



# III EBE | III ENCONTRO BAIANO DE CULT | ESTUDOS EM CULTURA



## FEIRAGUAY: A CULTURA DE FEIRA DE RUA PODERIA SER PATRIMÔNIO CULTURAL IMATERIAL DA CIDADE DE FEIRA DE SANTANA?

Amanda Maracajá Vaz de Lima Queiroz

Socióloga. Especialista em Gestão Social de Pessoas. Mestranda do Programa de Pós Graduação *Stricto Sensu* em Desenho, Cultura e Interatividade da Universidade Estadual de Feira de Santana – Bahia.  
amandamvl@hotmail.com

Lysie dos Reis Oliveira

Arquiteta e Urbanista. Doutora em História Social. Professora Adjunta da Universidade Estadual da Bahia e professora do Programa de Pós Graduação *Stricto Sensu* em Desenho, Cultura e Interatividade da Universidade Estadual de Feira de Santana - Bahia.  
lysie60@hotmail.com

Agência Financiadora: UEFS

### RESUMO

A prática cultural brasileira de comprar nas feiras de rua ainda perdura na atualidade, no entanto, agregou valores e acomodações sociais resultantes de marcadores culturais atribuídos à pós-modernidade, especialmente a globalização e os novos postulados do mercado informal que, cada vez mais, insere suas normas e premissas técnicas na tentativa de formalizar o que nasce informal. Considera-se que na contemporaneidade há grupos consumidores diversos, mas, para fins de análise que se propõe neste artigo interessa-nos aquele ávido pelas cópias das grandes marcas, os simulacros que amontoam-se nas vitrinas das feiras populares de rua que se multiplicam pelo Brasil. Neste cenário, há outro componente a ser analisado, o abandono do artesanato como manifestação artística cultural. Em suma, a proposta deste artigo é analisar a feira livre e seu sujeito, sua apropriação pela cultura brasileira e o mais recente movimento de sua transformação, que desdobra-se em sua inserção no âmbito do patrimônio cultural imaterial com o tombamento de feiras livres. Tomar-se-á, para fins de cotejamento, as transições ocorridas em dois espaços: a Feira Hippie de Ipanema, criada em 1968 e tombada a partir da lei do tombamento imaterial cultural da feira hippie, lei n. 249 de 2009 do município do Rio de Janeiro, com base nos arquivos da história da feira. Assim como, a Feira de Caruaru,

em Pernambuco, sendo a única feira livre inscrita no Livro de Registro dos Lugares<sup>1</sup>, em 2006, instituído pelo IPHAN<sup>2</sup>. No caso da cidade de Feira de Santana, o ícone “feira” constitui-se em territórios diversos, que metamorfoseiam-se segundo novas práticas sociais e hábitos culturais. Apesar da extinção da antiga feira livre pela Lei Municipal de 1977, a cidade não perdeu seu habitus de agregar a feira livre ao seu desenho urbano, inclusive incrementando-o através do turismo de compra. As características que marcam o *locus* da antiga feira livre e da nova feira de produtos do Paraguai, o “Feiraguay”, divergem do imaginário social, econômico e político dos grupos da elite de Feira de Santana. Considera-se o “Feiraguay” como o *locus* da memória social e da continuidade de saberes que continuam vivos na cultura de feira de rua, visto que a identidade permeia a cidade e é alocada na memória social. O grupo de vendedores ambulantes do “Feiraguay” se apropriou de forma desigual e diferente da herança cultural de feira livre, sendo um processo social que se renova a todo instante, construindo uma cidadania cultural a partir das ações e interações cotidianas, projetadas no imaginário dessas ações em mapas mentais da vida social deste grupo. A partir da perspectiva do Desenho Urbano observa-se o simulacro assumindo definitivamente o lugar do artesanato local, apresentando novas formas de controle do capital sobre as mercadorias e suas gentes. O mercado informal formalizado no “Feiraguay” vem configurando-se como fenômeno urbano decorrente do deslocamento compulsório do local de fixação desse comércio de rua, em Feira de Santana, levando os vendedores ambulantes a desenharem novas rotas urbanas.

**Palavras-chave:** Cultura de feira de rua. Feiraguay. Patrimônio Cultural Imaterial.

A prática cultural brasileira de comprar nas feiras de rua ainda perdura na atualidade, no entanto, agregou valores e acomodações sociais resultantes de marcadores culturais atribuídos à pós-modernidade, especialmente a globalização e os novos postulados do mercado informal que, cada vez mais, insere suas normas e premissas técnicas na tentativa de formalizar o que nasce informal. É o que se observa a partir das elucidações de Heliana Comin Vargas (2001) no que concerne ao sistema de troca no comércio de rua, visto que este não se limita apenas às mercadorias. Neste sistema predomina o caráter social, onde ideias, palavras, experiências e sensações são elementos que fazem parte das relações sociais no ambiente do mercado e, que a partir dos tempos modernos até meados do século XX, irá acentuar o elo entre o mercado e a cultura através do consumo, de acordo com Anderson Moebus Retondar (2007).

---

<sup>1</sup> Os bens são agrupados por categoria e registrados em livros. O Livro de Registro dos Lugares registra mercados, feiras, santuários, praças onde são concentradas ou reproduzidas práticas culturais coletivas. Disponível em: <<http://www.iphan.gov.br>>.

<sup>2</sup> Instituto de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, criado em 13 de janeiro de 1937 pela Lei nº 378, no governo de Getúlio Vargas. Disponível em: <<http://www.iphan.gov.br>>.

O comércio de rua, segundo Vargas (2001) é entendido como comércio de ambulantes e de atividade informal, que vem sendo desenvolvido desde a antiguidade e se firmando, cada vez mais, na contemporaneidade. A autora elucida, ainda, que o espaço físico dá suporte à atividade econômica, dando a ela localização, e esta é definida como sendo “a reunião de atributos locacionais de um ponto do território, que definem suas possibilidades de relacionamento com os demais pontos desse território” (VILLAÇA, 1968 *apud* VARGAS, 2001, p.49, nota da autora). Assim, a partir das práticas de comércio ambulante e informal, e das relações sociais instituídas, o espaço urbano vem sendo (re)desenhado pelos feirantes e comerciantes que (re)criam ruas e circulação da feira livre através da disposição de suas barracas onde suas mercadorias são expostas em vitrinas.

Com o desenvolvimento das forças produtivas no capitalismo, iniciado na modernidade, emergiu-se uma lógica social nas relações globalizadas, tendo o consumo como elemento transformador do espaço social e fundamental na reconstrução das subjetividades.

Vargas (2001, p. 96) explana que,

os mercados e, posteriormente, as feiras foram muito mais além do que fornecer mercadorias para consumidores. Agiram também como locais de distração e divertimento [...]. Desde o início, esses locais, onde a troca realizava-se, possuíam um papel muito importante, não apenas na atividade econômica, mas principalmente, na vida social. Fato esse que se amplia quando se considera o abastecimento da população como uma atividade social. Uma olhada através da história evidencia essa faceta do varejo de adotar uma condição de simbiose com as atividades sociais

Como Vargas (2001, p.161) esclarece, “o comércio, que informalmente se apropria do espaço público e se distancia da padronização da sociedade de consumo, atrai os consumidores em busca do inesperado e da compra por impulso”. A trajetória do processo de formação de uma sociedade de consumo não advém da industrialização, mas do sistema social, “que envolve um conjunto de novos valores e atitudes culturais responsáveis pela produção contínua de “necessidades”, que passam a ser constituídas como uma exigência constante de diferenciação social” (RETONDAR, 2007, p.30).

No entanto, a pós-modernidade traz em si o consumismo como fenômeno social, econômico, político, cultural, e acima de tudo decisivo para a sociedade contemporânea. Os indivíduos são levados a absorverem normas de condutas padronizadas no que se refere ao consumo, à satisfação de necessidades dos sujeitos, instituindo, assim, uma “sociedade de consumo”. Desse modo, na contemporaneidade, acelera-se o processo de redesenho das identidades sociais, onde são estabelecidas novas relações comportamentais do homem com os objetos e a

natureza, traduzindo numa “nova ética de conduta”, resultado de uma articulação entre ideologias, símbolos e imaginários, como explana Retondar (2007).

O consumismo passa a ser, no mundo contemporâneo, uma ‘ética de orientação mental’ e ganha força através dos meios de comunicação eletrônicos que, em conjunto, norteiam as condutas dos indivíduos a partir da ‘forma-imagem’. A individualização, coisificação do mundo, massificação, ideologia, imaginário, identidade e novas formas de subjetividade social, segundo Retondar (2007), são resultados das mudanças estruturais das sociedades onde o capitalismo encontra-se desenvolvido, impulsionado pelos meios de comunicação de massa, principalmente, da indústria publicitária. Ocorre, assim, uma ‘fusão’ entre consumo e comunicação, que já podia ser vista no final do século XIX, se acentuando no século XX quando o capitalismo se torna a principal ‘força civilizatória’, instituindo um ‘sistema social global’, e no século XXI formando um imaginário social por meio de um processo holístico que é o consumismo.

Lembrando os conceitos de Marx, “a mercadoria passa a obter “vida própria”, o que gera alienação no processo de sua circulação na medida em que assume esta forma autônoma em relação ao processo de sua produção” (RETONDAR, 2007, p.29). O “fetichismo” da mercadoria no capitalismo moderno serviu de base para se pensar a autonomia dos objetos na sociedade de consumo contemporâneo e a influência que estes passam a exercer no sistema de consumo em relação aos indivíduos e suas relações.

Considera-se, então, que na contemporaneidade há grupos consumidores diversos, mas aqui interessa-nos aquele ávido pelas cópias das grandes marcas, os simulacros. Dessa maneira, o processo que formou e vem consolidando a sociedade de consumo, desde os tempos modernos, está na “imitação” por parte dos segmentos e classes sociais mais baixas, iniciado pela média burguesia, na modernidade, e pelas classes B, C, D e E que vem se firmando na estratificação social brasileira, na pós-modernidade.

A emergência da “indústria da imitação” vem proporcionando uma produção em larga escala de “versões baratas de produtos que simbolizam uma aproximação com o consumo das elites” (RETONDAR, 2007, p.34), onde “o efeito agitador do consumismo fez aparecer críticas imediatas, visto que os estilos (as modas) das classes superiores podiam facilmente ser imitados em forma de modelos mais baratos para venda em larga escala” (STEARNS, 2001, p.19 *apud* RETONDAR, 2007, p.34). Paralelamente a este crescimento do poder de consumo das classes médias, da produtividade e do estabelecimento de uma nova forma de conduta social, está o crescimento do espaço urbano que vem desenvolvendo novas formas de interação social, ou seja, existe uma relação de ‘interdependência e racionalização das práticas de consumo’.

Neste cenário, há outro componente a ser analisado, o abandono do artesanato como “arte de fato” que, nesta condição seria irreprodutível. O “autêntico” passa a ser uma invenção moderna e transitória, sendo uma tendência histórica global, resultando naquilo que Walter Benjamin (1936 *apud* CANCLINI, 1994, p. 110) explana, que “aproximar espacial e humanamente as coisas é uma aspiração das massas de hoje – uma exigência histórica [...] as obras se difundem em múltiplos cenários e propiciam leituras diversas”. Desse modo, nota-se que em alguns mercados urbanos brasileiros, o artesanato está sofrendo transformações em seu modo de produzir decorrente da esfera do consumo.

Cada vez mais, as artes populares são reproduzidas e estocadas, como acontece com os produtos industrializados, visto que, raramente, encontra-se uma peça única, exclusiva, principalmente, nas regiões Norte e Nordeste. Conforme Canclini (1994, p. 111), “os artesanatos de maior venda são imitados em outras cidades e em oficinas das grandes cidades [...], que copiam diretamente os desenhos para usufruir de seus êxitos no mercado”. Exemplo deste fato são as fitas do Senhor do Bonfim que fazem parte da cultura da Bahia, mas que são (re)produzidas na indústria paulista, outros exemplos são os mercados e feiras de artesanatos de Pernambuco, Paraíba, Rio Grande do Norte e Ceará onde encontram-se nos boxes ou barracas peças de cada Estado, principalmente as cerâmicas e as rendas.

Diante disto, a proposta deste artigo é analisar a feira livre e seu sujeito, sua apropriação pela cultura brasileira e o mais recente movimento de sua transformação, ancorado no fato de o poder público ter-se apropriado de sua implantação de maneiras variadas, inicialmente formalizando-a, estabelecendo parâmetros de funcionamento e, mais recentemente, apropriando-se das feiras tradicionais através de um novo mecanismo, baseado em sua inserção no âmbito do patrimônio cultural imaterial inventado no intuito de criar atrativos na cidade vitrina que se perde do passado.

Ressalta-se aqui, para melhor entendimento, a definição que a Unesco estabelece sobre Patrimônio Cultural Imaterial, que são

as práticas, representações, expressões, conhecimentos e técnicas - junto com os instrumentos, objetos, artefatos e lugares culturais que lhes são associados - que as comunidades, os grupos e, em alguns casos, os indivíduos reconhecem como parte integrante de seu patrimônio cultural. O Patrimônio Imaterial é transmitido de geração em geração e constantemente recriado pelas comunidades e grupos em função de seu ambiente, de sua interação com a natureza e de sua história, gerando um sentimento de identidade e continuidade, contribuindo assim para promover o respeito à diversidade cultural e à criatividade humana. (Disponível em: [www.iphan.gov.br](http://www.iphan.gov.br))

Tomar-se-á, então, para fins de cotejamento, as transições ocorridas em dois espaços: a Feira Hippie de Ipanema e a Feira de Caruaru, em Pernambuco, sendo esta a única feira livre inscrita, em 2006, no Livro de Registro dos Lugares instituído pelo IPHAN.

Surgida dentro do movimento Contra-Cultura mundial, em 1968, a Feira Hippie de Ipanema trazia uma proposta diferenciada da indústria, que estava se estabelecendo no Rio de Janeiro. A feira localizava-se, há mais de quarenta anos, na esquina da Rua Jangadeiros com a Rua Prudente de Moraes e a partir do desenvolvimento do trabalho artesanal ou artístico de brasileiros, com a antiga forma de vendas direta ao consumidor, serviu de moldes para a pulverização de Feiras Livres de Artesanato por todo o país. No entanto, atualmente no universo da Feira Hippie de Ipanema, localizada na Praça General Osório, no Bairro de Ipanema, vem emergindo, cada vez mais, a concorrência nas mediações de camelôs e de empresários de micro e pequenas empresas, o que faz com que os artesãos e artistas da feira passem a criar estratégias para “administrar” a situação.

A atitude tomada foi a junção entre os interesses dos artesãos, representados pelo artesão Ivan Jilek, com o poder público municipal, representado pela vereadora Rosa Fernandes, para o início do processo de tombamento da feira, a partir da lei do tombamento imaterial cultural da feira hippie, lei n. 249 de 2009, do município do Rio de Janeiro, com base nos arquivos da história da feira e da comissão de administração (informações, fotografias).

De acordo com o documento oficial, publicado em 27 de junho de 2011, na Câmara Municipal do Rio de Janeiro,

o Presidente da Câmara Municipal do Rio de Janeiro, o vereador Jorge Felipe, nos termos do art. 79, § 7º, da Lei Orgânica do Município do Rio de Janeiro, de 5 de abril de 1990, não exercida a disposição do § 5º do artigo acima, promulga a Lei nº 5.286, de 27 de junho de 2011, oriunda do Projeto de Lei nº 249, de 2009, de autoria da Senhora Vereadoras Rosa Fernandes. LEI Nº 5.286, DE JUNHO DE 2011 Tomba, como bem de natureza imaterial da Cidade do Rio de Janeiro, a Feira Hippie de Ipanema, localizada na Praça General Osório, no Bairro de Ipanema

O documento ainda traz,

art. 1º Fica tombada, como bem de natureza imaterial da Cidade do Rio de Janeiro, a Feira Hippie de Ipanema, localizada na Praça General Osório, Ipanema, em face de sua relevante concentração e produção de práticas culturais fortalecedoras da memória e da identidade da sociedade brasileira. Art. 2º Para fins do disposto nesta Lei, o Poder Executivo do Município do Rio de Janeiro procederá aos registros necessários nos livros próprios do órgão competente. Art. 3º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação



Imagem 01: Feira Hippie de Ipanema, Praça General Osório. Rio de Janeiro.  
Fonte: Queiroz, 2011.



Imagem 02: Feira Hippie de Ipanema, Praça General Osório. Rio de Janeiro.  
Fonte: Queiroz, 2011.

Com relação à Feira de Caruaru, em Pernambuco, vale destacar o crescimento de seu comércio informal, que possibilitou aos pesquisadores confirmarem que a cidade de Caruaru nasceu da feira livre e com a feira livre, sendo então interdependentes desde o passado até a atualidade. O saber popular foi registrado a partir das canções, de outros escritos, como o do Mestre Vitalino e seus seguidores. Segundo Marieta Borges (2008), a Feira passou a ser o foco do levantamento elaborado pelos alunos e técnicos da UFPE coordenados pelo Doutor em Antropologia, Bartolomeu (Frei Tito) Figueiroa de Medeiros, sob a supervisão da 5ª Superintendência Regional do IPHAN, com sede em Pernambuco, através de suas pesquisadoras Mabel Batista e Graça Villas.

Em seguida, montou-se um dossiê com bibliografia existente, principalmente a obra de Nelson Barbalho, que “debruçou-se sobre a vida e a história caruaruense. Disto, resultou-se, em janeiro de 2007, na Feira de Caruaru ser considerada Patrimônio Imaterial, sendo a única feira livre inscrita no Livro dos Lugares instituído pelo IPHAN e, de acordo com Borges (2008), “o segundo título dessa natureza concedido a um reconhecido bem intangível no país”. Dessa maneira, o saber popular estava sendo tombado. Como explana Borges (2008), a Feira de Caruaru apresenta várias “feiras”: a “Feira das Frutas e Verduras”; a “Feira de Raízes e Ervas Medicinais”; a “Feira do Troca-Troca”; a “Feira de Flores e Plantas Ornamentais”; a “Feira do Couro (calçados, chapéus, bolsas...)”; a “Feira Permanente de Confecções Populares / “Feira de Roupas”; a “Feira dos Bolos, seção de Goma e Doces”; a Feira das Ferragens”: a “Feira de Artigos de Cama, Mesa e Banho”; a “Feira das Galinhas”; a “Feira do Fumo”: a “Feira dos Importados”; a “Feira do Artesanato”; a “Feira da Sulanca” e a “Feira do Gado”.



Disponível em <http://www.marietaborges.com>



Disponível em: <http://www.marietaborges.com>

Assim como a cidade de Caruaru (PE), a cidade de Feira de Santana nasceu da feira livre e com a feira livre, o que permitiu que o município despontasse como a segunda maior cidade do estado da Bahia, privilegiada por localizar-se num entroncamento rodoviário, sendo passagem obrigatória para quem circula para o Norte e para o sul do país. Destacando-se, então, como “entreposto comercial de vida própria”. Nesse sentido, conforme Alane Carvalho Santos (2002), pouco a pouco a cidade se tornava a porta do sertão. Assim, existe uma interdependência entre a história da cidade e a do comércio, onde o crescimento do comércio feirense ultrapassou fronteiras regionais, sendo responsável pela divulgação da cidade em toda a região Nordeste, atraindo viajantes e turistas, desde o século XVIII à atualidade. Assim, o ícone “feira” constitui-se em territórios diversos, que metamorfoseiam-se segundo novas práticas sociais e hábitos culturais.

Santos (2002) cita o projeto “Memória da Feira Livre de Feira de Santana”, iniciado pelo prof. Vicente Deocleciano. A centenária feira livre, a partir dos anos 70, sofreu ataques e pressões que, no decorrer dos anos, chegaram a maiores proporções. Conforme Deocleciano, a extinção da feira livre, pela Lei Municipal de 1977, apresentou como principais motivos os ideais modernizadores, já que para acompanhar o desenvolvimento industrial do país e do estado da Bahia, Feira de Santana, a segunda maior cidade do estado, deveria fazer parte do progresso e da modernização a partir do processo de urbanização e da instalação do parque industrial, o Centro Industrial do Subaé (CIS).

Entretanto, a extinção da feira livre como intuito de encobrir a origem do município como feira, que foi o cerne do seu desenvolvimento, não impossibilitou a perda de seu potencial turístico de compra. A partir da perspectiva do Desenho Urbano observa-se o simulacro assumindo definitivamente o lugar do artesanato local, apresentando novas formas de controle do capital sobre as mercadorias e suas gentes. Todavia, as características que marcam o *locus* da antiga feira livre e da nova feira de produtos do Paraguai divergem do imaginário social, econômica e político dos grupos da elite de Feira de Santana. Vale ressaltar, conforme James Fentress e Chris Wickham (1992), que o grau de influência que a cultura de elite pode exercer sobre a cultura popular está na ausência da noção da particular natureza da memória como fonte, por isso a importância ao estudar um grupo social é assentar na sua memória e não apenas nos documentos, posto que a memória é um fato social, o que mostra que só em parte é social.

Desse modo, o “Feiraguay” da cidade de Feira de Santana pode ser visto como uma abordagem sobre a reinvenção da cultura da feira livre nordestina. O seu mercado informal formalizado vem configurando-se como fenômeno urbano e decorrente do deslocamento

compulsório do local de fixação desse comércio de rua, levando os vendedores ambulantes a desenharem rotas urbanas. O “Feiraguay”, de acordo com Michael Pollak (1989), compreendido como fato social, não deve ser mais tratado como “coisa”, mas ser analisado como se tornou “coisa”, ou seja, como e por quem o “Feiraguay” é solidificado e dotado de duração e estabilidade. Sendo um fenômeno urbano e social, é marcado pela exclusão e marginalização de seu grupo social desde a década de 80, quando iniciam as novas rotas urbanas: Calçadão da Sales Barbosa e Praça Presidente Médici, atual localização do comércio de importados.

A construção da memória social se dá através da estruturação da memória subjetiva “pela linguagem, pelo ensino e observação, pelas ideias coletivamente assumidas e pelas experiências partilhadas com os outros”, ou seja, “a nossa experiência do presente fica, portanto, inscrita na experiência passada. a memória representa o passado e o presente ligados entre si e coerentes, neste sentido, um com o outro” (FENTRESS; WICKHAM, 1992, p.39). A memória social, por ser experiência coletiva, identifica um grupo, conferindo sentido ao seu passado e definindo as suas aspirações para o futuro. Assim, a memória subterrânea desse grupo se opôs, e continua se opondo, à memória oficial de Feira de Santana, memória esta que a elite quer manter - cidade moderna sem a forte presença de elementos de feira livre -, rompendo-se o tabu e invadindo o espaço público.

O que se verifica é que o limite entre o dizível e o indizível, o confessável e o inconfessável, separa a memória social subterrânea dos vendedores do “Feiraguay” de uma memória social organizada que resume a imagem que a elite da sociedade feirense deseja passar e impor. Há uma permanente interação entre o vivido e o aprendido, o vivido e o transmitido. E, segundo Pollak (1989), essas constatações se aplicam a toda forma de memória, como a individual e a social.

Considera-se que o “Feiraguay” é o *locus* da memória social e da continuidade de saberes que continuam vivos na cultura de feira de rua, visto que a identidade permeia a cidade e é alocada na memória social. Segundo Fentress e Wickham (1992, p.64), “uma memória só pode ser social se puder ser transmitida e, para ser transmitida, tem que ser primeiro articulada”, desse modo, a memória social é, portanto, memória articulada. Nesse sentido, o “Feiraguay” é um dos lugares de cotidiano-feira, onde as imagens guardadas na memória social dos vendedores ambulantes são compostas por uma mistura de imagens, ratificando que a memória social não se limita à memória de palavras, ainda assim, com a continuação da experiência, conforme Fentress e Wickham (1992), as memórias se sobrepõem e a transmissão da narrativa é também marcada por este processo.



Imagem 06: Feiraguay. Praça Presidente Médici. Feira de Santana (BA).  
Fonte: Queiroz, 2011.

O “Feiraguay” vem se firmando cada vez mais como centro comercial e centro turístico, seja com a sua informalidade formalizada seja com redesenho do espaço urbano do antigo centro de Feira, formando, possivelmente, um novo bairro comercial.



Imagem 07: Feiraguay. Praça Presidente Médici. Feira de Santana (BA).  
Fonte: Queiroz, 2011.

Admite-se que o “Feiraguay” pode ser considerado como patrimônio cultural imaterial de Feira transmitido de geração a geração a partir de um processo de recriação de espaço material e imaterial de feira livre e assim representando os seus modos de conceber e viver o mundo e a vida próprios deste grupo social. Os grupos sociais se apropriam de forma desigual e diferente da herança cultural. Portanto, qualquer que seja o interesse em preservar uma tradição dentre

as diversas que existem, que possamos pensar em outras possibilidades, e de acordo com a especificidade do nosso patrimônio cultural, algo que emergja de uma apropriação democrática, com condições materiais e simbólicas para que todas as classes encontrem nele um significado e possam compartilhá-lo.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Entendendo que patrimônio cultural, além de unir os que compartilham um conjunto de bens e práticas que os identifica, é um lugar de cumplicidade social, abordando o processo histórico e simbólico dos bens patrimoniais, o grupo do “Feiraguay” se apropriou de forma desigual e diferente da herança cultural de feira livre, sendo um processo social que se renova a todo instante, construindo uma cidadania cultural a partir das ações e interações cotidianas, projetadas no imaginário dessas ações em mapas mentais da vida social deste grupo.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CANCLINI, Nestor Garcia. **O patrimônio cultural e a construção imaginária do nacional**. Traduzido por Maurício Santana Dias. Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, [S.I.], n.23. pp. 95-115. 1994.

BORGES, Marieta. **FEIRA DE CARUARU – UM PATRIMÔNIO DO BRASIL**. Publicado em 18 de setembro de 2008. Disponível em: <<http://www.marietaborges.com>>.

**FEIRA DE CARUARU**. Registro de Bens. Disponível em: <<http://www.iphan.gov.br>>.

**FEIRA HIPPIE DE IPANEMA**. Disponível em: <<http://www.talentodaterra.com/feira-hippie-de-ipanema-e-tombada>>.

FENTRESS, James; WICKHAM, Chris. **Memória Social: novas perspectivas sobre o passado**. Lisboa: Teorema. pp. 13-109. 1992

**INSTITUTO DE PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL (IPHAN)**. Disponível em: <<http://www.iphan.gov.br>>.

**LIVRO DE REGISTRO DOS LUGARES**. Disponível em: <<http://www.iphan.gov.br>>.

**PATRIMÔNIO CULTURAL IMATERIAL**. Disponível em: <<http://www.iphan.gov.br>>.

POLLAK, Michael. **Memória e identidade social**. Disponível em: <<http://www.cpdoc.fgv.br/revista/arq/104.pdf>>.

RETONDAR, Anderson Moebus. **Sociedade de consumo, modernidade e globalização**. São Paulo: Annablume. Campina Grande: EDUFCG. 2007.

SANTOS, Alane Carvalho. Desenvolvimento, Civilização e Modernidade: O sonho da industrialização em Feira de Santana. **Revista Virtual de História**. Feira de Santana, 14p, 2002.

VARGAS, Heliana Comin. **Espaço terciário**: o lugar, a arquitetura e a imagem do comércio. São Paulo: Editora SENAC São Paulo. 336p. 2001.