anos nem eu sei se eu tô vivo. Que eu ainda acho muito difícil. 20 anos é muito chão. É muita coisa. A banca já tem 50, vai bem longe. Não dá nem pra imaginar, né? As coisas mudam, tem hora que muda pra melhor, tem hora que muda pra pior. E você não dá nem pra identificar. A vontade da gente é que melhora, né? Mas nem sempre é a vontade da gente.

Que tipo de coisa você queria que melhorasse?

Melhorar, o jeito da feira. Igual era no começo, que era só no chão, hoje tá de jeito. Tem que melhorar mais ainda, aumentar o telhado. Muitas coisas, né?

12- E a sua banca em específico, o que você espera que ela melhore?

FE02 – Eu falo mais estrutura de feira, né? Melhorar a estrutura da feira em si. Aumentar o estacionamento, aumentar a cobertura da feira. Mais a estrutura, né?

13- Qual você acha que é o papel da feira pra Ceilândia, na sua opinião?

FE02 – Ah, importante. Feira de Ceilândia aqui é a feira mais importante de Brasília. Não é nem de Ceilândia. De Brasília, Feira de Ceilândia é a mais importante. Todo mundo conhece essa feira aqui. Vem do plano, vem do lado. Tem cliente até de fora de Brasília. Vem nessa feira aqui.

Você já conseguiu fidelizar os seus clientes?

Já. 54 anos. É muito tempo, né? Muito tempo. Eu tenho um freguês que tem 30 anos que compra de mim. É muito tempo. Eu tinha um freguês que ele era cliente do meu pai. Ele morreu ano passado. É cliente do meu pai. Meu pai tem 44 anos que morreu.

Você passa muito tempo aqui na feira?

Minha vida é na feira. Lá em casa eu vou só passear. Só ver como é que a mulher tá com os filhos. A gente mora aqui. Meu amigo vem me visitar aqui porque não consegue ir na minha casa. Chego 7h, 8h. Só chego em casa 6h, 6h e pouca. A vida da gente é na feira. O feirante, a vida dele é na feira. Em casa é só pra passear. Tomar banho, trocar de roupa e dormir e vir embora pra casa de novo.

Dá pra fazer amigo na feira também?

Muito amigo. Muito amigo. O feirante em si, todo mundo se conhece. Tem 10, 20, 30 anos, todo mundo se conhece. A maioria do pessoal continua, né? Se der um grito aqui, aparece 10.

14- No caso, você falou disso, você precisou usar ou ainda usa redes sociais ou alguma coisa digital pra divulgar o seu trabalho?

FE02– Já. Sempre a gente busca alguma coisa. Pra gente pesquisar. A gen-

te pesquisa muito as ervas. A gente pesquisa muito.

Você já fez alguma venda por WhatsApp?

Já. Muita. Tem freguês que só manda mensagem e a gente leva.

Como é que você divulga?

Com conhecimento. O freguês que já compra há muitos anos só vai. Já troca o contato, já liga, manda separar, às vezes manda moer uma coisa, vem pegar, vem mandar levar.

Você acha que faz diferença ter isso?

Faz diferença, né? Hoje o mercado livre faz muita diferença. Tanto é que o comércio hoje tá acabando o comércio físico, né? Pela internet.

Isso é uma preocupação que você tem, assim? De acabar o espaço físico?

Caminha pra isso, né? Caminha pra isso.

Você acha que a feira devia contar com algum apoio da tecnologia?

A feira tem muito apoio, né? Às vezes alguma coisa fica a desejar. A fiscalização do governo em prol nosso, por causa dos camelôs de redor da feira, atrapalha muito, né? E existe uma lei que um camelô não pode estar a menos de 500 metros da feira. Só que aqui tá 5 centímetros. Do lado, né? Do lado. Aí atrapalha muito, né? A concorrência é muito desleal, porque aqui a gente paga água, paga luz, paga taxa. Quem bota na rua não paga nada, nada, né? Aí a diferença é muito grande.

Você usa o Wi-fi Social?

Eu uso, mas não uso muito, não. Mas uso.

15- Qual elemento da feira você considera importante pra manter a tradição?

FE02 – A feira já é uma tradição. Quem fizer a Feira da Ceilândia... Falou Feira da Ceilândia, a tradição é muito grande. A tradição já é...

16 - Quais aspectos você acha que é cultural no que você faz? O que você acha, no que você faz, que representa uma cultura da cidade, uma cultura da feira?

FE02 – As nossas coisas, o que nós vende é coisa muito do Nordeste, né? Aí a cultura nordestina pega bem. É isso.

Feirante 03 (FE03)

1- Você pode começar dizendo seu nome, idade e o que faz na feira.

FE03 – Meu nome é M. E., eu tenho 70 anos, o que eu faço na feira é trabalhar de vendedora.

2- Há quanto tempo trabalha na feira?

FE03 – Sou novata, tenho só 49 anos. (risos) Eu vim da Feira do Pau Seco, então eu fui uma das que estreia essa feira.

Sempre aqui na Feira Central?

Sempre aqui na Feira Central da Ceilândia, graças a Deus. Aqui eu criei meus filhos, ajudei a criar meus netos e hoje em dia os bisnetos. E daqui eu não quero sair não, só quando Jesus me levar. Meu pai trazia, sempre

nessa feira. É que ela foi melhorando, né? Hoje tá de jeito, mas já foi bem, começou na lama. Bem no comece mesmo.

3- Como começou no ofício de feirante?

FE03 – Começou o meu trabalho como feirante, eu colocava um papelão no chão e vendia 10 camisetas, no outro dia eu comprava mais 10, era assim, pra comprar o pão, o leite dos meus filhos, que o pai deles me largou, só tinha 32 anos, hoje em dia eu tô com 70. Então graças a Deus eu criei meus filhos, tudo aqui nessa feira.

Você sempre vendeu a mesma coisa?

Sim, toda a vida foi calça, bermuda, camiseta, short, masculino e feminino.

4- Que habilidades considera essenciais para trabalhar na feira?

FE03 – O local certo pra trabalhar, bastante educação, não tá com ignorância com o cliente quando ele vem te comprar e ter o capital pra começar, porque se não tiver não vai em frente não, porque é fiado, ninguém vem fiado mais, entendeu?

5- Que ferramentas e/ou técnicas utiliza no seu trabalho diário?

FE03 – É, eu tenho uma arma que é a palavra do Senhor, ela tá ali, minha bíblia, então isso é muito importante.

Além disso, sua comunicação também você acha que é importante?

É muito importante você ter comunicação com as pessoas, chegar um cliente, escolha querida, escolha aí meu querido, meu filho, minha filha, porque se você vai chamar outro nome não pode, então tem que ser assim.

Quando você abre a barraca assim, você tem que montar as coi-

sas ou você já deixa tudo?

Não, eu gosto de deixar assim, eu montar, sabe, todo dia eu coloco, né, tem que montar pra evitar pegar poeira, né.

6- Teve algum aprendizado marcante que você teve ao longo desse tempo sendo feirante?

FE03 – Que eu aprendi? Eu aprendi mais ser amiga, né, assim, com meus colegas tinha uma hora que eu era muito grossa porque eu sou nordestina, e o nordestino sempre é grosso, pois é, só que eu sou paraibana, nasci na Paraíba e me criei no Ceará, minha mãe é cearense e meu pai é paraibano. Então a educação que eu tive era só trabalho, trabalho, trabalho, trabalho, dizer oi, tudo bem, tudo bem. Então quando o cliente chega aqui, ó, do bom dia, se é cedo, se é já de tarde, do boa tarde, o que é que você deseja hoje aqui, isso aí é muito bom.

7- Já teve alguma coisa que você aprendeu aqui, que você pode compartilhar para outras pessoas, ensinar alguém?

FE03 – Sim, porque hoje em dia é poucas vendedoras que elas sabem, elas não sabem, eu já ensinei várias, eu já ensinei várias, então tem aquela dona da loja da Six Brothers, ela é minha filha, então eu ensinei meus filhos, minhas filhas, meus netos, minhas netas e várias meninas e meninos também.

8- Teve alguma coisa na sua banca que foi você que fez ou pessoas que você conhece que fez?

FE03 – Não. Não.

Esses ganchos, assim, nada foi vocês que fizeram?

Sim, não, isso aqui não foi nós que fizemos não, tem a fábrica da minha filha, a Six Brothers é a fábrica da minha filha, a fábrica dela, tem também

blusinhas que eu já fiz, né? Não faço mais, porque hoje em dia eu não pego mais nada não, por causa da idade, né?

Mas da estrutura da banca, assim, montar a prateleira, montar as coisas?

Ah sim, minha neta, isso aqui é a Brenda Lohanne que faz, ela arma essas estruturas, é ela.

9- A sua banca mudou ao longo do tempo, já que você trabalha aqui há muito tempo. O que foi evoluindo no tempo que você estava aqui?

FE03 – Eu não trabalho só na feira, eu vou lhe falar a verdade, eu trabalho no meio do mundo, eu trabalho com o público. O que é que acontece? Hoje eu tô aqui, amanhã eu tô em Minas, depois de manhã eu tô no Mato Grosso, depois eu tô no Goiás, eu sou assim, eu não fico porque eu trabalho como feirante, ambulante também. O que é que acontece? Eu levo o feirante, o fabricante e o lojista pra festa de Romaria, sabe? Então, muitas vezes a pessoa acha assim, ah, essa veia tem isso aqui, como é que foi? Foi uma jornada muito comprida, dormi muito no chão, passei muita necessidade e fome no começo, chegou dias de eu jantar uma banda de pão. Hoje em dia eu tô com minha vida, graças a Deus, do jeito que você tá vendo. E isso é muito importante, não é só pensar em ganhar, vamos agradecer a Deus, todo momento, todo segundo, obrigado, meu pai, por tudo isso. Porque é muito importante nós agradecer também.

E na feira, o que é que mais mudou ao longo do tempo?

Ao longo do tempo, mudou muita coisa, porque nós tínhamos uma feira muito bagunçada, hoje em dia a nossa feira é uma feira limpa e bem-organizada, sabe? Bem-organizada mesmo. Então, ela melhorou, né? Melhorou muito, muito, muito, muito.

10- Teve alguma coisa de equipamento moderno que você teve que aderir?

FE03 – Assim, como que seria que você quer me falar isso aí?

Não sei, uma máquina de cartão de crédito, por exemplo.

É, a máquina de cartão de crédito é muito bom, porque hoje em dia a gente só vende no cartão, não tem mais dinheiro, só no cartão, no Pix, né? Não tem mais dinheiro. Se não perde a venda, né?

11- Como você imagina a feira daqui a alguns anos, daqui a 20 anos? O que você acha que vai mudar?

FE03 – Ah, eu peço muito a Deus que o Senhor mande a benção e o milagre e a melhorar. Isso aí que eu peço a Deus, tá? Porque a vida tá muito difícil. Aqui já teve um tempo que eu conduzi o dinheiro dentro de uma sacola, e hoje em dia não. Nem no bolso a gente não conduz, porque não tem mais dinheiro, é só o cartão e o Pix, né? Então tá desse jeito a vida. Mas não é só aqui na feira, em outros lugares também, tá?

12- E a sua banca em específico, o que você espera que ela melhore?

FE03 – Ah, eu acho que muita comunicação e também comercial. Não só pra mim, pra mim e meus colegas, essa feira tá completa, sabe? Se viesse aqui um repórter da Rede Globo, ajudasse nós, ou um empresário aí, rico aí, ajudasse a gente, não era só chegar assim e pedir o voto, não. Porque nós somos seres humanos, entendeu? E pai de família e mãe de família.

A ajuda, é o que?

Na divulgação, aqui tem que ter muita divulgação. Porque hoje em dia o pessoal diz assim, ah, lá nos Goianos vende, lá tem divulgação, olha o nome, os Goianos.

13- Qual você acha que é o papel da feira pra Ceilândia, na sua opinião?

FE03 – Na minha opinião, o papel da feira já é um papel muito lindo. Já chama-se Feira Central da Ceilândia, o ponto do nordestino. Então, já tá dizendo a qualidade que é a nossa feira.

14- No caso, você falou disso, você precisou usar ou ainda usa redes sociais ou alguma coisa digital pra divulgar o seu trabalho?

FE03– Já, já, já. Eu já fiz isso aí. Aliás, um dia desse um rapaz apareceu aqui e a gente, nós fizemos, entramos no Instagram da feira e anunciamos. Eu, minhas colegas, ela aqui, a outra menina ali, nós tudinha aqui, sabe? Então isso aí já é uma divulgação. Só que a gente precisaria mais e m

Você acha que isso faz uma diferença com essa divulgação online também?

Faz, faz, porque você tá demonstrando uma coisa, né? Aham. Ó, eu vou te falar, olha aqui, pra você ver.

(Mostra um story postado no Facebook)

O que é que acontece, o que é a divulgação, o que é que ajuda a melhorar. Esse ainda tá aqui ainda. Olha aqui. Pronto, isso aqui é meu começo. Entendeu? Aham. Se isso aqui tá aqui, quem vai chegar e vai ver, vai ver que tá. A audiência tá grande, você tá vendo só os coraçõezinhos tudo subindo aí. Então isso é muito importante. E eu acho que deveria a gente fazer mais isso aí. Se a gente quer que isso vá explodir, a gente tem que fazer isso.

Você acha que a feira deveria ter mais apoio com tecnologias?

Sim, sim. Mas o problema é, como eu te falei, os políticos, eles não dão chance pra nós. Só dão chance pra chegar assim, entendeu? Vote em mim,

vote em mim. Isso aí pra nós não é importante. Nós temos aqui a ajuda de Deus e nosso presidente, que é uma pessoa maravilhosa. Eu não tenho o que dizer dele. E a equipe toda, a feira sim. Os que trabalham na equipe, né? A feira, junto com nosso presidente, é uma pessoa muito boa.

15- Qual elemento da feira você considera importante pra manter a tradição?

FE03 – Eu acho o nome. Pra manter a tradição, a feira central ponto dos nordestinos. Então, o nome já chama atenção, de longe. Porque aqui não tem nenhuma feira nordestina. Só a nossa feira central da Ceilândia.

O que você acha que é cultura? Ser feirante representa o quê?

Eu acho que ser feirante a gente tá representando o trabalho da gente, né? O nosso ganha-pão.

Feirante 04 (FE04)

1- Você pode começar dizendo seu nome, idade e o que faz na feira.

FE04 – Meu nome é E., tenho 58 anos e sou feirante há 32 anos.

Qual atividade você faz na feira?

Sou cozinheira, comida nordestina.

2- Como começou no ofício de feirante?

FE04 – Através dos meus pais. A gente veio do Rio Grande do Norte e meu pai montou uma banca de queijo, doce. Aí teve uma oportunidade, eu estava sem trabalhar, aí apareceu uma banca, eu comecei a vender comidas. de pouquinho e eu fui crescendo. E hoje, graças a Deus, eu tenho

bastante freguês.

Sempre foi aqui, na Feira Central?

Sempre aqui, no mesmo lugar, na Feira Central de Ceilândia.

Desde que você começou, você sempre vendeu comida?

Comida nordestina, né? A buchada, rabada, mocotó, panelada, sarapatel, dobradinha. Tem a carne de sol com mandioca e a paçoca da carne seca.

3 - Que habilidades considera essenciais para trabalhar na feira?

FE04 – Tem que ter muita disposição, saúde e amor no que faz.

4 - Que ferramentas e/ou técnicas utiliza no seu trabalho diário?

FE04 – Deus, né? Peço muita saúde e Deus me dá disposição e 32 anos, né? Só Ele mesmo para chegar aonde eu cheguei.

5 - Teve algum aprendizado marcante que você teve ao longo desse tempo sendo feirante?

FE04 – Todo dia a gente aprende, né? Tem que ter muita paciência, né? A gente vai se aperfeiçoando, tem temperos novos que eles inventam, né? Muita coisa no Nordeste que a gente não conhecia e a gente vai conhecendo.

6 - Já teve alguma coisa que você aprendeu aqui, que você pode compartilhar para outras pessoas, ensinar alguém?

FE04 – Sempre. Eu falo que aqui é uma escola.

7 - Teve alguma coisa na sua banca que foi você que fez ou pessoas que você conhece que fez?

FE04 – No caso, a buchada, né? A buchada é feita por mim, desde ado-

lescente minha mãe fazia e aprendi com minha mãe e um elemento que nenhuma funcionária sabia, tem muitas hoje que não sabem fazer e eu que faço.

E da estrutura da banca?

No caso, na verdade a banca é vazia e a gente que monta, que traz as painelas, freezer, forno, é a gente que monta. Acho melhor, mais prático para trabalhar.

8 - Teve alguma coisa de equipamento moderno que você teve que aderir?

FE04 – Ai, não sei. Moderno tem que ser o freezer mais moderno, o forno tem que ser forno mais potente, mais moderno. Então essas coisas do dia a dia, né? Panela industrial. E para a coisa de pagamento, Pix, né? Máquina de cartão e dinheiro.

9- Como você imagina a feira daqui a alguns anos, daqui a 20 anos? O que você acha que vai mudar?

FE04 – Ah, eu espero que melhor, né? Está sempre melhorando as estruturas, a energia, né? Colocou grade, agora a gente tem segurança e espero que esteja melhor ainda.

10- E a sua banca em específico, o que você espera que ela melhore?

FE04 – Ai, eu estou muito feliz do jeito que está, entendeu? Gostaria de mais funcionários competentes.

11- Qual você acha que é o papel da feira pra Ceilândia, na sua opinião?

FE04 – Nossa, aqui é um patrimônio, é tudo. No centro da Ceilândia, essa feira é tudo, né? Aqui você acha tudo. De comida, de bebida, de roupa, de

sapato, de brinquedos, de enfeites, de papelaria, tudo, tudo. Bijuteria, perfumaria, é tudo, é um shopping, né?

12- Você precisou usar ou ainda usa redes sociais ou alguma coisa digital pra divulgar o seu trabalho?

FE04— Sempre uso. O TikTok, o Facebook, o Instagram, eu também tenho no Zap.

Você acha que isso facilita realmente?

Facilita bastante, muito.

Na sua opinião, a feira deveria ter algum apoio para essas tecnologias?

A gente tem o Sebrae, o Sebrae ele apoia. Fica mais fácil, divulga, a gente tem carro de som.

15- Qual elemento da feira você considera importante pra manter a tradição?

FE04 — As bancas de comida.

O que você acha que tem de mais cultural ou tradicional no que você faz?

O Mocotó, a comida nordestina em todo, a comida em geral. Eles vêm de longe pra provar a comida nordestina.

Você sente que os clientes não são só da Ceilândia, eles vêm de outros lugares?

Não, tem gente que vem de São Paulo, Minas, Anápolis, Goiânia.

**APÊNDICE F – TRANSCRIÇÃO DE ENTREVISTAS COM
FEIRANTES DO GRUPO 2 (LEGATÁRIOS)**

Feirante 05 (FE05)

1- Você pode começar dizendo seu nome, idade e o que faz na feira.

FE05 – Bom dia, meu nome é C. H., eu tenho 37 anos. Trabalho aqui na banca de embalagens, na feira central de Ceilândia.

2- Há quanto tempo trabalha na feira?

FE05 – Essa banca aqui, ela já tem mais ou menos uns 22, 23 anos, mais ou menos. Assim, eu venho aqui, quem fica mais é meu pai aqui, entendeu? Mas quando eu era mais novinho, eu ficava, acompanhava ele aqui. Uns 14, 15 anos, 16, acompanhava ele. Aí depois você fica adulto, você vai seguindo outro destino. Mas como meu papai, ele já é aposentado, ele já era aposentado antes dele mexer aqui na banca. Ele, ele que fica mais aqui, entendeu? Mas já tem esses anos todos.

Vocês sempre venderam a mesma coisa ou mudou?

Não, foi sempre no ramo de embalagem, sempre no ramo de embalagem. Papai passava aqui vendendo as sacolinhas no ombro, entendeu? Aqui essa banca era, fazia parte de frutas aqui, entendeu? Aí ele vendia no ombro as sacolinhas, aí a demanda foi aumentando, aí ele alugou a banca, aí depois comprou, mas sempre no ramo da embalagem.

3- Como começou no ofício de feirante?

FE05 – No ramo aqui da feira, ele iniciou com o papai. Ele já tinha o emprego dele, a profissão dele, aí ele se aposentou.

Quantos anos tem seu pai?

Meu pai, ele tem 78 anos, por aí. Aí ele se aposentou em 94, 94 pela Petrobras. Aí de lá pra cá, ele começou a mexer com as embalagens e em 2000 veio a banca pra cá. Até uns anos antes, mexendo no ramo.

Mas sempre foi na feira central de Ceilândia?

O da feira foi porque a demanda aqui estava muito alta, mas o pai tinha clientes em outros mercados, na feira da Samambaia, o pai vendia lá. Só que aqui, como a feira da Ceilândia era bem popular, como aqui, como a do Guará, foram diversas feiras, entendeu? Aí ele optou de alugar a banquinha aqui pra poder dar a demanda do pessoal aqui, e dar uma folga pra ele e pros outros clientes, porque aqui pegava muita gente.

4- Que habilidades considera essenciais para trabalhar na feira?

FE05 – Olha, as habilidades, primeiro ele tem que saber o que ele quer mexer. Aqui na feira tem ramos de peixaria, de carne, tem ramos de verduras e frutas, tem ramos de tempero. Então a primeira coisa, ele tem que ver se ele se identifica com isso. Pronto, ele se identificou com algumas dessas áreas que encaixam aqui na feira, ele tem que saber a rotina do feirante. No caso de um feirante, você não tem um sábado, você não tem um domingo. Feira é, como a gente fala, feira, é muvuca, é diferente, não é um shopping center, entendeu? Então, mais só isso mesmo. Mas o principal é ele saber o ramo que ele quer pra ele chegar bem aqui e dar um pimentão. Então o cara quer um pimentão, dá um pimentão do reino, quer um pimentão do reino. Então, iniciou nisso aqui, tirou o sábado. É a primeira coisa, saber o que ele vai mexer e saber como é a rotina do feirante.

5- Que ferramentas e/ou técnicas utiliza no seu trabalho diário?

FE05 – Não, não, porque é normal. É mais a comunicação. Muita gente já sabe, quer uma embalagem, tem na feira, quer um tempero, tem na feira. Quer um peixe, tem na feira. Então é só tu abrir oito e fechar dezoito e aguardar.

6- Teve algum aprendizado marcante que você teve ao longo desse tempo sendo feirante?

FE05 – Não só na feira, a gente leva um aprendizado. Se um pai já passa para um filho “meu filho trabalha, corre atrás do seu, seja honesto”, toda essa lição. Não só na feira, como qualquer outra empresa que você trabalha, você adquire um pouco de experiência. No caso aqui da feira, a gente adquire o quê? Porque a gente trabalha com público, então você trabalha a mente, você tem que ser calmo, você tem que ser paciente, você tem que saber lidar com o público. Esse é um lado, agora o outro lado é o lado que você tem que estar da economia. Porque eu tinha te falado anteriormente, aqui já foi o tempo que eu vi essa feira, que é uns anos atrás, entupida final de ano! Hoje nós estamos em dezembro e parece que tem o mesmo movimento. Mas isso é coisa de mercado, é coisa que a gente vem acompanhando e sabe que a gente aumenta as coisas, salário não aumenta, então é o impacto da economia, entendeu?

7- Já teve alguma coisa que você aprendeu aqui, que você pode compartilhar para outras pessoas, ensinar alguém?

FE05 – A área de vendas eu aprendi com papai, que eu chegava da escola, almoçava e ia com o carro com o papai para entregar embalagens, aí a gente também tinha o dia das cobranças, muitas das vezes ele vendia, anotava, aí tinha o dia de cobrar, então já começou daí. Aí eu lembro que com 18 anos, só com 18 anos, eu estava aqui na banca e tinha um rapaz numa loja de calçados ali do lado, ele comprava uma sacola bem grandona aqui para botar aquelas botas de São João, enfim, aí sempre já me via, conversando aqui, ele “quer trabalhar final de ano lá comigo?”, aí meu pai estava aqui, meu pai “vai, vai”, só aquele freelance, tinha 10 vendedores e botava mais uns 10 para trabalhar, era o tempo, era o tempo. Aí eu fui para lá, e de lá eu fiquei uns, de novembro e dezembro, e acabou que eu fiquei efetivado, então foi daí que iniciou minha carteira assinada, que antes eu era menor de idade, entendeu? Aí trabalhar para o meu pai aqui ajudando tudinho, então praticamente daqui, por exemplo, começou com o pai a comunica-

ção, conhecer o produto, conversar com o cliente, aí daqui abriu as portas.

8- Teve alguma coisa na sua banca que foi você que fez ou pessoas que você conhece que fez?

FE05 – Não, moça. Nossa, a reforminha foi toda... Isso aqui foi o pai que também colocou. Esse negócio, porque era só o quadrado, né? Aqui era tipo um negócio de tijolo, que era uma banca de frutas, que nem aquela dali de trás ali, entendeu?

E aí é vocês que faziam isso?

Não, o pai mandou, trouxe o marceneiro dele, entendeu? Colocou isso aqui, chamou para fazer isso aqui. Aí foi todo ele. Os ganchinhos também, foi tudo. Aqui era só o quadrado, um negócio de cimento aqui, que a pessoa que vendia era morango aqui, enfim, frutas. Aí o pai quebrou e foi para o outro. E ajustou para o outro. Aí ajustou para ficar aqui legal, sentadinho aqui, essa prateleirazinha. Eu lembro que tinha uns anos atrás, era uma época em que era entupido. Nossa, era tanta coisa. Era muita coisa. Eu lembro que o pai de uns anos atrás, ele queria fazer um negócio para colocar umas mercadorias aqui, porque fica ruim, assim, não tem muito espaço. Por exemplo, se acabasse isso aqui, tu já repõe, se acabasse não tinha como você sair daqui para buscar, principalmente no final do ano, quando era um fluxo bom.

9- A sua banca mudou ao longo do tempo, já que você trabalha aqui há muito tempo. O que foi evoluindo no tempo que você estava aqui?

FE05 – Assim, é a saudade, muito diferente aí que se for o que deu o tempo, a gente olha para as banquinhas e vê, estou de 20 anos atrás, mais na parte também da economia mesmo, que caiu bastante, caiu as vendas, não está mais a mesma coisa que antes.

Na banca, acho que o que mudou foi a diminuição de certos produtos que a gente vendia antes, que hoje a demanda da procura é pouca, então a gente acaba que não repõe mais essas mercadorias. Como eu falei, esse é um efeito dominó. Se as vendas estão boas para lá, o pessoal procura. Se as vendas não estão boas para os demais, acaba que para nós também fica. Então, o que caiu foi isso. Foi as vendas, foi o número de pessoas que a cada ano a gente ganhava, diminuindo. Então, o que a gente queria que somasse, né, de uma banca você comprar duas, não. Acaba que você fica.

10- Teve alguma coisa de equipamento moderno que você teve que aderir?

FE05 – Olha, assim, não, não teve muito não. A gente só aderiu, e nós estávamos conversando nessa biodegradável, que já mudou só um padrão, né, de sacolas, mesmo de mercadoria, mas no demais a embalagem é meio padronizada, copo, sacola, tamanho, MLs, entendeu? Não tem muita coisa que inova não.

Máquina de cartão de crédito, essas coisas assim, vocês adquiriram?

É, adquiriram, mas logo por agora, né, porque... Mais recentes? É, antigamente não tinha nem pix, não sei, nem pix aí, e cartão antigamente não pagava essas taxas, hoje o povo compra aí tudo sem pagar taxa, e muita da gente hoje também é mais no pix, entendeu? A gente só aderiu, mas as vendas maiores, uns 80% aqui é em dinheiro, 80%, 85% vende em dinheiro. Pode botar aí uns 10% de pix aí, não, dinheiro ou pix, entendeu? Uns 80%, 85%, e uns 15 aí é dos cartão. Até porque as mercadorias aqui, elas são preços baratos, né? Como assim, você vai comprar uma calça 80, 50, 100, aqui você vê uma sacolinha de 10, sacolinha de 8, aqui 18, entendeu? Guardanapos, então às vezes não compensa nem uma pessoa passar um cartão de crédito uns 4 reais assim, então essas coisinhas, acaba que varia muito.

11- Como você imagina a feira daqui a alguns anos, daqui a 20 anos? O que você acha que vai mudar?

FE05 – Assim, infelizmente uns 20 anos, do jeito que está indo, que é a realidade, nem sei se fica aberto, mulher. Se ficar aberto, você vai ver que no final de ano, você vai ver em dezembro, com lojas, com bancas fechadas, com placas de aluga-se, entendeu, mulher?

Isso é uma preocupação, então?

Assim, é uma preocupação, mas assim, não entrando em política, não entrando em política, mas eu creio que em 2026, falando em política, porque realmente, muitas das nossas coisas aqui é tudo relacionado à economia. Então, se a gente não tiver uma gestão boa desse Brasil, uma gestão boa, todo mundo afunda. Entendeu? Então assim, eu não quero falar de política, mas quem assiste o jornal, sabe que o trem não está bom. Entendeu? Então isso impacta em comércio, impacta em tudo.

12- E a sua banca em específico, o que você espera que ela melhore?

FE05 – Assim, o ramo de embalagem tem muitas coisas. Por exemplo, aqui é só uma banca, é uma feira, então ela é bem minimizada. Se você for em uma loja, em uma loja de embalagem grande, você acaba achando cada bugiganginha assim, que é de plástico, que para nós não compensa vender. Entendeu? Mas lá é lojas grandes, então, vamos ver se essa caneta aqui sai só para uma pessoa, mas se uma pessoa for lá, a gente vai rodar em 10 bancas e não vai achar mais, ali vai ter. Então assim, para nós ter um número maior, para poder botar uma coisinha que não sai muita, a gente precisaria de quê? De ter clientes para isso. Então o que eu queria, até falando dos 20 anos mais na frente, que assim, infelizmente pelo que eu vejo não vai dar bom, mas do jeito que eu queria que fosse, era o quê? Que essa banca voltasse a ser como era antes, que essa feira voltasse a ser como era antes, mulher, porque era formigueiro, era uma coisa muito doida, uma

coisa fera, uma energia boa mesmo para nós que crescemos aqui na feira, entendeu? Aquela muvuca para lá, muvuca para cá, entendeu? E vende aqui, 5, 6 pessoas aqui ao redor e você baixando aqui, tirando, tá cheio, esvazia, entendeu? Nega, você soa, você almoça em pé e aí mastiga nesse palito o dente, entendeu? Chega a segunda, domingo, tu já fecha logo as 6 horas, que nem falar, a folga da feira é segunda e terça, aí é a segunda que tu vai para um clube, é a segunda quem bebe vai tomar uma cervejinha, é a segunda quem tem filho a esposa vai passear, segunda que terça já tem que estar para recolher a mercadoria, então assim, o que eu queria para 20 anos seria como se fosse há uns 20 anos atrás. E no caso, a folga sendo segunda e terça, vocês estão abrindo todos os dias ou estão sem folga? É, fica sem folga aí eu dou uma revezada aqui, o papai dá uma descansada ele tem alguma coisa para resolver, a gente vai se ajudando aqui, entendeu? E até quando é segunda, que nem eu falei, às vezes vem, fecha meio-dia por aí, porque não está aquele movimento legal.

13- Qual você acha que é o papel da feira pra Ceilândia, na sua opinião?

FE05 – O papel da feira da Ceilândia, ele é um ponto histórico a feira da Ceilândia, ela não é simplesmente uma feira ela é a feira, ela é um ponto de encontro ela é um cartão postal da Ceilândia ela é um cartão postal em nome relacionado a feiras, entendeu? Qualquer canto de Brasília a feira da Ceilândia, não tem um que não sabe, entendeu? Então a feira ela tem uma tradição e tem essa tradição, como se a banca do papai, que é a única aqui de embalagem há muitos anos, a banca muitas de tempero aqui, que são de pessoas antigas, entendeu? Então assim, a feira tem que ter essa tradição, mas como toda feira ela depende de clientes, depende de girar, de movimento.

14- No caso, você falou disso, você precisou usar ou ainda usa redes sociais ou alguma coisa digital pra divulgar o seu trabalho?

FE05— Olha, não, não. Não até que o meu papai, não adaptou-se nessa

geração agora, mas que nem fala assim, aqui na feira como a turma a maioria é da feira, aqui dentro da feira é difícil vir gente lá de outro lugar pra vim, entendeu? Ele não achou a necessidade de uma divulgação, entendeu? Acho que até mesmo por conta que o tempo que ele tem aqui, acho que ele já tem uns clientes entendeu? Ele fala, ah, eu compro aqui gosto do seu pai, gosto de uma prova vou na feira, já compro a embalagem, já compro o tempero, aquela coisa que a feira tem, então acho que pra redes sociais assim, eu por mim, eu botaria tal, tal, tal aqueles movimentinho assim tal, mas assim, acho que não iria influenciar muito se fosse uma loja fora, entendeu? Uma loja de rua, como a gente chama aí não, aí você já tinha que botar um carro de som aí, soltar uns foguetes, botar a promoção Black Friday ano todo aí vai.

Você acha que a feira devia contar com algum apoio da tecnologia?

Mulher, com certeza, né? Porque hoje a gente tá vivendo num mundo que a tecnologia tá avançando tanto, então não adianta a gente falar que nós estamos velhos, na nossa época não era isso, não, a gente tá na época da tecnologia então, a gente tem que se aderir, a gente com certeza entendeu?

Que tipo de tecnologia você acha que ajudaria?

Internet, não sei assim aqui eu não sei se tem Wi-Fi solidário aqui, se eles colocam aqui umas partes de divulgação, assim como esse próprio falou, redes sociais, Instagram entendeu? Não sei como é que é Instagram da feira, essas coisas mas eu acho que a gente tem que aproveitar a tecnologia pra sempre alguém tá falando o nome da feira, o nome da feira, não só esperar novembro, dezembro isso, entendeu?

15- Qual elemento da feira você considera importante pra manter a tradição?

FE05 – Ah, mulher você vai achar estranho, sei lá, esse cheiro esse cheiro de tempero aqui esse cheiro já das galinhas aqui atrás você já passa no corredor dos peixes você passa no corredor de comida você já sente aquele cheiro de comida como eu falo, que não encontra em qualquer lugar assim nem em qualquer restaurante vai ter que comer uma buchada, um mocotó um sarapatel, além de ser pratos que tem que ser bem detalhados pra fazer, não é qualquer um, entendeu? Aqui já tem essa tradição ponto de encontro dos nordestinos que eles falam que são tipo de comida de lá, entendeu? Então acho que essa é a tradição, você tem que chegar e comer um mocotó, um sarapatel, uma buchada, uma panelada, se não é a feira não.

O que você acha que tem de mais cultural ou tradicional no que você faz?

Não tenho ideia, vamos lá. O mais cultural é esse clima que só a feira tem, entendeu? Você vem de segunda-feira tem gente que vem de chinelo, vem de bermudinha vem à vontade porque é uma feira é a muvuca da feira, o espaço pra cá é dos aromas da feira como eu te falei dos animais vivos e abatidos dos alimentos, entendeu? das partes de tempero então isso aí é a cultura isso aí não tem como você tirar isso aí porque senão você perde a essência.

Feirante 06 (FE06)

1- Você pode começar dizendo seu nome, idade e o que faz na feira.

FE06 – Meu nome é I., tenho 18 anos, não parece, né? Tenho 18 anos e trabalho aqui, né? Só... é, nessa parte celular, eletrônicos, capinha, película.

2- Há quanto tempo trabalha na feira?

FE06 – Eu só tenho seis meses.

3- Como começou no ofício de feirante?

FE06 – É porque a gente teve a oportunidade de pegar essa loja aqui, né? Pra gente ter o nosso próprio negócio.

Desde que você começou, já começaram vendendo coisas de celular?

Isso, exatamente.

4- Que habilidades considera essenciais para trabalhar na feira?

FE06 – Paciência e muita fé, porque, assim, é... Ser bom em atendimento ao público, né? Ser desenrolado. É, é só isso, tem que ter paciência ao público.

5- Que ferramentas e/ou técnicas utiliza no seu trabalho diário?

FE06 – Está de bom humor sempre. Sempre. E atender super bem, né?

E de ferramenta?

Não, a gente usa... é, a gente usa... celular pra fazer o controle de estoque. É, celular pra fazer o controle de estoque. Mas... mão de obra mesmo, assim, pra fazer as coisas...

6- Teve algum aprendizado marcante que você teve ao longo desse tempo sendo feirante?

FE06 – Teve. Eu era bem tímida do que eu sou agora. Melhorei bastante. E... Desenvolvimento, assim.

7- Já teve alguma coisa que você aprendeu aqui, que você pode compartilhar para outras pessoas, ensinar alguém?

FE06 – Tenho. É bem legal, né? Essa parte de celular, você sabe um pouquinho mais de capinha, película. De concerto também. É bem legal.

8- Teve alguma coisa na sua banca que foi você que fez ou pessoas que você conhece que fez?

FE06 – Não, porque, como eu falei, quando a gente já pegou, a gente já pegou tudo esquematizado. Já tava montado. O que a gente faz é só colocar a mercadoria, né? Vender e colocar a mercadoria.

Foi a primeira pessoa que me disse isso. É... então, desde que vocês pegaram, vocês não fizeram nenhuma reforma?

Nenhuma reforma, assim. Grande não, né?

9- Teve alguma coisa de equipamento moderno que você teve que aderir?

FE06 – Só na área de... Instagram, né? Design, publicidade. É, só na área de... É, nessa área do Instagram, publicidade, né? Divulgação, usar o Facebook. Ferramentas, assim, do dia a dia. Máquina de cartão de cartão, essas coisas.

10- Como você imagina a feira daqui a alguns anos, daqui a 20 anos? O que você acha que vai mudar?

FE06 – Cara, porque assim, ela... A feira já foi muito boa. Hoje, se falar pra você que o movimento é 100%, como antes, não é. Hoje o movimento tá bem caído. Se você perguntar pra outras pessoas, elas vão falar a mesma coisa. Então, eu imagino que... Vai tá do mesmo jeito. Aí, se você perguntar de infraestrutura, creio eu que vai melhor. Porque aqui na feira eles... Essa parte de infraestrutura, de cuidados com a feira é muito boa. Mas, assim, de movimento, acho que continuaria do mesmo jeito. Já tá um tempo assim, imagino que vai continuar.

11- E a sua banca em específico, o que você espera que ela melhore?

FE06 – Evoluir, sim. A nossa meta agora é... A infraestrutura, né? Mudar ali. Se fosse na feira dos importados, ali, aquele paredão que eles fazem super bonito, é a nossa meta. A gente tá mudando.

12- Qual você acha que é o papel da feira pra Ceilândia, na sua opinião?

FE06 – Cara, é muito importante, né? Porque a Ceilândia em si, você chegou na Ceilândia e já consegue resolver sua vida toda. E a feira... Como é que eu posso dizer? É o centro, né? Você entra aqui também, você resolve tudo. Reunião de todas as culturas.

13- Você já precisou usar ou ainda usa redes sociais ou alguma coisa digital pra divulgar o seu trabalho?

FE06 – Sim, bastante. Principalmente o Instagram. Eu acho que pra todo mundo, o Instagram é superimportante, né? Porque é a ferramenta mais fácil de utilizar. E o Facebook. Esses dois

Você acha que faz diferença?

Faz diferença, com certeza.

Na sua opinião, a feira devia ter algum apoio pra tecnologias?

Poderia... Eles já dão essa oportunidade de ter o Instagram deles, né? Mas que abranja mais. Ela vai aumentar mais. Seria legal a divulgação de todas as bancas, né? Porque eles não divulgam todas.

14- Qual elemento da feira você considera importante pra manter a tradição?

FE06– Cara, as comidas. Essa parte nordestina, né? Dos alimentos, prin-

principalmente aqui, que a gente tá na frente da Banca da Galega. Ela é o referencial da... Se você procurar, ela é o referencial da feira. Eu acho que é isso.

E o que é que você acha que tem de cultura na feira?

Cultura? Nordestina. Sul, leste, sudeste. É. A comida nordestina. As roupas, né? Qualquer tipo de roupa que você imaginar. Mas o que pega mesmo é a comida. Porque tem nordestina, tem goiana.

Feirante 07 (FE07)

1- Você pode começar dizendo seu nome, idade e o que faz na feira.

FE07 – Bom, meu nome é P., eu tenho 18 anos e eu sou comerciante.

2- Há quanto tempo trabalha na feira?

FE07 – Tô começando hoje, mas eu já tenho uma experiência positiva, já tenho uma experiência grande assim com feira e comércio.

3- Como começou no ofício de feirante?

FE07 – Por questão de organização, né, de dinheiro e tal. Liberdade financeira, acho que é primordial a liberdade financeira.

É um trabalho que seus pais fazem ou não?

Não, não é um trabalho que meus pais fazem não. Meu pai trabalha como engenheiro.

Desde que você começou, você sempre vendeu ou trabalhou com o mesmo tipo de coisa?

Sim, sim, sim, sempre trabalhei com comércio. Sempre foi tênis e roupa, os dois.

4- Que habilidades considera essenciais para trabalhar na feira?

FE07 – Eu acho que disponibilidade, uma boa dicção e paciência, porque de vez em quando tem alguns clientes que nos testam.

5- Que ferramentas e/ou técnicas utiliza no seu trabalho diário?

FE07 – Eu acho que... caramba, boa pergunta. Eu acho que tem que ter uma... a ferramenta primordial é a educação, certo? Eu acho que é educação, educação primordial.

6- Teve algum aprendizado marcante que você teve ao longo desse tempo sendo feirante?

FE07 – Caramba, teve sim. Teve sim, teve bastante. Acho que... eu reforço falar isso de novo, acho que a minha educação foi reinventada. Depois de eu trabalhar com isso, ela foi reinventada.

Em que sentido?

No sentido de que saber que existem pessoas mais educadas, você tem que ser muito mais educado que essas pessoas, e é isso.

7- Já teve alguma coisa que você aprendeu aqui, que você pode compartilhar para outras pessoas, ensinar alguém?

FE07 – Claro, com certeza. Consequentemente, eu quero que meus filhos sejam comerciantes também, porque eu quero abrir meu próprio negócio, então eu quero ensinar para eles como é ser comerciante, como é essa vivência de lidar com o público.

8- Teve alguma coisa na sua banca que foi você que fez ou pessoas que você conhece que fez?

FE07 – Foram, foi sim. Meu cunhado ajudou a arquitetar aqui, ele ajudou a construir, etc.

Você está nessa banca hoje, mas em outro você já passou mais tempo. O que é que você acha que mudou mais, de uma para a outra?

Eu acho que em questão de... a parada que eu estou vendendo é totalmente diferente. Eu acho que roupa é muito mais complicado do que tênis, e geralmente tênis é uma rentabilidade maior porque tênis é um pouquinho mais caro. Mas roupa também é muito bom, não vou dizer que não.

A estrutura das bancas também é diferente? De acordo com o tipo de coisa que vende?

Sim, sim. A estrutura geralmente... Eu acho que de calçada é um pouquinho maior, porque a gente precisa de espaço por causa das caixas. Aqui é minimizado por causa das roupas, as roupas são mais de boa, graças a Deus.

9- Teve alguma coisa de equipamento moderno que você teve que aderir?

FE07 – Não. É só maquininha de cartão mesmo. Só maquininha de cartão, fora isso. E pix, né? Pix também.

10- Como você imagina a feira daqui a alguns anos, daqui a 20 anos? O que você acha que vai mudar?

FE07 – Possivelmente vai estar do mesmo jeito, eu acredito. Tomara, porque esse método de venda aqui é maravilhoso, é extremamente muito efetivo e rentável. Tomara que fique do mesmo jeito que está aqui, só que com algumas formas de método de pagamento totalmente diferentes, eu acredito. Se teve pix, consequentemente vai ter outras coisas.

Na estrutura, você acha que vai mudar alguma coisa?

Acho que não, conseqüentemente não. Vai manter igual. Acho que vai manter igual. Igual, ó. Acho que vai manter igual.

11- E a sua banca em específico, o que você espera que ela melhore?

FE06 – Caramba, acho que... Nossa, que pergunta de... Caraca, que pergunta cabulosa. Caramba, eu não tenho resposta para essa pergunta.

Pode imaginar.

Deixa eu ver aqui, ó. Acho que muito bem desenvolvida, certo? Eu quero trabalhar com videogame, então acredito que vai ser aquela coisa bem... bem neon, aquela coisa bem bonita.

Na feira?

Na feira. Sim.

12- Qual você acha que é o papel da feira pra Ceilândia, na sua opinião?

FE07 – É uma questão, além de só cultural, é de necessário, né? Além da galera vir comprar roupa, também a galera vir comer, a galera vir almoçar. É um enriquecimento cultural, né?

13- Você já precisou usar ou ainda usa redes sociais ou alguma coisa digital pra divulgar o seu trabalho?

FE07 – Não, como eu comecei aqui hoje, infelizmente ainda não pude divulgar. Infelizmente ainda, mas possivelmente sim.

Você acha que facilita?

Bastante. Como eu sou um pré-famoso, aí a galera vem aqui na minha banca depois.

Você acha que a feira devia tentar algum apoio para a tecnologia?

Sim, com certeza. Caramba. Nossa, que perguntas, cara. Tá me deixando sem resposta e eu tô gostando. Caramba, tem muitas pessoas aqui na minha, na banca em si, atrás de eletrônico. Eu acho que devia ter infraestrutura em relação à eletrônica. A galera vem vender muito mais eletrônico do que vende normalmente. Se você for no shopping, tem muita loja de eletrônico vendendo celular em si, é que eu acho que devia vender mais. É uma questão rentável.

14- Qual elemento da feira você considera importante pra manter a tradição?

FE07— A própria cultura. A própria cultura. Eu acho que não é classificado em si, mas eu acho que é a cultura. A diversificação. Essa questão assim de... Essa questão da ambiguidade. Você perceber que todo mundo tem um pouquinho de... Você em si tem sotaque, todo mundo aqui tem... Essa questão da... Todo mundo tá aqui, gente. Essa miscigenação, certo? A palavra é miscigenação. Isso é enriquecedor.

O que é que você acha que tem mais de cultural na feira?

Caramba. Nossa, que pergunta. Eu acho que é enriquecimento... Essa questão da miscigenação mesmo. Essa questão de todo mundo tá aqui dentro. Todos os lugares... pra cima de todos os lugares de Brasília vêm pra cá, em teoria.

Feirante 08 (FE08)

1- Você pode começar dizendo seu nome, idade e o que faz na feira.

FE08 – Meu nome é D. H., tenho 27 anos e sou técnico de celular.

2- Há quanto tempo trabalha na feira?

FE08 – Sete anos.

3- Como começou no ofício de feirante?

FE08 – Mais é, por precisão mesmo.

Desde que você começou, você sempre teve a mesma atividade?

Sim.

4- Que habilidades considera essenciais para trabalhar na feira?

FE08 – Saber vender.

5- Que ferramentas e/ou técnicas utiliza no seu trabalho diário?

FE08 – Sim. Muita paciência.

E de ferramentas assim?

Ferramenta tem ferro de solda, estação de aço, separadora, microscópio, muitas chaves de fenda, álcool isopropílico, pasta de solda, usa muita coisa.

6- Teve algum aprendizado marcante que você teve ao longo desse tempo sendo feirante?

FE08 – Sim, muita paciência.

7- Já teve alguma coisa que você aprendeu aqui, que você pode compartilhar para outras pessoas, ensinar alguém?

FE08 – Já ensinei, já.

8- Teve alguma coisa na sua banca que foi você que fez ou pessoas que você conhece que fez?

FE08 – Você fala a estrutura da banca? Sim, foi feita sim.

Tipo o que?

Serralheria, para aumentar mais um andar.

9- Teve alguma coisa de equipamento moderno que você teve que aderir?

FE08 – Sim, microscópio. Além disso, o pagamento com a máquina... É, sistema, tudo isso também. A demanda, sempre aumentou, graças a Deus.

10- Como você imagina a feira daqui a alguns anos, daqui a 20 anos? O que você acha que vai mudar?

FE08 – Ah, eu acredito que não vai mudar muita coisa não, porque aqui é patrimônio histórico, né? Então, não pode mudar muita coisa não. De estrutura, né?

11- E a sua banca em específico, o que você espera que ela melhore?

FE08 – Não, para mim está bom desse jeito.

12- Qual você acha que é o papel da feira pra Ceilândia, na sua opinião?

FE08 – Papel da feira? Mas, puxa mais pela cultura também, né? Porque aqui dizem que é a feira dos nordestinos, né? Então, é uma feira cultural, né?

13- Você já precisou usar ou ainda usa redes sociais ou alguma coisa digital pra divulgar o seu trabalho?

FE08 – Sim. Com certeza. A maior ferramenta é o Google e o Instagram.

Você acha que a feira deveria contar algum apoio para essas tecnologias?

Com certeza.

Que tipo de apoio?

Apoio financeiro, talvez até do governo, para poder injetar na feira, para poder estimular mais ainda os feirantes a divulgar, né? Porque nem todo mundo tem dinheiro para poder divulgar, porque o Instagram cobra e o Google mais ainda.

14- Qual elemento da feira você considera importante pra manter a tradição?

FE08— Sim, os feirantes, os próprios feirantes. As culturas, as comidas, as músicas, né? Que é o forró. E é isso.