

FACULDADE DAMAS DA INSTRUÇÃO CRISTÃ
CURSO DE ARQUITETURA E URBANISMO

LAÍS RAYANE MULITERNO REIS

FEIRAS LIVRES E MERCADOS PÚBLICOS: UMA ANÁLISE DO
COMÉRCIO POPULAR À LUZ DA MODERNIZAÇÃO DOS MODELOS
DE VAREJO SUPERMERCADISTAS

RECIFE

2018

FACULDADE DAMAS DA INSTRUÇÃO CRISTÃ
CURSO DE ARQUITETURA E URBANISMO

Laís Rayane Muliterno Reis

**FEIRAS LIVRES E MERCADOS PÚBLICOS: UMA ANÁLISE DO
COMÉRCIO POPULAR À LUZ DA MODERNIZAÇÃO DOS MODELOS
DE VAREJO SUPERMERCADISTAS**

Trabalho de conclusão de curso apresentado
como exigência parcial para a Graduação no Curso
de Arquitetura e Urbanismo, sob a orientação da
Professora Dra. Ana Maria Filgueira Ramalho.

RECIFE
2018

Catálogo na fonte
Bibliotecário Ricardo Luiz Lopes CRB/4-2116

R375f Reis, Laís Rayane Muliterno.
Feiras livres e mercados públicos: uma análise do comércio popular à luz da modernização dos modelos de varejo supermercadistas / Laís Rayane Muliterno Reis. - Recife, 2018.
113 f.: il. color.

Orientador: Prof^a. Dr^a. Ana Maria Filgueira Ramalho
Trabalho de conclusão de curso (Monografia – Arquitetura e Urbanismo) – Faculdade Damas da Instrução Cristã, 2018.
Inclui bibliografia

1. Arquitetura e urbanismo. 2. Feira livre. 3. Mercado público. 4. Varejo supermercadista. I. Ramalho, Ana Maria Filgueira. II. Faculdade Damas da Instrução Cristã. III. Título

72 CDU (22. ed.)

FADIC (2018-204)

FACULDADE DAMAS DA INSTRUÇÃO CRISTÃ
CURSO DE ARQUITETURA E URBANISMO

LAÍS RAYANE MULITERNO REIS

**FEIRAS LIVRES E MERCADOS PÚBLICOS: UMA ANÁLISE DO
COMÉRCIO POPULAR À LUZ DA MODERNIZAÇÃO DOS MODELOS
DE VAREJO SUPERMERCADISTAS**

Trabalho de conclusão de curso apresentado como exigência parcial para a Graduação no curso de Arquitetura e Urbanismo, sob orientação da Professora Dra. Ana Maria Filgueira Ramalho.

Aprovado em _____ de _____ de 2018.

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Dra. Ana Maria Filgueira Ramalho

Prof^a. Dra. Winnie Emily Fellows

Prof^a. Dr^a. Mércia Carréra de Medeiros

DEDICATÓRIA

Aos meus pais Elba e Josafá, meu irmão Rodrigo e meu noivo, Reberthy, que sempre dividiram tudo comigo, aos quais também dedico minhas conquistas e agradeço pelo amor e apoio incondicional mesmo nos momentos em que precisei estar ausente para realizar este sonho.

AGRADECIMENTOS

Ao término de um trabalho é sempre gratificante poder agradecer, podendo até parecer redundante, mas é exatamente esta a sensação, tanto para com aqueles que participaram diretamente do processo de desenvolvimento da pesquisa, quanto àqueles que de uma forma ou de outra também contribuíram!

Agradeço a Deus por me dar forças e sabedoria para concluir mais um ciclo na minha vida. Agradeço também por se manter presente em todos os momentos.

Desta forma, sou muito grata a minha orientadora, Professora Ana Ramalho, que me acompanha desde o início da graduação e faz parte da minha construção como Arquiteta e Urbanista e que mesmo diante de uma demanda exaustiva de ocupações que um professor universitário está fadado a cumprir, manteve-se disponível, paciente e disposta a me auxiliar durante toda essa etapa além de conduzir a orientação da nossa pesquisa de forma substancial, me ajudando a definir os caminhos a trilhar.

Agradeço a professora Winnie Felows, que com sua sabedoria e dedicação ministrou os ensinamentos técnicos para o desenvolvimento desta pesquisa, assim como sua ajuda para a correção de inúmeros pontos de melhoria neste trabalho.

Agradeço a minha família, por me ensinar a lutar pelos meus sonhos e objetivos de forma ética e com determinação.

Aos colegas de classe que se fizeram presente desta inesquecível trajetória;

Também agradeço às amigas Maria Beatriz, Daniela, Ana Karine, Luciana, Beatriz e Christianne, por tudo o que compartilhamos durante todos os anos de graduação.

À banca examinadora, por aceitarem examinar o meu trabalho com determinação, respeito e carinho.

Agradeço à Instituição FADIC pela excelência no ensino, que me fez crescer como pessoa, trabalhando nas minhas limitações e me capacitando para competir de forma agressiva num mercado de trabalho altamente competitivo.

Por fim, minha mais ampla gratidão àqueles que dão tom a este trabalho, os feirantes!

[...] A gente se mistura, se confunde
no meio daquela multidão.
Simplicidade, passos pequenos,
bolsas, carrinhos e sacolas cheias
vamos levando na mão.
Esquecemos por uns momentos
tristeza, mágoa e preocupação.
É muito bom fazer feira [...]

Didi Leite

RESUMO

Os comércios populares como feiras e mercados públicos, além de instituições de vendas e comercializações, se tratam de um fenômeno social, econômico, político e cultural que buscam sua sobrevivência no cotidiano das cidades. Esses modelos tradicionais de varejo seculares que surgiram a partir das necessidades de abastecimento humano estão vendo suas tradições desaparecendo do contexto social. Diante disso, questiona-se se de fato as feiras e mercados públicos estão sendo substituídos por equipamentos padronizados como supermercados e se tais mudanças são decorrentes das novas necessidades dos consumidores ou interesses de empresários e gestores públicos. Dessa forma, esse trabalho se propôs a conhecer a dinâmica espacial da feira livre e mercado público de Abreu e Lima antes e depois da relocação a fim de identificar quais os desafios do comércio popular tradicional em relação aos modernos equipamentos de varejo supermercadistas. O conhecimento teórico mostrou, que esse modelo de varejo tradicional enfrenta riscos devido ao cenário econômico onde estão inseridos, em que os supermercados buscam promover suas vendas para atrair clientes enquanto os comércios populares não têm esse privilégio. Além disso, normalmente esses riscos são reflexos dos interesses de empresários e gestores públicos, como mostrado nos resultados obtidos, em que o poder público tratou da relocação visando melhorias que só prejudicaram feirantes e beneficiaram empresários. A pesquisa empírica revelou que os consumidores apenas escolhem a feira quando essa está inserida próximo aos supermercados, admitindo-se que a feira não consegue se manter sozinha sem o apoio de outros comércios, mas os supermercados sim.

Palavras-chave: Feira livre. Mercado Público. Varejo Supermercadista.

ABSTRACT

Popular trades such as fairs and public markets, as well as sales and marketing institutions, are a social, economic, political and cultural phenomenon that seek to survive in the daily life of cities. These traditional secular retail models that have emerged from the needs of human supply are seeing their traditions fading from the social context. Faced with this, it is questioned whether in fact the fairs and public markets are being replaced by standardized equipment such as supermarkets and whether such changes are due to the new needs of consumers or interests of businessmen and public managers. In this way, this work set out to know the spatial dynamics of the free market and public market of Abreu and Lima before and after the relocation in order to identify the challenges of the traditional popular trade in relation to the modern equipment supermarket retailers. The theoretical knowledge showed that this traditional retail model faces risks due to the economic scenario where they are inserted, in which the supermarkets seek to promote their sales to attract customers while the popular trades do not have this privilege. In addition, these risks are usually reflected by the interests of public entrepreneurs and managers, as shown in the results obtained, in which the public authorities dealt with the relocation, aiming at improvements that only hindered marketers and benefited entrepreneurs. Empirical research has shown that consumers only choose the fair when it is placed next to supermarkets, assuming that the fair can not stand alone without the support of other businesses, but supermarkets do.

Keywords: Street market. public market. retail supermarket.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	13
CAPÍTULO I - FEIRAS LIVRES: DA ORIGEM AOS DIAS ATUAIS	17
1.1 Feiras livres, a origem	17
1.2 Feiras livres no Brasil	19
1.2.1 Feiras livres no Nordeste brasileiro	22
1.3 Feiras livres atualmente	24
CAPÍTULO II - MERCADOS PÚBLICOS: ELEMENTOS PARA COMPREENDER A SUA ORIGEM	28
2.1 A gênese dos mercados públicos	28
2.2 Mercados Públicos no Brasil	30
2.3 Mercados Públicos no contexto atual	32
CAPÍTULO III – MODELOS TRADICIONAIS A LUZ DOS ATUAIS MODELOS DE VAREJO SUPERMERCADISTA	35
3.1 As feiras como instituições tradicionais	35
3.2 Modelos de varejo supermercadistas	37
3.3 Circuitos Econômicos	38
3.4 A luta pela sobrevivência das feiras livres	39
3.5 A expansão do varejo supermercadista	41
3.6 Escolha compra do consumidor	43
3.7 O feirante	46
CAPÍTULO IV – ASPECTOS GERAIS DO MUNICÍPIO DE ABREU E LIMA	48
4.1 Histórico	48
4.2 Localização e Acessos	50
4.3 Aspectos Socioeconômicos	53
4.4 O antigo Mercado Público de Abreu e Lima	55
4.5 Antiga feira livre de Abreu e Lima	57
4.6 O Centro comercial no contexto do varejo tradicional	64
4.7 A desapropriação, relocação e a falta de gestão	67
4.8 A nova feira de Abreu e Lima	72
4.9 Situação atual da nova feira livre	75
CAPÍTULO V – ANÁLISE DO COMÉRCIO POPULAR: PASSADO E PRESENTE	78

5.1	Procedimentos Metodológicos	78
5.2	Perfil dos feirantes e a dinâmica dos modelos de varejo tradicionais	80
5.2.1	Os pontos de vista acerca dos modelos de varejo tradicionais.....	81
5.3	A relocação da feira no contexto mercantil de Abreu e Lima	82
5.4	Realidade atual do comércio varejista tradicional e supermercadista: aceitação e concorrência	86
5.5	O espaço social e territorial da feira	94
5.6	Considerações	98
CONSIDERAÇÕES FINAIS		100
REFERÊNCIAS.....		103
APÊNDICES		107
APÊNDICE A		108
APÊNDICE B		110
APÊNDICE C		111
APÊNDICE D		112

INTRODUÇÃO

As feiras livres e Mercados Públicos são fenômenos com atribuições econômicas, políticas e culturais, e “não são apenas o local de encontro e da procura de bens e mercadorias, mas, também o lugar onde se realizam e condicionam um sem número de atividades paralelas: sociais, religiosas, políticas, administrativas, recreativas, etc” (MOTT, 1975, p. 10).

No Brasil, o princípio desse gênero de comércio popular se deu através das feiras livres, presentes desde o período colonial e herança das tradicionais feiras européias, onde conseqüentemente se materializou em mercado público. No Nordeste principalmente, eles ainda se destacam como fonte de abastecimento das cidades, além de serem considerados lugares de territorialidades e socializações.

O supermercado surgiu no final do século XIX, mas sua expansão só ocorreu de fato após a Segunda Guerra Mundial. Com uma nova proposta de comércio varejista que apresentava um conceito onde agregava diversos tipos de mercadorias em um mesmo lugar e uma rápida rotatividade do capital. No Brasil, esse modelo teve gênese na década de 50, até o seu surgimento a comercialização de alimentos e demais produtos eram realizadas por simples comércios, entre eles, as feiras e mercados públicos que mesmo com a sua tradição advinda de décadas sentiram uma mudança significativa no cenário comercial com a expansão dos super e hipermercados na década de 60.

Entre o varejo tradicional e o moderno existe um conflito em que o poder público tende a beneficiar e proteger de forma indireta os interesses dos empresários, donos de supermercados proporcionando infraestrutura e incentivos fiscais enquanto aumentam e intensificam leis e diretrizes que fiscalizam e regulamentam as feiras. Além de determinarem ações contra as feiras que mesmo as prejudicando, privilegie as redes de supermercados. Aliado a isso, o supermercado tem a vantagem de investir em meios, como marketing, publicidade e propaganda que possam vir a atrair consumidores, enquanto por outro lado, a imprensa e a mídia relatam a feira de forma pejorativa, com sujeira, odores, doenças, implantando na sociedade uma real necessidade em cessar esse formato de varejo (JESUS, 1992).

Observam-se esses conceitos quando o poder público padronizam e remanejam as feiras e quando a mídia noticia a feira como estando decadente, suja, bagunçada ou esquecida.

Diante da perspectiva dos formatos de varejo, questiona-se se os tradicionais equipamentos da cidade, como as feiras livres e mercados públicos, embutidos de valores sociais, culturais e econômicos, estão sendo substituídos por equipamentos padronizados como cadeias de supermercado? As mudanças nas preferências dos equipamentos de consumo ocorrem pelas novas necessidades dos consumidores ou pelos interesses dos empresários e gestores públicos?

Visto que um dos cenários mais marcantes nas lembranças da população abreulimense é a referência da feira livre e mercado público que se inseria no contexto central da cidade, onde constituía parte da identidade da mesma. Por esse motivo, a relocação da feira livre e retirada do mercado público da principal praça da cidade, gerou grandes questionamentos na a municipalidade, comerciantes e feirantes. O pátio já não suportava mais as proporções atingidas pela feira livre, ocasionando transtornos ao centro da cidade como por exemplo, interferências no fluxo da via (BR-101). As mudanças na perspectiva dos formatos de varejo são notadas quando os consumidores optam por realizar suas compras em equipamentos tidos como atuais e modernos, atrelando a eles, facilidades que interferem diretamente no cotidiano das pessoas, onde elas se atraem pelo que é mais simples e cômodo. Quanto a relocação, esta provavelmente ocorreu a partir de decisões dos gestores públicos, que como forma de melhorar o centro da cidade, deu prioridade a remoção da feira livre, beneficiando assim, os empresários supermercadistas e comerciantes locais. Ou seja, a feira vem perdendo seu espaço de mercado para os supermercados que cada dia mais se tornam mais sortidos, seguros e confortáveis, modalidade que acaba melhor suprimindo os anseios da sociedade, sendo assim, a feira livre apenas será priorizada enquanto atender os anseios de uma população culturalmente moderna que facilmente substituirá o passado pelo futuro, conforme for mais conveniente.

Este trabalho tem como objetivo conhecer a dinâmica espacial da feira livre e mercado público de Abreu e Lima antes e depois da relocação a fim de identificar quais os desafios do comércio popular tradicional em relação aos modernos equipamentos de varejo supermercadistas.

Para promover a resolução de tais objetivos, procuraremos:

- Identificar os valores culturais, sociais e econômicos da feira livre e do mercado público de Abreu e Lima.
- Identificar junto aos consumidores de Abreu e Lima, as suas preferências levando em consideração as formas de varejo disponíveis no município;
- Verificar a ótica dos feirantes sobre a questão da modernização dos modelos de comércio;
- Analisar o projeto da nova feira livre da cidade de Abreu e Lima/PE, apresentando os problemas e soluções acarretadas com a relocação dos feirantes.
- Investigar de onde partiu a decisão de transferência da feira e as justificativas para esse fato.
- Analisar as conseqüências da relocação da feira de Abreu e Lima.

Não há muitos trabalhos que relacionem as feiras livres e mercados públicos com os novos formatos de varejo, de maneira que busque analisar os desafios enfrentados pelo varejo tradicional em relação ao varejo supermercadista que tendem a se expandir ainda mais com o passar do tempo e a importância dessas instituições econômicas e sociais para a dinâmica das cidades. Portanto, justifica-se a execução deste projeto de pesquisa pela contribuição que trará para entendermos o cenário do comércio varejista sob a perspectiva do usuário e de todos os personagens que o compõem evidenciando que o varejo tradicional possui uma racionalidade, um objetivo, uma dinâmica espacial com fluxos e circulação. Desta forma, este trabalho insere-se numa linha de pesquisa que procura entender a reprodução do espaço urbano, através do estudo das formas do comércio varejista.

Os resultados obtidos contribuirão também como argumento para a defesa da manutenção e existência das feiras livres e mercados públicos, diante das evidências de conflitos existentes.

Os dados empíricos foram obtidos através dos seguintes procedimentos: levantamento e leituras bibliográficas, visitas ao local, registros fotográficos, aplicação de entrevistas semi-estruturadas (questionários) junto aos feirantes, comerciantes do município e consumidores e entrevista com representante público.

Quanto a divisão estrutural do trabalho, este se fragmenta em cinco capítulos onde no primeiro, retratamos como e com que finalidade surgiram as feiras livres, no contexto mundial, brasileiro e nordestino e de que maneira se fortaleceram no contexto mercantil, buscando referências que expliquem os motivos de a feira conseguir sobreviver aos tempos modernos e continuarem inseridas no mercado atual.

Posteriormente, no segundo capítulo, fornecemos os elementos capazes de esclarecer a gênese dos mercados públicos e quais os motivos influenciaram a sua materialização em escala mundial, seu surgimento no contexto brasileiro e como estão permanecendo no cotidiano das cidades, mesmo a multiplicação dos supermercados.

O terceiro capítulo trata das relações entre os modelos de varejo tradicionais e supermercadistas, buscando levar em consideração a importância da feira livre para as cidades além de identificar as vantagens e desvantagens atribuídas à realização de compras nos dois modelos citados.

O quarto e último capítulo teórico busca mostrar como se identifica o município, procurando abordar desde o seu povoamento e emancipação, relatando as suas principais características. Além de apresentar o contexto da cidade, ilustrando as principais referências da cidade de forma que o leitor consiga compreender mais facilmente o que deseja ser transmitido. Além de ilustrar como eram compostos antigamente a feira livre e o mercado público.

O último capítulo compõe e fundamenta o conteúdo proposto em teoria, analisando os dados obtidos com os questionários e entrevistas realizadas com feirantes, consumidores, representantes públicos e comerciantes locais tendo como objetivo identificar quais os desafios do comércio popular tradicional em relação aos equipamentos de varejo supermercadistas no contexto da cidade de Abreu e Lima.

CAPÍTULO I - FEIRAS LIVRES: DA ORIGEM AOS DIAS ATUAIS

Neste capítulo, mostraremos como se deu a evolução histórica das feiras no mundo, direcionando ao seu surgimento no Brasil, e principalmente no Nordeste. Abordaremos nesse contexto a situação em que se encontram as feiras livres no país e a sua importância para a cultura e economia local e regional.

1.1 Feiras livres, a origem

As feiras livres surgiram a partir das necessidades de abastecimento humano, ocorrendo primeiramente entre grupos e posteriormente em locais que pudessem atender as demandas de uma população. Essa prática de origem milenar remete aos primeiros grupos humanos desde que o homem deixou de ser nômade, com relatos de sua existência já no início da era cristã. (SOUSA, 2004, p.200)

E vieram a Jerusalém; e Jesus, entrando no templo, começou a expulsar os que vendiam e compravam no templo; e derrubou as mesas dos cambiadores e as cadeiras dos que vendiam pombas. (MARCOS 11:15, Bíblia Sagrada).

Nesse sentido, Jesus ao se referir aquelas pessoas às incitavam quanto ao comércio no Templo, o que indica que a comercialização era frequente e diversificada demonstrando uma prática da feira livre.

Segundo Sousa (2004), não se tem o conhecimento exato de onde foram realizadas as primeiras feiras, mas, pode-se afirmar que na Idade Média, em torno de 500 a.C. já eram exercidas tais atividades comerciais por algumas civilizações que dominavam o comércio dos continentes aproveitando-se da privilegiada localização de suas rotas marítimas. Sendo as autoridades dessas civilizações os mais interessados em implantar feiras nas suas regiões, pois acreditavam que ela aumentaria o fluxo de recursos naquela localidade, assim como negociariam os seus próprios recursos e conseqüentemente se beneficiariam.

Em verdade, atribui-se à idade média, a oficialização das feiras, tendo em vista que na época dos faraós, quer dizer, no período escravagista, bem como na fase do feudalismo, não existiam tão acirradamente as feiras, por causa da produção para auto-consumo. (SOUSA, 2004, p.200)

É na Idade Média que a feira livre fortalece as relações comerciais e econômicas desse período.

As feiras são um dos aspectos mais importantes da organização econômica da Idade Média. Nascidas da necessidade de promover a troca de produtos entre o homem e o campo e o da cidade, elas representam o ponto de contacto entre o produtor e consumidor, o ponto onde se concentrou a vida mercantil de uma época em que a circulação das pessoas e das mercadorias era dificultada pela falta de comunicações, pela pouca segurança das jornadas e pelo excesso de portagens e peagens (RAU, 1982, p. 33)

A partir do século XI, no renascimento comercial e urbano na Europa, as intituladas feiras medievais, criadas pelos mercadores, responsáveis pelas atividades mercadológicas e negociações de produtos, eram normalmente realizadas nos núcleos habitacionais que cercavam os castelos, os chamados burgos.

Observada como instituição destinada à troca comercial, a feira tem sua origem relacionada ao renascimento da atividade comercial na passagem da Idade Média para a Idade Moderna. Para muitos autores, dois elementos foram determinantes para o renascimento comercial neste momento, a construção de cidades e o surgimento de atividades ditas civilizadoras. (DANTAS, 2008, p. 88)

Segundo Auxiliadora (2013), a feira desempenhou um papel fundamental na economia, visto que o escoamento de produtos se dava através da mesma, designando assim sua grande contribuição para o comércio da época. Como afirma Dantas (2008), Com o declínio do sistema feudal no fim do século XI, a burguesia entra em ascensão e o sistema de troca entre eles passa a ser feito pela comercialização dos produtos. “A troca de produtos surgiu e se desenvolveu na sociedade no momento em que passou a existir um excedente regular de produção, fruto do desenvolvimento das forças produtivas”. (DANTAS, 2008)

Os mercados anuais, em geral chamados feiras, da feria (festa ou feriado) a que estavam ligados, já implicavam organizações mais complexas. Qualquer espaço livre servia aos mercadores profissionais instalarem as suas barracas ou armarem as tendas [...], mas não viriam de longe a menos que tivessem quaisquer garantias de acesso livre e fácil, algumas vantagens e conveniências durante a estadia e, evidentemente, uma possibilidade razoável de obter lucros (LOPEZ 1980, p. 99)

Até então essa prática se realizava apenas de forma local, mas, a partir da intensificação do comércio e mais adiante com o surgimento da burguesia e do crescimento demográfico na Baixa Idade Média (XIII), se ampliaram tanto na questão de abrangência populacional quanto na diversidade de produtos comercializados, buscando atender todas as classes sociais. (AUXILIADORA, 2013, p.3)

O termo “feira”, deriva do latim “*feria*” e significa dia santo, feriado ou dia de descanso. Para Sousa (2004), a formação de excedentes de produção é “a principal causa da origem das feiras”. Segundo Braudel (1998), os comerciantes, preocupados em vender o excedente da produção, se reuniam próximos as Igrejas nos domingos, dia de celebração, para comercializar seus produtos, já que eram os locais que apresentavam o maior fluxo de pessoas.

Tal modalidade possibilitou um importante papel no abastecimento urbano e fez com que o contingente populacional rural tivesse a oportunidade de vender esses remanescentes e ainda adquirir os produtos que não produziam, desenvolvendo assim uma relação entre a cidade e o campo. (MOREIRA, 2005)

As feiras livres, consideradas uma das formas mais antigas e tradicionais de comercialização de produtos agropecuários ou hortifrutigranjeiros, se originaram na antiguidade, com a troca do excedente da produção entre os produtores que, mais tarde, passaram a comercializá-los em troca de dinheiro. (SOUSA, 2004, p. 72)

Esta forma de comércio interferiu também na formação de diversas aldeias e posteriormente cidades, visto que os fortalecimentos das trocas de mercadorias realizadas nas feiras livres atravessaram séculos, adequando-se a cada sociedade inserida. (AUXILIADORA, 2013).

As feiras livres são lugares públicos onde se expõem ou se vendem mercadorias, mais que espaços de comércio e venda, elas são áreas ricas culturalmente, atrativas diante da diversidade de produtos ofertados a preços mais baixos, que atendem principalmente as necessidades da população de baixa renda, promovendo, por sua vez o resgate da cultura e das tradições populares, na medida em que favorecem o encontro de pessoas da comunidade.

1.2 Feiras livres no Brasil

No caso do Brasil, encontrou-se relatos e referências de trocas inter-tribais que intensificam vestígios da sua realização mesmo antes da chegada dos colonizadores.

No que se refere à América Latina, podemos perceber que as feiras e mercados, quanto à sua origem, podem ser reunidos em dois grupos. Um formado pelos países que já possuíam praças de mercado antes da chegada dos colonizadores; e, o segundo grupo, no qual o Brasil está incluso, refere-se àqueles onde as feiras e mercados são consideradas inovações desconhecidas até então pela população nativa. Mesmo antes de o Brasil ser descoberto os portugueses estavam acostumados com o comércio nas feiras e mercados. (DANTAS, 2008, p.89).

Segundo Mott (1975, p.308 apud Dantas, 2008, p. 90), no Brasil pré-colonização, os índios que no país já residiam, deliberavam um local específico para praticarem a troca de produtos, que eram em geral produtos para adorno corporal. Tal prática perpetuou-se até a colonização, com a chegada dos portugueses onde os índios iniciaram comercializando produtos nativos como animais e posteriormente produtos de maior valor para os colonizadores, no caso o pau-brasil.

[...] miçangas, tecidos e peças de vestuário, mais raramente canivetes, facas e outros pequenos objetos os enchiam de satisfação; e em troca dessas quinquilharias empregavam-se arduamente em servi-los. [...] também presenteavam os índios com ferramentas mais importantes e custosas: serras, machados (PRADO JR., 1990, p. 25 apud DANTAS, 2008, p.90).

A primeira informação concreta sobre a implantação de uma feira no Brasil se deu quando o então rei de Portugal resolveu criar um regimento, em 1548, que instruía o governador do Brasil escolhido por ele, na ocasião Tomé de Sousa, a como administrar a colônia visando unificar os recursos financeiros para a defesa e povoamento do território, este regimento ordenava “que nas ditas vilas e povoados se faça em um dia de cada semana, ou mais, se vos parecerem necessários, feira”. Mott (1975, p. 309 apud Dantas, 2008, p. 90), tal decisão foi tomada com a intenção de aumentar o movimento das trocas entre colonos e índios com objetivo de exportá-los.

Tal medida foi tomada para que os nativos pudessem vir vender seus produtos e comprar aquilo de que necessitavam [...] ao ordenar a instalação das feiras, a intenção do rei não era que elas abastecessem somente os moradores, mas principalmente, fazer a reunião da produção dos nativos com o objetivo de exportá-los (MOTT, 1975 apud DANTAS, 2008, p. 90).

Mas, segundo Mott (1975 apud Dantas, 2008, p.90), apesar da determinação para a realização das feiras pelo rei:

[...] estas não foram postas em prática de imediato, tanto que, 40 anos depois do primeiro regimento, é enviado outro documento ao governador da Bahia que ordenava que se estabelecessem feiras nas povoações das capitanias para que os gentios possam vir e vender o que tiverem e comprar o que houverem (MOTT, 1975, p.310 apud DANTAS, 2008, p. 90).

Já na época da colonização, processo que promoveu a evolução da economia interna do país, tornou-se habitual as feiras serem realizadas periodicamente com locais e horários pré-determinados. (FORMAN, 1979).

A feira livre no Brasil constitui modalidade mercado varejista ao ar livre, de periodicidade semanal organizada como serviço de utilidade pública pela municipalidade e voltada para a distribuição local de gênero alimentício e produtos básicos. [...] cada feirante devidamente enquadrado com sua numeração e seu lugar precisamente demarcado, os horários de início e término vigiados rigorosamente pelo policiamento. (DOLZANI, 2008, p. 75)

De acordo com Dantas (2008), não existem registros na literatura ou mesmo qualquer documento que indique de fato quando e onde foi criada a primeira feira no Brasil, porém, uma das primeiras notícias de instalação na Colônia se deu no Nordeste, provavelmente entre os séculos XVI e XVII. Esta feira estava possivelmente localizada em Capoame, no norte do Recôncavo Baiano.

Ainda segundo o autor, diante da grande influência das feiras medievais para a sua estruturação, as feiras adquirem importância histórica-cultural com sua chegada ao Brasil por meio dos europeus. No Brasil, as feiras concentraram-se inicialmente nas cidades do interior, mas com a intensificação deste tipo de comércio, multiplicaram-se e expandiram para os bairros menos favorecidos das capitais se desenvolvendo em locais estratégicos onde existisse grande concentração populacional, pois visavam aproveitar o grande fluxo de pessoas para atrair consumidores.

Essa forma de comércio pode se caracterizar como um fenômeno econômico e social de grande importância para o Brasil, visto que se tornou um dos principais símbolos tradicionais de varejo do País. Diante da grande importância histórica deste modelo varejista milenar, já existem no país feiras indicadas pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), relevantes para o país como patrimônio imaterial do Brasil.

Em um país com ampla diversidade de centros comerciais, sendo a feira um dos principais nesse segmento que tem caráter de grande importância na estrutura física da cidade, admiti-se que uma série de fatores pode influenciar o desenvolvimento nos centros urbanos comerciais devido as possibilidades de serviços oferecidos pelas feiras relacionado ao poder de consumo da população. Ou seja, a dimensão de comércio exercido pela feira está de acordo com o aumento da renda e população da cidade.

1.2.1 Feiras livres no Nordeste brasileiro

As feiras estimularam a origem e desenvolvimento de várias cidades do país e acentuaram a cultura local, mais especificadamente na região Nordeste, onde diversas cidades ainda são conhecidas por suas feiras e cultura advinda de anos (SOUSA, 2004).

Algumas dessas cidades tornaram-se importantes centros econômicos e culturais, devido principalmente à feira, como exemplo da cidade de Caruaru no Estado de Pernambuco que se tornou até mesmo ponto turístico da cidade, onde sua estrutura e diversidade de produtos ofertados a torna um grande pólo atrativo que faz movimentar a economia local.

Em trabalhos sobre a realidade das feiras, não raro podemos encontrar pista que nos levem a afirmação de que diversas culturas estão nas mesmas, muito bem representadas, sobretudo em se tratando de mercados tradicionais, onde os produtos comercializados revelam muito da cultura de determinada localidade. Presente no artesanato, facilmente encontrado em qualquer um destes espaços, bem como, certos tipos de comidas típicas e artigos religiosos, como os de umbandas e/ou candomblé, que também encontram nas feiras espaço garantido, o que mais poderia estar senão representações de cultura? Algumas feiras estão tão envolvidas com as culturas das localidades em que se insere a ponto de se tornarem pontos de referência destas últimas, Caruaru é um exemplo, bem como Campina Grande. (FERRETTI, 2000, p. 67).

Não há como negar que no Brasil, esse protótipo de comércio teve maior sucesso na região Nordeste se levado em consideração principalmente “a própria formação socioespacial da região, as condições socioeconômicas da população, os meios de comunicação, o tipo de agricultura e pecuária praticadas na região” (DANTAS, 2008).

No contexto da formação socioeconômica nordestina, a feira livre desempenhou – e por que não dizer desempenha – grande importância, por ser uma das principais formas de comercialização da produção agrícola e principal mercado de abastecimento para uma parcela da população. Além disso, ela muda, mesmo que seja por algumas horas, toda a dinâmica da cidade em face da movimentação de pessoas que se deslocam, seja de suas residências na cidade, de uma comunidade rural próxima à cidade, de outro município e, também, de outros estados dependendo do raio de abrangência da feira. (DANTAS, 2008, p. 92)

As indicações das primeiras feiras e das suas localizações se deram principalmente pelo comércio de gado que se dissipava pelo interior nordestino. Este comércio só se estabeleceu, pois, como a atividade criatória foi a grande encarregada pela ocupação do interior nordestino, inúmeros núcleos desenvolveram-se ao longo dos “caminhos de gado”, o que influenciou a formação das feiras livres como conhecemos atualmente. (DANTAS, 2008)

Pelas longas caminhadas exercidas pelos animais e seus condutores, a atividade pecuária formou diversas áreas onde tropas que levavam o gado pudessem descansar e o gado recuperasse o peso, foram nessas áreas que surgiram as primeiras povoações e vilas. Com a formação desses pequenos aglomerados, agricultores eram incitados para esses locais com suas produções a fim de trocarem e comercializarem produtos, sendo esses locais estabelecidos como praças de mercado que posteriormente seriam as feiras. (DANTAS, 2008)

Como reflexo da feira de gado, inúmeros outros comerciantes estabeleceram-se para comercializar sua produção e, desta forma, a grande praça comercial que é a feira torna-se o dia de maior movimento da cidade, onde se dá o verdadeiro encontro entre a vida rural e urbana (DANTAS, 2008, p. 96).

Como também observa Souza (1975) “a criação do gado aparece desde os primórdios do descobrimento como um meio de conquista da terra e de fixação das populações”. Assim, podemos afirmar que o povoamento do Nordeste brasileiro ganhou forte estímulo devido às vias de trânsito abertas pelo gado.

O Nordeste brasileiro alavancou uma das formas de comércio mais tradicionais e ainda hoje presentes na região e em todo o Brasil, a feira. Essas feiras da atualidade são heranças das tradicionais feiras de gado e algumas destas ainda hoje são realizadas pelas diversas cidades brasileiras atualmente.

1.3 Feiras livres atualmente

Mesmo hoje, em plena sociedade da informação e da economia globalizada, as feiras persistem como um traço sócio-cultural que identifica regiões e realidades muito distantes. Estando na era da modernização, todas as camadas da sociedade devem acompanhar o desenvolvimento e crescimento dos modos de varejo, visando cada vez mais suprir as expectativas do mundo atual.

Um dos mais importantes fenômenos que aconteceu com as cidades, ainda no século XX e que se manifesta até os dias atuais, foi sem dúvida, a multiplicação e a diversificação das áreas de concentração das atividades comerciais e de serviços que, ao migrarem das áreas centrais das cidades para áreas consideradas até então como periféricas, criaram novos fluxos, estabelecendo e intensificando novas centralidades” (CLEPS, 2005, p.65).

Nas feiras livres não mais se delimita os produtos ofertados. Nos dias atuais, existe uma vasta diversidade de produtos para a venda, como produtos artesanais, raízes, roupas, verdura, legumes, entre outros. Essa diversificação de mercadorias tem como finalidade atender as necessidades dos consumidores da região que podem ter a opção de fazer compras das mais diversas categorias em apenas um lugar e levando em conta que os produtos são selecionados, de qualidade e frescor assegurados.

Segundo Sousa (2008), as feiras sempre tiveram um princípio fundamental definido pelo mercado, que as tinham como um comércio diferenciado em relação a outros. Contudo, hoje acabam se confundindo, principalmente na sua relação comercial. Acontece que com o passar do tempo, as feiras tiveram que se modernizar para conseguirem adequar-se ao comércio que a cada dia tem se diversificado, o que os fez buscar essa abrangência de produtos comercializados nela, onde são vendidos desde os mais sofisticados aos mais simples que possam atender dos mais ricos aos mais pobres.

Numa abordagem econômica, as feiras constituem um ponto de encontro entre compradores e vendedores para trocarem seus produtos, se bem que hoje em dia, dadas as concentrações oligopolísticas e cartelizações, as feiras que hoje coincidem com os mercados, passam a ser apenas um contexto, por causa dos meios de comunicação. (SOUSA, 2008, p. 200)

Ainda segundo o autor, “o que se nota nos tempos modernos, não são as feiras tradicionais ingênuas; mas, as grandes bienais, que constituem as feiras mais sofisticadas ou uma maneira de preservar os primeiros modos de formação dos

preços”. O que demonstra a modernização e as novas faces resultantes desse modelo de varejo. Inegavelmente, as feiras contribuíram para o desenvolvimento e até mesmo formação dos mercados, quer seja oligopolístico ou mesmo monopolístico; e, neste sentido, é que se vê o desaparecimento das tradicionais feiras que determinam preços ingenuamente, entre compradores e vendedores. (SOUSA, 2008, p.200)

Já segundo Guimarães (2010):

A feira livre conseguiu sobreviver aos tempos modernos sem mudar demasiadamente, sofrendo pequenas adaptações apenas. Tanto é que não existem diferenças gritantes entre uma feira livre de uma cidade do interior do país e de uma cidade como o Rio de Janeiro. Podemos constatar que, em cidades menores, ela pode ser a única maneira de comercialização do local e, portanto, se mostra como um ponto de lazer e cultura maior em relação às cidades maiores. (GUIMARÃES, 2010, p.10 e 11)

As tradicionais feiras têm se modernizado, tornando-se locais atraentes para feirantes e fregueses. Atualmente, os feirantes têm se preocupado com a disposição do ambiente, a higiene, a organização e a limpeza de seus espaços de trabalho, deixando de ser meros vendedores ambulantes para formalizar as trocas que se efetivam nesses espaços e até mesmo buscando a cada dia novas formas para melhor atender os seus consumidores.

Nos dias atuais, com a busca pela permanência das feiras livres no meio social, feirantes apostam cada dia mais em tecnologias, como aplicativos para entregas em domicílio e novas técnicas que possam vir a elevar suas formas de comercialização para assim atrair consumidores que tendem a migrar para os supermercados. Para essa finalidade, os feirantes buscam capacitar-se em cursos e aperfeiçoar métodos para um melhor desempenho nas vendas.

Mesmo com todo o empenho em se modernizarem e se adequarem as necessidades do consumidor, as feiras de fato perderam o título de principal dinâmica de comércio. Essa modernização deu lugar aos novos equipamentos de varejo tais como, mercados, supermercados, hipermercados, varejões e sacolões que com as suas facilidades, acabaram colocando em risco a tradição das feiras onde as facilidades, aliadas ao crescimento populacional dos centros urbanos, acabaram tornando as feiras um tipo de comércio paralelo o que segundo a autora não deixa de ser irônico, visto que foi a partir das feiras que surgiram os primeiros mercados. (MASCARENHAS E DOLZANI, 2008)

Diante de tal afirmação, Mascarenhas e Dolzani (2008) afirmam que o mercado tradicional vem lutando contra a tendência moderna que idealiza “substituir tudo o que não for novo, atual e represente o passado”, que conseqüentemente seria idealizado como atraso. Ao que parece, esse motivo é um dos principais na questão das corriqueiras rejeições das feiras livres, que estaria em desacordo com o restante da paisagem moderna da cidade.

Mesmo com a sua importância na manutenção e promoção da cultura popular, onde são constatados pela autora que interessantemente todos os aspectos desta estão presentes nas feiras, sendo eles: oralidade, espacialidade, artesanato e festa, as feiras acabam substituídas pelo fato de a cultura popular intrínseca a elas estarem mascaradas, levando em conta apenas o seu caráter mercantil, que acaba determinando o seu valor de mercado atual. (Guimarães, 2010)

Embora o caráter mercantil seja colocado em primeiro plano, apresentando-se como o principal motivo para a feira, ao longo do tempo esta se desenvolveu de forma lúdica, solta e livre, como o seu próprio nome diz. Adaptando-se aos tempos em relação à mercadoria, tecnologia e clientes, não perdeu sua base, suas raízes. Equilibrando os princípios da tradição e da inovação, assim como a festa popular, cada feira livre é, ao mesmo tempo, igual e diferente da anterior. (GUIMARÃES, 2010, p.7)

Ainda segundo a autora, as noções de identidade, comunidade, hábitos, relações e comunicação aparecem fortemente durante a realização da feira, que acaba possibilitando aos personagens que nela trabalham e se encontram em situação de subalternidade, um sentimento de humanização onde os feirantes acabam se sentindo “acolhidos, inseridos em um local em que pode participar livremente, interagir do modo como desejar”, pois este acaba se apropriando de um sentimento de pertencimento a uma comunidade, quase como uma validação da cidadania, uma oportunidade de colocar o poder na mão de pessoas pobres (Guimarães, 2010).

Embora se trate de um evento de caráter comercial e mercantil e possuir características que reforçam a cultura popular, é notável que ela enfrenta riscos na contemporaneidade devido ao “cenário econômico voraz”, que acaba tornando o comércio muito competitivo ao mesmo passo em que o poder público descaracteriza seus valores fundamentais em que buscam agregar um padrão a ser atendido onde acabam tirando a forma livre de se realizar uma feira livre, como o nome já diz. (Guimarães, 2010)

Por ser um evento regulado pelas prefeituras, cada vez mais existe uma pressão por organização e padronização das feiras em diversos aspectos. Em relação à limpeza, aos horários, à localização, à qualidade dos produtos etc. Faz-se a tentativa de classificar as barracas por cores, de calar o barulho das ruas, de fiscalizar a adequação dos produtos, a duração do evento etc. Não que alguns pontos não sejam necessários, levando em consideração o interesse do consumidor e moradores dos locais. No entanto, existe o risco de tirar a espontaneidade do evento com regras cada vez mais rígidas (GUIMARÃES, 2010, p. 16 e 17).

O que acaba ocorrendo nas cidades atuais é que ao mesmo passo em que existem representantes públicos que investem em melhorias para as feiras livres, em contra partida, principalmente nas grandes cidades, muitos gestores tendem a facilitar a supremacia dos supermercados nas cidades e recriminam as feiras livres, visto que os mesmos atendem seus próprios interesses.

Paralelamente à atividade supermercadista existem as atividades varejistas populares, neste trabalho representadas pelas feiras de rua e mercados públicos, que utilizam estratégias e ferramentas de gestão tão eficientes quanto seus grandes concorrentes. A estes resta manter um posicionamento competitivo marcado pela atuação diferenciada, criando e implementando estratégias e padrões diferenciados desde seus primórdios. (ASSUMPÇÃO et al., 2014)

CAPÍTULO II - MERCADOS PÚBLICOS: ELEMENTOS PARA COMPREENDER A SUA ORIGEM

Neste capítulo trataremos de que maneira ocorreu a gênese dos mercados públicos e quais foram os motivos que mediaram tal criação, abrangendo desde os primeiros relatos de sua existência, a sua chegada ao Brasil e de que forma estão sendo mantidos esses equipamentos nos dias atuais em relação ao contexto mercantil e social.

2.1 A gênese dos mercados públicos

Segundo Pintaudi (2006), a origem dos mercados públicos se deu diante da materialização da feira livre como construção, quando viu-se a necessidade de um equipamento comercial que pudesse abrigar atividades existentes na feira e que viesse a melhorar significativamente a questão da vulnerabilidade a que eram expostos os produtos na feira e atender as necessidades nas regiões não puderam ser apenas supridas pelas feiras livres, que aconteciam de forma ocasional e dispersa, em várias ruas e praças, então se buscou um local em que pudessem ser vendidas essas mercadorias de forma contínua e fixa. Foi quando surgiram os Mercados Públicos, originados nas feiras realizadas no mesmo local.

O andar pelas ruas era dificultado porque os comerciantes dispunham seus produtos de troca, os artesãos colocavam ali suas bancadas de trabalho, enfim, as atividades profissionais geralmente não se desenvolviam dentro das moradias que eram pequenas e sem iluminação. Com o tempo, foi se desenhando uma separação das atividades e os pesquisadores apontam os açougueiros como sendo os primeiros a serem isolados dos demais, porque sua atividade poluía muito o ambiente, com detritos e mau cheiro. (PINTAUDI, 2006, p. 85)

Em meados do século X, já se tinha informações da existência de mercado público na cidade de Barcelona que aconteciam de forma mais rudimentar. No fim do século XV, com o desenvolvimento das cidades européias, começaram a ser construídos pórticos que tinham como função armazenar os produtos que seriam trocados de forma mais higiênica e confortável. Inicialmente esse local não era fixo, visto que esses espaços também serviam como local de eventos na cidade, mas, posteriormente, com o crescimento desse tipo de comércio, foram identificados

espaços mais amplos que pudessem realizar as transações. Mas só em meados do século XIX que esse mercado foi de fato edificado nos formatos que o conhecemos hoje, com cobertura (Pintaudi, 2006).

A princípio esse local não era fixo, mas com o tempo, a implantação do mercado diário, fez com que fossem escolhidos espaços mais amplos para a realização das transações, coisa que as cidades europeias durante a Idade Média não dispunham, pois no interior das muralhas o espaço era muito exíguo e consegui-lo significaria demolição de espaços ocupados por moradias. Assim, antes de se tornar perene o mercado era realizado em praças, no mesmo local que, em outro momento, se desenrolava a festa ou a execução de sentenças. (PINTAUDI, 2016, p. 86)

O mercado público foi, desde os primórdios do capitalismo, uma forma de centralizar o comércio num determinado lugar, o que facilitava as trocas de mercadorias que ali se efetuavam, como também sobre as fontes abastecedoras de produtos. O fato de os comerciantes terem que pagar o direito de entrar nas cidades para vender suas mercadorias, fez com que os mercados fossem construídos junto as muralhas, porém próximo ao núcleo urbano. Com o desenvolvimento das cidades esses mercados acabaram tornando-se centrais. (Pintaudi, 2006)

Esta formatação de comércio se estende até os dias atuais em grande parte das cidades. O Mercado é definido por Povillon (1976 apud Ferretti, 2000, p.36) como “o local onde se efetuam certo número de transações, onde se reúnem todos os que querem ceder, adquirir ou trocar produtos sob a forma de troca direta ou utilizando a moeda”.

A partir do século XIX, momento em que as comunicações a maiores distâncias se tornam mais corriqueiras, através de ferrovias, os locais de vendas sofrem alterações significativas através da concentração e centralização do capital privado, principalmente. Até então, nas cidades, os mercados eram os locais importantes para o abastecimento de toda a sorte de produtos, já que concentravam especialmente a atividade, além do que significavam momentos de trocas não materiais que ‘abasteciam’ outras esferas da vida em sociedade. (PINTAUDI, 2006, p.84)

Tal formato se tornou tão tradicional que praticamente todas as cidades tinham um mercado, onde ocasionalmente acabavam sendo cercados pelas feiras livres que ao permanecerem nas portas dos mercados, davam origem novamente a uma feira livre.

Todas as culturas adotaram essa forma de troca de produtos e o fato de se realizar esporadicamente, periodicamente ou de maneira perene e com local apropriado para esse fim, dependia das mercadorias que ali se trocavam e da necessidade de se realizar a troca com certa frequência, do deslocamento possível nos diferentes momentos históricos e da importância que o local representava para o abastecimento da cidade e da sua região de abrangência. (PINTAUDI, 2006, p. 84)

Há uma integração entre a feira e o Mercado Público. Como espaço de venda, os mercados se constituem numa das formas urbanas mais tradicionais existentes ao longo do tempo, exercendo diferentes funções no contexto da sociedade.

Uma das funções primordiais desse modo de varejo é a de ser um local de trocas comerciais existente em muitas cidades desde a antiguidade e adotada praticamente em todas as partes do mundo. De acordo com Pintaudi (2006), o fato de esse modelo ainda se manter presente no espaço urbano certamente sugere o fato de poderem dialogar com outros modelos comerciais mais atuais.

Não por acaso, estes espaços estão presentes na maioria das cidades, sejam elas grandes metrópoles, sejam pequenas cidades e, guardadas as devidas proporções, desempenham a função de ser um espaço em que se realiza a comercialização dos mais variados produtos. (DANTAS, 2008, p.98)

Não é difícil observar que há uma integração entre a feira e o Mercado Público. Como espaço de venda, os mercados se constituem numa das formas urbanas mais tradicionais existentes ao longo do tempo, exercendo diferentes funções no contexto da sociedade.

2.2 Mercados Públicos no Brasil

No Brasil, apesar da grande diferença temporal em relação à origem e desenvolvimento das cidades, o surgimento mercado possui semelhanças, com aqueles surgidos no contexto dos países do chamado velho mundo. No fim século XVIII e ao longo do século XIX surgiram vários núcleos urbanos e, por conseguinte mercados neste país.(ALVES E FILHO, 2011, p 3)

No Brasil, de acordo com registros literários, os mercados públicos foram criados primeiramente na cidade do Rio de Janeiro, o Mercado Público da Candelária (figura 1), solicitado pela Câmara, para que substituísse os barracos onde se vendia mercadorias de forma desordenada.

Tendo em vista a precariedade, a falta de higiene e a forma como os diversos gêneros alimentícios eram vendidos na cidade nas duas primeiras décadas do século XIX, em 1834, a Câmara Municipal solicitou que fosse construído um mercado público adequado para as atividades de vendas dos alimentos. Este primeiro mercado público foi denominado de Mercado da Candelária. Surgiu com o objetivo de substituir as antigas e arruinadas bancas de pescado, que eram barracas construídas com madeira, na área compreendida entre a Rua do Mercado e a Praça das Marinhas, também conhecida por Praia do Peixe. (MURILHA E SALGADO, 2011, s. p.)

Figura 1- Primeiro Mercado público do Brasil, antigo Mercado da Candelária, Rio de Janeiro.



Fonte: Blog do Mendes e Mendes (2014). Disponível em: <http://blogdomendesemendes.blogspot.com/2014_10_21_archive.html>. Acesso em: 23 de maio de 2019.

O Mercado Municipal tinha de fato um papel muito importante no cotidiano de uma cidade. Era no Mercado onde as pessoas se abasteciam dos mais diversos produtos que iam desde cereais, carnes e frutas, até roupas, produtos de couro, cerâmica (utilitárias e decorativas) e uma infinidade de guloseimas, sem esquecer as tradicionais barracas de pinga e comidas sertanejas (buchadas, rabadas, cuscuz e outros pratos típicos). (NASCIMENTO, 2014)

Pelo fato de provavelmente ter sido o primeiro mercado público construído no Brasil, supõe-se que este tenha servido como modelo para a construção de outros mercados públicos abertos, com pátio interno no país, sendo estes exemplares construídos em escala menor, levando em conta os vilarejos aos quais seriam inseridos. (MURILHA E SALGADO, 2011). Um desses primeiros exemplares foi construído no Nordeste, mais especificadamente no estado do Rio Grande do Norte,

em Mossoró e Natal, chamados de Mercado de Mossoró (figura2) e Mercado Central consecutivamente, sendo este segundo destruído por um incêndio. Felipe (2017),

Segundo Nascimento, alguns Mercados Públicos, como por exemplo, o Mercado Público Municipal de Mossoró, já não exerce as mesmas atividades que as exercidas no ato da sua concepção. Em seu interior existe apenas um centro de venda de roupas populares, com apenas algumas lanchonetes que poderiam remeter aos tempos passados. Já não existem mais os açougues, nem frutas ou verduras. Esse prédio em 30 anos não houve qualquer melhoramento ou reforma, acabou que a estrutura ficou comprometida, comprometendo até mesmo os produtos lá expostos. De acordo com Nascimento, são outros tempos e conseqüentemente outros costumes, o que faz acreditar que na atualidade, por esse modelo de varejo tradicional não ser o mais requisitado, acaba sendo posto em segundo plano quanto a sua conservação. (NASCIMENTO, 2014)

Figura 2 – Mercado Público Municipal de Mossoró, primeiro do Nordeste.



Fonte: Nascimento (2014). Disponível:
<http://blogdomendesemendes.blogspot.com/2014_10_21_archive.html.>
Acesso em: 01 Junho de 2018.

2.3 Mercados Públicos no contexto atual

Atualmente, é de fato indispensável e importante a conservação dos mercados, assim como é necessário estimular o respeito a essa manifestação.

Apesar de eles não terem mais o mesmo peso relativo à atividade que exercia para a cidade, o mercado permanece no meio urbano por algumas razões.

Nos Mercados Públicos, espaços voltados não só para a comercialização, mas também para a socialização, é possível apreender elementos e produtos típicos de uma dada cidade, região ou país, os quais são cada vez mais valorizados enquanto mercadorias capazes de atrair fluxos e assegurar a permanência destes nos dias atuais. (ALVES E FILHO, 2011, p.1)

Os mercados públicos, formas ainda presentes no cotidiano urbano, buscam gerar uma imagem tradicional em que até mesmo os novos fregueses possam simular um comportamento tradicional, se comparados aos novos formatos de mercado. (Pintaudi, 2006)

Nesse local, que poderia ser considerado desprovido do conforto moderno oferecido por outros empreendimentos de comércio de alimentos, o ato de comprar e vender os produtos da terra faz com que as pessoas 'se sintam' mais próximas a ela e busquem identificação com o lugar, já que ele permanece naquele sítio há algum tempo. Paralelamente, numa sociedade que sujeita tudo ao econômico, essa 'tradição' é capturada e a exploração continua através da cultura. (PINTAUDI, 2006, p.98)

O espaço do mercado acaba se flexibilizando, visto que esse local tradicional está sendo invadido por um novo momento da história, mais precisamente aquele em que a sociedade está totalmente submetida ao econômico e imprime uma maior velocidade às vendas. (Pintaudi, 2006)

Primeiros símbolos de uma natureza dominada, os mercados se nos afiguram hoje como elementos que nos aproximam dela por intermédio da cultura, através da qual se viabiliza a rentabilidade imediata do capital. Os mercados que deixam de ser funcionais desaparecem da paisagem. Estamos diante do consumo do espaço. (PINTAUDI, 2006, p.98)

Atualmente, apesar de não ter mais o mesmo peso relativo à atividade que exercia para a cidade, o mercado permanece no cotidiano por algumas razões, como descritas por autores a seguir.

Segundo Pintaudi (2006), "a pressão por espaços no centro da cidade para serem valorizados de acordo com as regras do desenvolvimento atual do capitalismo, e o correspondente tratamento que se dá ao espaço, é coisa mais recente na cidade", de acordo com o autor, as zonas onde estão instalados os mercados públicos, normalmente locais em que estão inseridos equipamentos com

funções praticamente intactas até pouco tempo e semelhantes entre elas. Ainda segundo Pintaudi, essas zonas em que estão inseridos os mercados, existe de fato um comércio no entorno, onde esses comércios tem relação direta com o próprio mercado. “Uma grande parte do comércio do entorno tem relação direta com o próprio mercado e dele depende, dificultando o rompimento desses laços que são econômicos em princípio, mas que também guardam aspectos afetivos”. (PINTAUDI, 2006, p. 95)

A solução defendida pelo autor para manterem os mercados públicos como integrantes da cidade foi “revalorização do prédio” onde poderia ser promovida a modernização do seu interior, porém mantendo as suas atividades originais, assim como estimular as áreas do entorno a se revalorizar igualmente. Ainda segundo Pintaudi, essa revalorização poderia retardar a sua existência, ao mesmo tempo que podem acarretar a expulsão dos seus antigos freqüentadores que não conseguirão lidar com tais mudanças. Existem também os fregueses que permanecem e são assíduos, que freqüentam esses mercados pelos produtos especiais oferecidos, onde normalmente só ali podem encontrar, assim como a excelente qualidade desses produtos, assim como também existirão novos fregueses “aqueles que são seduzidos pelo que se lhes afigura como ‘tradicional’”. (PINTAUDI, 2006)

Quanto à estrutura desse espaço público, é possível identificar a negligência em que são tratados pelo poder público, sendo esse um dos motivos para a sua rejeição, como aborda Alomá (2013):

Quando o espaço público está degradado, provoca uma rejeição imediata. Se não está bem iluminado, se não possui atividade noturna que o anime, será percebido como perigoso e muito provavelmente é; se os edifícios que o circundam possuem funções inapropriadas – oficinas ruidosas, estabelecimentos que geram tráfego pesado – ou estão degradados, ninguém os procurará para passar seu tempo livre, interação socialmente ou por simples curiosidade. (ALOMÁ, 2013, s.p.)

CAPÍTULO III – MODELOS TRADICIONAIS A LUZ DOS ATUAIS MODELOS DE VAREJO SUPERMERCADISTA

Neste capítulo, temos como objetivo retratar como vem sendo vista e encarada a relação entre os tradicionais modelos de comércio varejista em relação aos novos e modernos modelos que ao longo dos tempos vêm se consolidando no cenário atual. Serão abordadas a importância da feira para o cotidiano das cidades, assim como as relações intrínsecas a ela.

3.1 As feiras como instituições tradicionais

Oferecer a possibilidade de o consumidor comparar preços entre diferentes vendedores da mesma mercadoria, a praticidade de fazer compras de diversos segmentos em um mesmo lugar, a convicção de estar levando um produto fresco e de qualidade para casa, a intimidade de poder barganhar nos valores e a estreita relação com outros personagens durante as compras, são as principais características atreladas às feiras livres.

Acrescenta-se a relação de companheirismo, fidelidade, e de amizade entre os compradores e os vendedores na feira. Essa relação é inexistente nos supermercados e no comércio varejista em geral. Essa cordialidade é o que faz a feira livre o lugar preferido de muitos consumidores. (QUEIROZ, 2011, p. 07)

Segundo Guimarães, as feiras de hortifrutigranjeiros se tornam um local rico não pelo seu ideal mercantil, mas por serem compostas por sons, cheiros, movimentos, colorido e trocas, o que fundamenta uma sensação única para quem a frequenta, como vivência, experiências, conversas e alegrias. (GUIMARÃES, 2016)

Sobre as feiras e a real importância da sua conservação, Guimarães afirma que:

É necessário também incitar que as feiras sejam frequentadas, para que o agressivo mercado não as elimine. Concomitantemente, é fundamental que o poder público saiba cumprir o seu papel na fiscalização dos eventos, mas que compreenda seus limites e saiba respeitar o espaço e importância da espontaneidade da feira. Ao mesmo tempo, sendo a própria feira um meio de divulgação tradições e costumes, espera-se que as famílias transmitam esse hábito para outras gerações mesmo em meio ao caótico e moderno cotidiano e que as escolas possam passar aos jovens a integridade do valor dessa manifestação popular. (GUIMARÃES, 2016, p.18)

Apesar de todas as qualidades identificadas nas feiras espalhadas pelo Brasil, uma forte rejeição vem as atingindo. Segundo Mascarenhas e Dolzani, um dos principais motivos para essa objeção é na sua relação com os consumidores, que a cada dia que passa tendem a escolher outros modelos de varejo para realizarem suas compras, optando por locais considerados como modernos que ofertam uma gama de serviços tão atrativos quanto os oferecidos pelas tradicionais feiras livres e mercados públicos. Mesmo assim, estes se mantêm vivos no cotidiano das cidades, tanto nas pequenas como nas grandes (MASCARENHAS E DOLZANI, 2008).

Os feirantes nos dias atuais, ainda se encontram de certa forma incapazes de concorrer de democraticamente com os varejos modernos, não que suas qualidades advindas de séculos não as diferenciem, mas por se encontrarem estagnados. Diferente dos grandes varejos, a feira se desenvolve de forma mais solta, e acaba tendo que depender do poder público para qualquer tipo de avanço, o que termina não acontecendo. Enquanto os grandes comércios buscam verozmente alavancar seus negócios e alcançar o maior número de clientes, os feirantes não conseguem ter esse conhecimento, recursos e nem alcance sem apoio do poder público, o que acabam as fazendo perderem seu espaço no cotidiano mercantil.

Mesmo com tantos diferenciais e atributos competitivos, o crescimento e desenvolvimento das feiras livres ainda é cerceado pela falta de conhecimento, informação e recursos dos feirantes que, por não possuírem condições de promover suas vendas e atrair clientes, perdem espaço para grandes canais de comercialização. (SALES et al., 2011, p.2)

A feira livre potencializa a oportunidade de vivenciar o que é fundamental, contudo esquecido, assim como compartilhamos os espaços dentro da cidade.

A feira livre resiste no tempo como lugar de manifestações sociais, culturais e econômicas, e contribui diariamente para o fazer da cidade no que diz respeito a produção do espaço. Ela normalmente é definida como o lugar onde ocorre a negociação ou a comercialização de produtos, mas para além da forma explícita do capitalismo, a feira é um lugar de negociação social, que nos modifica. (LACERDA e MENDES, 2017, p.731)

Como lugar estruturado e com espaços pré-determinados que constituem a feira, em que a ordem econômica é condicionada a padrões, como por exemplo a setorização na comercialização das mercadorias, também é um lugar dos afetos, da comunicação, da espontaneidade, da confiança e da criatividade, e o conjunto

dessas manifestações diversas permite o acesso à memória social e à reflexão sobre a produção do espaço. (LACERDA E MENDES, 2017)

A feira também se apresenta como um canal de distribuição de produtos diferenciados, cuja produção é feita a partir de métodos “artesanais”, o que não acontece na produção em escala feita pelos grandes proprietários, que abastecem os demais canais de comercialização. Assim, a possibilidade de encontrar produtos naturais a preços mais acessíveis pode ser um importante atrativo as feiras, o que faz da produção e comercialização de alimentos orgânicos uma nova alternativa para manutenção e expansão das feiras-livres. (MOREL, 2015)

A agricultura familiar possui grande importância nesse contexto, pois vem contribuindo para o reconhecimento econômico e social e vencendo alguns preconceitos que são percebidos ainda no meio rural. Muitas pessoas ainda vêem quem reside no campo como pessoas desatualizadas, informadas e que vivem do passado. Mas, ao contrário desse pensamento, muitas pessoas não visualizam que é através dessa parcela que reside e trabalha no meio rural que resultam na mercadoria de boa qualidade presente desde os comércios tradicionais aos mais modernos.

3.2 Modelos de varejo supermercadistas

No caso dos modelos de comércio vigentes, tais como supermercados e hipermercados, estes normalmente são dotados de infraestrutura e investem intensamente no conforto e satisfação dos seus clientes e cada dia mais procuram expandir suas vendas e ampliar o interesse de seus consumidores, buscando sua fidelidade. Com isso, esse formato varejista moderno se destaca por oferecer praticidade para consumidores do mundo atual que vivem em dias corridos, porém, esse modelo perde na questão das relações tradicionais existentes nas feiras.

Para Resende e Pacheco (2005), existem diversos atrativos nos supermercados e hipermercados que incentivam o consumo de compras dos clientes, tais como “o carrinho, o atendimento ao cliente, a disposição dos produtos, as marcas próprias, as embalagens e o pagamento” onde também podemos citar outros atrativos como utilização de ar condicionado e estacionamento.

A situação atual dos equipamentos de varejo é tratada com diversidade de opiniões, onde, enquanto pessoas mais tradicionais preferem manter o costume de

comprar produtos frescos, de qualidade e diretamente com o fornecedor no qual já tem confiança e relação de intimidade, outras não têm objeção a fazer suas compras em supermercados e hipermercados.

Avaliando que nos dias atuais, tempo livre é imprescindível e ir à feira demanda tempo livre, Mascarenhas e Dolzani (2008) citam que as feiras estão “perdendo espaço para os supermercados que ficaram cada vez maiores, mais sortidos, mais seguros, higiênicos e confortáveis, modalidade que cai como uma luva no apressado tempo do indivíduo de nossa época”. Visto que são restritas a funcionamento em dias e horários específicos, o que não acontece no caso dos super e hipermercados que funcionam diariamente, em horários que muitas vezes chegam a 15hs por dia, isso quando não se estendem a funcionar por 24hs, buscando justamente atender a demanda estabelecida pela sociedade moderna.

3.3 Circuitos Econômicos

Para compreender o arranjo da feira livre no que diz respeito a sua estruturação nas cidades, Sato (2007) cita Santos (1979, 2004) na questão do processo de como se deu a urbanização dos países subdesenvolvidos onde se inteira de diversos tipos de atividades econômicas para entendê-lo. Para Milton Santos, esse processo se define pela divisão urbana do espaço em dois circuitos econômicos, sendo eles circuito superior e circuito inferior.

O ‘circuito superior’ engloba as atividades econômicas ditas “modernas”, voltadas para a acumulação de capital, como os grandes conglomerados orientados pela economia global; incorpora tecnologia de ponta, emprega trabalhadores com nível de escolarização/qualificação mais elevado; as atividades de comércio voltam-se para segmentos das classes média e alta. Por sua vez, o “circuito inferior” orienta sua atividade para a população e economia locais; é trabalho intensivo utilizando tecnologia pouco sofisticada; os vínculos de trabalho são precários em termos de proteção social; a atividade comercial dirige-se, prioritariamente, para as camadas médias e populares e visa, também prioritariamente, garantir a sobrevivência. Por ser hegemônico, o “circuito superior” da economia orienta as regras para o funcionamento do “circuito inferior” também, o que pode ser sentido como uma convivência tensa. (SATO, 2007, s. p.)

Esta tensão citada pelo autor entre os dois circuitos econômicos vem sendo, segundo ele, constantemente relatada pelos feirantes que descrevem que essa situação vem sendo sentida há longo prazo e que a proliferação dos supermercados é considerada como a principal causa do enfraquecimento das feiras livres embora

as atividades de ambos convivam e se influenciem mutuamente. Essa influencia é relatada pelo autor destacando que a feira livre, atividade característica do 'circuito inferior':

[...] escoam produtos oferecidos por importadores (grandes atacadistas) e tem como fregueses pessoas dos estratos sociais médios e altos. Além disso, observa-se que os supermercados buscam reproduzir a estética da feira livre e, em alguns casos, também o atendimento personalizado, característico da feira livre. (SATO, 2007, p. 96)

Visto que os supermercados surgiram a partir das feiras livres, de certo modo, até a atualidade os supermercados ainda buscam inspirações nos modelos mais antigos de varejo, no caso as feiras, inseridas no circuito inferior. São usadas formas que idealizam a existência de uma feira dentro dos próprios supermercados, onde os consumidores conseguem realizar suas compras de forma mais confortável e com os benefícios oferecidos por ele, ao mesmo tempo em que identifica um modelo de comércio exercido pelos feirantes, referenciando suas vantagens como reforçado por Assumpção (2013):

Para não deixar de ser competitivos perante os concorrentes 'pequenos', os supermercados passaram a utilizar, ao longo do tempo, suas estratégias de diferenciação em exposição/apresentação de produtos, cortes, variedade, mix de cores entre outras em produtos perecíveis para atrair e reter clientes, numa tentativa de fazê-los deixar de comprar em padarias, feiras de rua e mercados municipais, objetivando o atendimento dos fatores competitivos valorizados pelos clientes. (ASSUMPÇÃO et al, 2013, p.100)

3.4 A luta pela sobrevivência das feiras livres

A situação atual das feiras livres, mercados públicos e sua competição contra os novos modelos de comércio tem sido preocupante para feirantes e consumidores que participam da feira cotidianamente. Para Forman (1979), as feiras livres com sua prática informal, tendem a desaparecer influenciadas pela ação dos atacadistas embora para ele seja um fenômeno social e econômico viável, mas que vem tendo que lutar contra o mundo contemporâneo e suas novas práticas.

Com argumento favorável à sobrevivência das feiras livres, autores como Ribeiro et al. (2005) relatam que "os consumidores dizem que nenhum estabelecimento de verdureiro profissional, ou sacolão, substitui a feira, porque é

nela que encontram os produtos que fazem parte dos nossos costumes alimentares”.

Braudel (1998) também segue o mesmo raciocínio e relata:

Se este mercado elementar, igual a si próprio, se mantém através dos séculos é certamente porque, em sua simplicidade robusta, é imbatível, dado o frescor dos gêneros perecíveis que fornece, trazidos diretamente das hortas e dos campos das cercanias. Dados também seus preços baixos, pois esse mercado elementar, onde se vende, sobretudo “sem intermediários” é a forma mais direta, mais transparente de troca, a mais bem vigiada, protegida contra embustes. (BRAUDEL, 1998, p.15)

Fonte de subsistência de pequenos produtores que integram um sistema de atendimento e abastecimento das camadas populares, a feira livre é um canal que:

[...] garante aos produtores rurais a comercialização da sua produção, que de outra forma seria difícil nesse tipo de economia de pouca liquidez, e gera benefícios aos consumidores, com a garantia de abastecimento regular, de qualidade e, em especial, adaptado aos seus hábitos alimentares. Além disso, ganham também os comerciantes locais, com a aquisição de bens de consumo por parte dos feirantes, que usam a renda proveniente de suas vendas, o que favorece a permanência do dinheiro em âmbito municipal. (RIBEIRO et al., 2005 apud SALES et al., 2011).

Os grandes comércios da atualidade de fato ameaçam a existência das feiras livres no que diz respeito ao dinamismo e exigência de conforto e qualidade para as novas gerações, podendo tratar-se de um simples princípio da economia, a livre concorrência.

Contudo, as feiras livres e mercados públicos ainda resistem às suas tradições e defendidos por aqueles envolvidos em memórias, isto é, aqueles que preservam as tradições populares culturais, sociais e urbanas mais antigas demonstrando que ao mesmo passo que se cria o novo não há necessidade de se desfazer do antigo, pois como no caso das feiras, ainda existe um público fiel que aproveitam as suas vantagens econômicas, sendo elas a diversidade de produtos oferecidos, relações sociais e preço.

Com o acesso a grandes comércios da atualidade facilitados, de fato ameaçam diretamente a existência das feiras livres no que se refere à necessidade de dinamismo e exigência de conforto para gerações mais novas. Porém, ainda se mostra forte em sua tradição e defendida por aqueles envolvidos em sua participação, além de sempre haver a necessidade humana em resgatar e preservar

suas memórias, isto é, tradição cultural é muito mais que tentar preservar antigas manifestações culturais, pois é possível criar o novo sem negar o passado e as suas tradições.

[...] a feira livre vem persistindo, resistindo ao processo acentuado de negação da rua, do espaço público de pouco acesso, que vem marcando a urbanização brasileira nas últimas décadas. Trata-se não apenas de garantir aos pobres uma forma de geração de emprego e renda, ou de oferecer ao consumidor urbano uma alternativa a mais para aquisição de uma gama de produtos. Trata-se de preservar a rua como lugar de encontro. De preservar uma tradição popular urbana. Uma questão de cidadania (MASCARENHAS E DOLZANI, 2008, p.79).

3.5 A expansão do varejo supermercadista

Os supermercados surgiram nos Estados Unidos, com a ocupação de galpões das fábricas que faliram após a crise de 1929, trazendo um novo modelo de venda de mercadorias, o auto-serviço e o livre acesso do consumidor às mercadorias. Esse formato de varejo distribuiu-se pelo mundo após a Segunda Guerra Mundial, sendo criado no Brasil na década de 1950. (PINTAUDI, 1984).

Mesmo com a sua longa tradição, as feiras livres mudaram significativamente após a criação e expansão dos supermercados e hipermercados, essas mudanças caminham desde a década de 60, como constatada por Jesus (1991, apud Sato 2007):

Passado quase um século desde a sua criação, a posição da feira livre no comércio varejista de alimentos in natura mudou significativamente com a crescente instalação de super e hipermercados. A década de 60 do século que passou testemunhou a expansão dos supermercados. (JESUS, 1991, apud. SATO, 2007)

Já segundo Dolzani (2008), enquanto vida cotidiana:

[...] a feira livre viu sua sobrevivência ameaçada, sobretudo a partir da década de sessenta, quando o automóvel invade a rua, rejeitando a feira livre e outras formas de apropriação coletiva das vias públicas. O mesmo automóvel que, ao propiciar ampla mobilidade intra-urbana, promove o surgimento e expansão do “moderno varejo” (supermercados e depois os shoppings centers), a condenar a feira livre. (DOLZANI, 2008, p. 82,83).

De acordo com Resende e Pacheco com o fortalecimento e expansão das redes de super e hipermercados, com o conceito de auto-serviço, que agregava a um mesmo local item de hortifrutigranjeiros, carnes, pães e laticínios. A concentração espacial da mesma gama de serviços facilitou a vida do consumidor e

consequentemente gerou uma maximização na concorrência entre os estabelecimentos que hoje competem pelo mesmo mercado consumidor.

Em 1968, os supermercados foram reconhecidos oficialmente e solidificaram sua presença frente às pequenas unidades de varejo. No início da implantação dos supermercados, as lojas de auto-serviço eram responsáveis apenas por 30% das vendas de alimentos. Os outros 70% eram vendidos em mercearias, feiras livres e mercados populares. Hoje, nas grandes cidades, 80% das vendas são realizadas em super e hiper mercados (RESENDE E PACHECO, 2005, p. 2)

Ainda utilizando Resende e Pacheco, os autores afirmam que com a expansão dos supermercados:

[...] a competitividade entre uma e outra loja aumentou, e a forma de maximizar as vendas aprimoraram-se, com o uso de tecnologias, propagandas e etc. Os auto-serviços promoveram a aculturação e padronização de hábitos e costumes através da repetição dos modos de disposição das mercadorias, do atendimento ao cliente em todos os lugares onde as lojas de uma mesma rede se instalam. (RESENDE E PACHECO, 2005 p. 10)

No final dos anos 60, com a consolidação da indústria agroalimentar, alavancada pela internacionalização do capital e liberalização dos mercados, Godoy e Anjos afirmam que:

Neste período ações governamentais brasileiras, passam a apoiar a criação de lojas de auto-serviço, com a finalidade de exercer o controle de preços do comércio alimentar vigente, até então baseado nos armazéns, empórios, mercearias e feiras, responsáveis pela maior parte das vendas no varejo. No entanto, percebe-se ainda hoje que as feiras livres têm desempenhado um papel muito importante na consolidação econômica e social, especialmente da agricultura familiar sob o ponto de vista do feirante, representando também um espaço público, sócio-econômico e cultural, extremamente dinâmico e diversificado sob o ponto de vista do consumidor. (GODOY E ANJOS, 2007, p.1)

Não se pode negar que as feiras e mercados públicos serviram de inspiração e contribuíram para o desenvolvimento e até mesmo formação dos super e hipermercados. Diante desse concorrente acima da média, os feirantes buscam a cada dia se profissionalizar, atualizar e diversificar o oferecimento de produtos procurando competir com os modernos formatos de comércio. Com esse propósito, as feiras atualmente dispõem de hortifrutigranjeiros, artesanato, quitandas, desde

produtos sofisticados até mínimas coisas para atender a demanda das camadas mais populares.

O próprio supermercado recria em seu interior a “ferinha” enquanto forma, mas não pode recriar a figura do feirante, conhecedor profundo das particularidades da freguesia e da natureza dos produtos que vende, e com autonomia para barganhar o preço. (MASCARENHAS E DOLZANI, 2008, p. 83)

Na atualidade, o foco das empresas é o consumidor, que deve suprir suas necessidades no ambiente do supermercado.

Ao combinar no mesmo espaço físico serviços (postos de gasolina, loterias, lanchonetes, etc.), artigos de mercearia, roupas, eletroeletrônicos, etc; os supermercados vêm de encontro com a necessidade da vida moderna de reduzir o tempo, ao propiciar a realização de diversas atividades no mesmo local. (RESENDE E PACHECO, 2005,p 10)

3.6 Escolha compra do consumidor

A avaliação do consumidor deve ser feita baseando-se nos aspectos que influenciam o seu comportamento. Tais fatores atuam na decisão e compra da população, que opta por locais que ofereçam maior infraestrutura e vantagens ao seu cotidiano e até mesmo facilidades de pagamento. Dessa forma, o varejo de alimentos tem se interessado cada vez mais em estudar o comportamento dos consumidores, buscando entender as preferências e expectativas que os levam a escolher o local de compra onde tais comportamentos tendem a modificar as estruturas tradicionais das cidades, como as feiras. (KOTLER E KELLER, 2006)

De acordo com Gade (1998), “o estudo do comportamento e da psicologia do consumidor é realizado para permitir o desenvolvimento de estratégias de marketing mais eficaz”.

Para se ter um processo estruturado de vendas em qualquer que seja o negócio, o principal fator que direciona esse planejamento é entender o seu consumidor. Ainda segundo Gade (1998), o comportamento do consumidor pode ser considerado um conjunto de “atividades físicas, mentais e emocionais realizadas na seleção, compra e uso de produtos e serviços para a satisfação de necessidades e desejos”.

Kotler e Keller (2006) seguem o mesmo raciocínio quando afirmam que o comportamento de compra dos consumidores se dá de acordo com os perfis de indivíduos, grupos e organizações que selecionam, compram, usam e descartam bens, serviços, idéias ou experiências para satisfazer seus desejos e necessidades. Segundo os autores, estes indivíduos, como consumidores, sofrem influências **culturais, sociais, pessoais e psicológicas**, sendo os fatores culturais os que exercem a maior e mais profunda influência.

- **Cultural:** Principal determinante do comportamento e dos desejos da pessoa é adquirida desde a infância com a convivência familiar e com outras instituições onde, valores, percepções e preferências são expostas a elas. Inserida nessa classe, a cultura é composta de sub-culturas que fornecem identificação e socialização dos seus membros. Classifica-se a partir da nacionalidade, religião, grupos raciais e regiões geográficas, onde muitas delas criam importantes segmentos no mercado, no qual o marketing trabalha programas e produtos sob medida para suas necessidades. (KOTLER E KELLER, 2006)
- **Social:** “Além dos fatores culturais, o comportamento de compra do consumidor é influenciado por fatores sociais, como grupos de referência, família, papéis sociais e status”. Denominam-se grupos de referências aqueles que exercem influência direta ou indiretamente sobre comportamento e atitudes de uma pessoa. Dentro desse grupo de referência estão inseridos subgrupos que influenciam as pessoas de formas distintas e em diversas camadas sociais sendo dentre elas, a família a mais importante organização de compra de produtos de consumo na sociedade, denominada de grupo de afinidade ou primário, pois são influenciados de forma direta. (KOTLER E KELLER, 2006)
- **Classe social:** As classes sociais são divisões relativamente homogêneas e duradouras de uma sociedade, são hierarquicamente ordenadas e seus componentes possuem valores, comportamentos e interesses similares. Essas divisões não refletem apenas renda, mas

também grau de instrução, ocupação e área de residência. (KOTLER E KELLER, 2006)

- **Pessoal:** “As decisões do comprador também são influenciadas por características pessoais, como idade e estágio no ciclo de vida, ocupação e circunstâncias econômicas, personalidade e autoimagem, estilo de vida e valores”. De acordo com os autores, os padrões de consumo podem ser moldados levando em conta diversos fatores como idade, sexo, experiências, mudanças e transformações na vida pessoal e profissional, surgimento de novas necessidades ao longo de sua existência, circunstâncias econômicas, conceitos individuais, padrão de vida e suas crenças. De modo geral, deve ser levado em conta todas as características individuais de uma pessoa visto que muitas dessas características exercem impacto direto sobre o comportamento do consumidor. (KOTLER E KELLER, 2006)
- **Psicológico:** “Quatro fatores psicológicos - **motivação, percepção, aprendizagem e memória** – influenciam a reação do consumidor aos vários estímulos do marketing”. Isolando tais fatores o autor classifica a motivação como um desejo que leva o consumidor à ação de satisfazer suas necessidades e desejos específicos por meio de escolhas de consumo. No caso da percepção, ela depende do processo que o consumidor seleciona, decifra e estrutura as informações recebidas resultando não só nos estímulos físicos, mas também na compreensão da relação entre esses estímulos com as necessidades vigentes dele naquele presente momento. Na aprendizagem, ela se relaciona com as experiências e conhecimentos adquiridos pelo consumidor ao longo da sua vida, podendo ocasionar mudança se levado em conta uma experiência passada. Na memória, ficam registradas boas e más experiências de vida, sendo elas um fator que se deve levar em conta na hora da compra, para Kotler e Keller, ao encontrar alguém que tenha tido uma má experiência no passado, você deve mostrar o porquê sua marca está pronta para evitar que isso se

repita e apagar de vez a impressão ruim que ficou. (KOTLER E KELLER, 2006)

Diante dos fatores explanados e pondo em pauta modelos varejistas tradicionais e modernos, segundo Kotler e Keller os consumidores levam em conta a opinião de familiares, amigos e referências de mercado. Por isso é de fato muito comum identificar pessoas que freqüentam as feiras por influência de avós ou pais que tradicionalmente levavam seus netos e filhos as feiras cotidianamente, tornando assim um hábito que atravessa décadas. Mas, é natural que de tempos em tempos surjam novas tendências de consumo e conseqüentemente novos hábitos, como o caso dos super e hipermercados, em que padrões são adotados pela maioria dos consumidores como critérios importantes de compra.

Outro fator que influencia em grande escala a ida dos consumidores as feiras são as características peculiares e o caráter lúdico intrínseco existente nela que muito além de um espaço de comercialização, constitui-se também em um ambiente de encontros, conversas, articulações e diversão.

3.7 O feirante

Feirantes são performers. Característico da feira livre, o horário da xepa imanta todos os seus significados: trabalho, comércio, beleza, brincadeira e o chamamento eloqüente da freguesia. Embora para muitos feirantes e fregueses a feira seja apenas local de trabalho e de comercialização e, por isso, não participem das performances, são os performers que chamam a atenção. (SATO, 2007, p. 98).

O personagem principal além dos consumidores nas feiras livres são os próprios feirantes que as compõem. O feirante possui um trabalho pesado, com rotina árdua iniciada ainda pela madrugada com a ida aos distribuidores realizar as compras dos produtos a serem comercializados naquele dia, visto que o horário de funcionamento das feiras normalmente se inicia por volta das 07:00 e antes disso os feirantes devem gerir o trabalho de montagem das barracas e exposição dos seus produtos.

[...] a chegada dos feirantes na madrugada trazendo seus equipamentos, mercadorias e montando suas bancas vai, paulatinamente, construindo também suas vitrines. Após algumas horas um espaço protegido,

circunscrito pelas bancas, dá o substrato para os fazeres e interações sociais que ali têm lugar. (SATO, 2007, p. 97)

Ainda segundo Sato (2007),

Para ser feirante é necessário adquirir qualificações de natureza técnica, digamos assim, que dizem respeito à capacidade de conduzir economicamente o “negócio”; mas é também, ou acima de tudo, compreender o contexto social que o tempo todo está impresso nos pequenos fazeres, mas que não se oferece com um guia de interpretação. (SATO, 2007, p.99)

As feiras livres constituem o princípio fundamental dos mercados. Numa abordagem socioeconômica elas representam um ponto de encontro entre vendedores e compradores – feirantes e fregueses – para realizarem todo o tipo de troca de produtos (BRAUDEL 1998).

Além das relações entre os comerciantes e consumidores, o relacionamento entre feirantes também é algo a ser salientado. Sato (2007) ressalta que a feira livre deve ser entendida como um caso “baseado em acordos e negociações, em cooperação e competição, e na execução de regras tácitas”. O autor ainda destaca que:

[...] a proximidade geográfica possibilita o estabelecimento de acordos entre vizinhos de banca. Entre si [eles] constroem regras de convivência específica, em geral válidas apenas para os feirantes que as definem, sendo impraticável qualquer tentativa de generalização. Elas englobam desde a definição de horários de montagem e desmontagem das bancas até a faixa de preços praticados (SATO, 2007, p.99).

Godoy e Anjos (2007) ressaltam, ainda, que a troca de conhecimentos e experiências entre o rural e o urbano e, em especial, entre os próprios trabalhadores rurais, faz da feira livre um canal de comercialização distinto dos demais. Assim, o sentimento de unidade existente no ambiente da feira livre – onde as relações entre os próprios feirantes e entre eles e seus consumidores apresentam alto grau de confiança – torna este canal um ambiente de comercialização singular. Com base em observações feitas ao longo de sua pesquisa os autores afirmam ser “corriqueiro aos feirantes atender os consumidores da banca do vizinho, vender os produtos do colega, fazer o troco e colocar o dinheiro na gaveta deste”. (GODOY E ANJOS, 2007, p.366)

CAPÍTULO IV – ASPECTOS GERAIS DO MUNICÍPIO DE ABREU E LIMA

Neste capítulo será mostrado como se identifica o município de Abreu e Lima, sintetizando desde o seu povoamento na época em que ainda fazia parte de território da cidade de Paulista até a sua emancipação e caracterizando até os dias atuais. Posteriormente será mostrada a trajetória da feira livre de Abreu e Lima com suas especificidades, características e importância para a economia e cultura local e regional.

4.1 Histórico

A área onde o município de Abreu e Lima está inserido começou a ser povoada por Duarte Coelho, donatário da capitania de Pernambuco, quando dividiu a capitania em sesmarias no ano de 1535. (SOUZA, 2017)

Em 1548, o alcaide-mor de Pernambuco, Vasco Fernandes, fundou o Engenho Jaguaribe, dando início ao povoado que deu origem ao município.

Em nome da ordem religiosa de São Bento, no início do ano de 1660, frei Bento da Purificação tomou posse, em Jaguaribe, das terras prometida por uma senhora chamada D. Inês de Oliveira em testamento. Nessa propriedade, que durante algum tempo foi uma das mais prósperas da região, os beneditinos construíram a capela de São Bento (imagem 3), atualmente em ruínas. (SOUZA, 2017)

A partir da chegada dos beneditinos à região, as terras adjacentes ao engenho passaram para os domínios dessa ordem religiosa.

Nos anos seguintes, a povoação surgida nessas terras, a meio caminho entre o Recife e Igarassu, tornou-se um local acolhedor para os viajantes, principalmente homens de negócios que ali paravam para refeições ou pernoite. A parte central desse povoado ganhou a denominação de Maricota, que se supõe segundo a tradição ser o nome de uma senhora muito conhecida entre os habitantes locais e proprietária de um estabelecimento de serviço de alimentação, instalado na estrada dos tropeiros (SOUZA, 2017).

Antiga Maricota, Abreu e Lima passou 400 anos sobre o domínio político e administrativo do município de Igarassu e outros 47 anos, de Paulista até o seu desmembramento em 1982. A emancipação da cidade se deu mediante voto popular em plebiscito no dia 9 de maio daquele ano, sendo decretada como cidade independente cinco dias depois (14 de maio). Recebeu o nome Abreu e Lima em homenagem a um político, escritor, jornalista e general muito influente na cidade, José Inácio de Abreu e Lima.

O início da povoação do município se deu em um caminho de passagem entre Olinda e Igarassu e também Paraíba e Rio Grande do Norte, o que tornou a cidade um ponto de parada para viajantes e homens de negócio que acabavam por pernoitar ou se alimentar no pequeno povoado, ainda chamado de Maricota. “Maricota é oriundo de uma influente comerciante chamada Maria que possuía seu comércio no trecho da “estrada dos tropeiros”, onde hoje é o cruzamento da BR 101 e a Av. Capitão José Primo no centro da cidade de Abreu e Lima” (SOUZA, 2017).

Sob outra ótica, a cidade detinha uma má fama devido aos seus 142 prostíbulos instalados pela cidade, sendo esse também um dos fatores de parada de viajantes e homens de negócio na cidade. Aos fins de semana, o movimento em Abreu e Lima era ainda maior devido ao acontecimento da feira aos domingos e ao comércio inserido no centro.

[...] a cidade se movimentava ainda mais nos finais de semana, devido a feira muito bem servida de frutas, verduras, crustáceos, peixes. Muitos moradores vinham da zona norte do estado para fazerem suas compras. O comércio era promissor, próspero. E por isso atraía também as mulheres que trabalhavam na prostituição, viajavam nas sextas-feiras de suas cidades mais interioranas para “a cidade dos cabarés”, e voltavam na segunda-feira levando dinheiro para suas famílias. (SOUZA, 2017, s.p.)

Em contra partida, no lugarejo que levava o nome de “cidade dos cabarés”, crescia a mensagem pentecostal liderada pela Igreja Assembléia de Deus, mensagem essa que perpetua até os dias atuais, sendo Abreu e Lima a cidade mais evangélica do Brasil com cerca de 35% da população dessa religião, segundo dados de 2016 do IBGE.

Quanto ao turismo no município, um dos maiores atrativos de Abreu e Lima está ligado à natureza e a história do próprio município. Chamado de Trilhas de Abreu e Lima, os três caminhos ecológicos que compõem o cenário turístico local receberam os nomes de: Ruínas de São Bento e Córrego do Ouro; Ruínas do

“Forno de Cal”; e, Porto Jatobá ao Rio Timbó. Cada uma destas trilhas tem sua peculiaridade e potencialidade, além do fato de poder encontrar nelas vestígios marcantes da passagem dos holandeses pela Região.

Figura 3 - Ruínas da Capela de São Bento



Fonte: Lugares Esquecidos. Disponível em: <<http://www.lugaresesquecidos.com.br/2011/02/>>. Acesso em: 10 de maio de 2019.

4.2 Localização e Acessos

Figura 4 - Localização de Abreu e Lima em relação ao Estado de Pernambuco.



Fonte: Plano Diretor (2007)

Figura 5 - Delimitação da área do município de Abreu e Lima com demarcação da área urbana.



Fonte: Google. Disponível em: < <http://www.google.com/maps/place/abreuelima>>. Acesso em: 18 de maio de 2018. Editado pela autora.

O município de Abreu e Lima está localizado na Mesorregião Metropolitana e na Microrregião Recife do Estado de Pernambuco, ocupando 2,82% do território pernambucano, limita-se a norte com Igarassu e Aracoiaba, a Sul e Leste com Paulista e a Oeste com Paudalho.

Abreu e Lima apresenta dois centros urbanos, chamados Abreu e Lima (composta por 12 bairros) e Chã de Cruz, que funcionam como cidades independentes e sem uma boa integração viária. A cidade é cortada pela BR-101 (imagem 6), via federal e de principal fluxo na cidade, que percorre todo o centro comercial. Essa via é de grande fluxo por ser rota de acesso da Zona Norte tanto para cidades da Região Metropolitana, quanto para o interior e demais estados e nela que estão dispostas as áreas referentes à antiga feira e também as suas novas instalações.

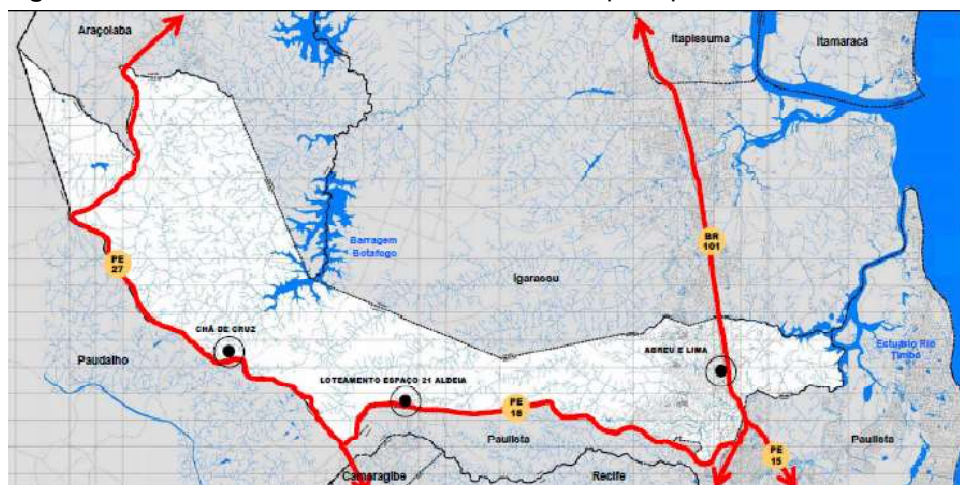
Figura 6 - BR-101, principal via do município de Abreu e Lima.



Fonte:

Outras vias existentes no município são a PE 018 e PE 027 (figura 5) que são rodovias simples que se dispõem internamente na cidade, funcionando tanto como limite geográfico com o Município de Paulista, quanto como interligação da BR-101 – onde está inserida a feira - na região de Aldeia, sendo esta a que dá acesso ao povoado de Chã de Cruz que funciona como limite com os municípios de Paudalho e Araçoiaba; Existem ainda em Abreu e Lima outras 17 vias que estruturam internamente a Cidade, bem como as vias que dão acesso às estradas rurais.

Figura 7 - Áreas Urbanas de Abreu e Lima e suas principais vias



Fonte: Atlas, FIDEM.

Quanto ao sistema de transportes, foi inaugurado em 2016, o Terminal Integrado de Abreu e Lima está localizado na divisa da cidade de Abreu e Lima e Paulista, às margens da BR-101 e com uma distância de cerca de 750m da nova feira livre. O Terminal iniciou sua operação com 11 linhas de ônibus, que juntas realizam 724 viagens e movimentam 40 mil passageiros por dia. As linhas atendem os passageiros que vão tanto para outros bairros da cidade quanto para outras cidades, podendo vir a ter outras opções de linhas na transição com outras integrações. Outras linhas oferecidas são as que vão direto para Goiana e Pontas de Pedra.

4.3 Aspectos Socioeconômicos

O município de Abreu e Lima apresenta em sua constituição a predominância de áreas de preservação ambiental, reservas ecológicas, áreas rurais e bacias hidrográficas. Sua área é de 138,87 km² onde apenas 25% dessa área são urbanizada. sendo localizadas as margens das suas principais vias, no caso a BR-101.

Com uma população residente de 99,364 habitantes, resultando em uma densidade de 785,69 hab./km² segundo o senso 2016 do IBGE, a região Norte, a qual se localiza o município de Abreu e Lima é uma região que apresenta em suas condições geográficas uma grande quantidade de recursos hídricos e resquícios de mata atlântica.

Os setores de atividade econômica formais no município são de acordo com o Plano Diretor são:

- Indústria de transformação
- Serviços industriais de utilidade pública
- Construção civil
- Comércio
- Serviços
- Administração pública
- Agropecuária, extração vegetal, caça e pesca.

Como principal setor, Abreu e Lima tem um variado comércio e um crescente parque industrial que abriga empresas pernambucanas, nacionais e multinacionais.

Na área rural, os trabalhadores cultivam frutas e verduras que são comercializadas na tradicional feira livre de Abreu e Lima e nas cidades vizinhas como Paulista, Igarassu e Camaragibe, e até na Ceasa

Construídos com base em estatísticas oficiais (produzidas pelo IBGE), as tabelas de indicadores sociais para o município de Abreu e Lima revelam um aumento na taxa populacional e desenvolvimento econômico indicando que a região em seus primeiros momentos de desenvolvimento apresenta uma evolução mais evidente na zona urbana, enquanto na zona rural os seus percentuais caíram, o que nos leva a crer que a população rural vem migrando para a cidade, provavelmente em busca de melhor qualidade de vida.

Tabela 1 – Indicadores do município de Abreu e Lima

POPULAÇÃO TOTAL ***				POPULAÇÃO URBANA ***		POPULAÇÃO RURAL ***		TX. DE CRESCIMENTO POP. (%)*		
1991	2000	2010	2017	2000	2010	2000	2010	1991-2000	2000-2010	2010-2017
77,035	89,039	94,429	99,364	77,696	86,625	11,343	7,804	12,004	6,05	5,23

Fonte: O autor (2018)

Tabela 2 - Indicadores do município de Abreu e Lima

IDHM *			POP. ECON. ATIVA *		PIB NOMINAL (Milhões) **			Tx Cresc. Econôm.
1991	2000	2016	2000	2010	2000	2010	2013/2014	2010/2014
455	561	730	59,13%	61,99%	R\$ 264.427.000	854492000	1299976000	52,13436755

Fonte: O autor (2018)

Tabela 3 - Indicadores do município de Abreu e Lima

PIB PER CAPITA**			ÁREA TOTAL	DENS. DEMOGRÁFICA *			PRINC. ATIV. ECON. **	
2000	2010	2013/2014		2000	2010	2016	INDÚST.	SERVIÇO
R\$ 2.969,78	R\$ 9.049,05	R\$ 13.294,09	138,87 km ²	106,71	749,50	778,20		X

Fonte: O autor (2018)

O Índice de Desenvolvimento Humano Municipal - IDH-M é de 0,73070. Esses respectivos índices apresentam um aumento, que está ligado diretamente com as condições oferecidas pela região aos seus habitantes. As indústrias do setor

agropecuário e de serviços são o que movimenta a região e são responsáveis por mudanças espaciais e econômicas, contribuindo para transformação da região.

Segundo dados sobre o produto interno bruto de Abreu e Lima, divulgado pelo IBGE referente ao ano de 2012/2013, a soma das riquezas produzidas no município é de 1.299.976 milhões de reais e o PIB per capita do município é de 13.294,09 mil reais. Sendo o setor de serviços o mais representativo na economia abreu-limense, somando 487.958 milhões. Já os setores, industrial e da agricultura representam 286.618 milhões e 8.142 milhões, respectivamente.

O setor de serviços, do qual o comércio e conseqüentemente a feira está incluído, contribui com mais de 75% da renda do PIB na economia do município confirmando que desde a barraca de Dona Maria, “a Maricota”, até os dias atuais o lugarejo se destaca pelo comércio as margens de uma das mais importantes rodovias do Brasil.

4.4 O antigo Mercado Público de Abreu e Lima

O Mercado Público da cidade foi construído quando Abreu e Lima ainda se denominava Maricota, esse equipamento marcou um período onde a cidade e o comércio começaram a se desenvolver. Segundo Souza (2017), “Sem dúvida, a construção do mercado público oficializava aquela que seria a principal fonte de renda que movimentava a futura cidade de Abreu e Lima, isto é, o comércio”. O então mercado inseria-se no contexto do centro comercial, a sua localização (figura 8) era privilegiada, as margens da BR-101, na entrada de uma praça que após se tornaria local da realização da feira livre da cidade.

“Foi Capitão José Primo quem iniciou as obras do primeiro Mercado Público de Maricota em 5 de fevereiro de 1942, conforme anunciou no Jornal Diário da Manhã. O capitão José Primo, que atualmente possui uma importante avenida no centro da cidade em sua homenagem, inaugurou então no dia 19 de abril de 1942, o primeiro mercado público do distrito de Maricota, com direito à café da manhã e almoço para autoridades e convidados, e à tarde desfile das escolas públicas. À noite houve um “soirée” para os convidados dançarem no prédio inaugurado. O primeiro Mercado Público do distrito continuou funcionando por muitos anos e poucos sabem que o mesmo era herança do período varguista.” (SOUZA, 2017, s.p.)

Esse equipamento comercial, foi rodeado por novos comércios (figura 8), que viam as vantagens de permanecer próximo a um mercado público e para as suas

vendas e diante disso, o comércio da cidade se fortaleceu e expandiu com as suas influências. Mas, com essa expansão, acabou se dando prioridade aos novos comércios em relação aos seus mediadores.

“O problema era que, assim como se deu com o mercado público instalado na entrada da praça, o local foi sendo ocupado pelos feirantes de uma forma completamente diferente da que se verificava em décadas passadas. Enquanto o mercado, que era uma edificação com várias entradas inteiramente livres para a circulação de pessoas, foi pouco a pouco tendo suas paredes externas ocupadas por boxes construídos sem um mínimo de respeito para com a planta original do prédio, o pátio da feira livre passou a ser em quase sua totalidade ocupado por comerciantes de maneira fixa, durante toda a semana, e não só com bancos de madeira, como também com barracas horrendas que, entre outros produtos, ofereciam refeições com condições mínimas de higiene, uma vez que tais barracas não possuíam água encanada para a lavagem dos utensílios.” (SOUZA, 2017, s.p.)

Figura 8 - Mercado público de Abreu e Lima cercado pelos comércios.



Fonte: Alcântara (2011)

Apesar de o Mercado ter sido mascarado pelos comércios ali presentes, o prédio que o abrigava comercializava produtos característicos e que normalmente só

eram encontrados lá, como temperos e chás diversos. Em decorrência das mudanças no cenário da cidade, o mercado não oferecia mais os mesmos serviços existentes na sua inauguração, onde tinha como intuito oferecer opções de refeições, além da venda de suprimentos. Com o tempo esse serviço começou a ser feito em boxes ao lado do prédio e o mercado permaneceu apenas com vendas de produtos. Cogitou-se ainda entre a população, na época dos comentários sobre a saída da feira que funcionava ao lado do mercado, que o prédio seria mantido apenas modificando seus usos o transformado em um mercado de artesanato, ou algo que agregasse ao turismo e cultura local, que não foi concretizado. Ele foi demolido pela prefeitura para ampliação do pátio onde antes também funcionava a feira, que trataremos posteriormente, hoje serve como estacionamento para os comércios locais e praça de eventos.

4.5 Antiga feira livre de Abreu e Lima

A feira livre de Abreu e Lima (figura 9) surgiu em meados dos anos 80, provavelmente condizente com o desmembramento da cidade em 1982, cerca de 40 anos após a inauguração do Mercado Público. A feira foi elaborada por moradores do município e regiões vizinhas que viram uma oportunidade de aproveitar o desenvolvimento comercial crescente na cidade para adquirir recursos de subsistência, visto que a atividade industrial ainda estava em processo de desenvolvimento e empregos formais no município ainda eram escassos.

Com uma área de aproximadamente 6.665m² e 400 feirantes entre cadastrados e não cadastrados pela prefeitura, A feira livre de Abreu e Lima desponta como uma das maiores e mais importante feiras livres do Litoral Norte do Pernambuco. Desde sua fundação, no início da década de 80 até hoje ela se configura como elemento de propulsão do desenvolvimento do município gerando empregos e renda para os habitantes da região, bem como atraindo novos investimentos que possibilitam o fortalecimento da economia do lugar. (CALADO et al, 2010, p.1)

Figura 9 - Entrada principal da antiga feira de Abreu e Lima.



Fonte: A Cidade e a História (2011). Disponível em: <<http://acidadeeahistoria.blogspot.com/2011/12/feiras-livres-1.html>> Acesso em: 08 de Maio de 2018.

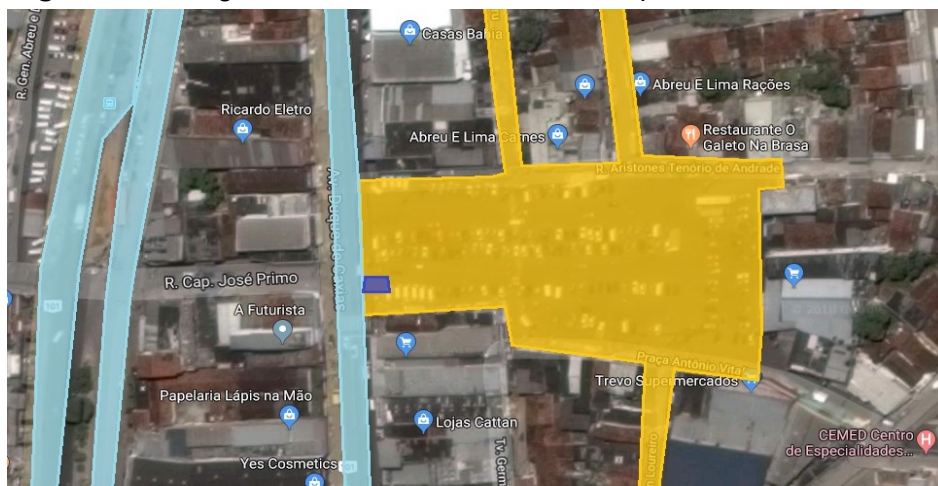
A feira era realizada em um pátio as margens da BR-101 (imagem 10) ao lado do antigo Mercado Público. Com o passar dos anos, a feira não conseguiu mais se limitar apenas ao pátio e acabou se expandindo para ruas próximas chegando até ocupar áreas residenciais (imagem 11). Segundo Alcântara (2011), a época da antiga feira “as ruas que eram prolongamentos da feira eram chamadas pelos nomes das mercadorias nela predominantes. Assim existiam - e ainda duas delas existem - a "Rua da Batata", a "Rua do Peixe" e a "Rua da Galinha”.

A rua da galinha se esvaiu com o tempo, uma hipótese para isso talvez seja que a compra de galinhas vivas não era mais uma forma prática para os clientes, fazendo com que estes migrassem para onde a vendesse abatida, depenada e limpa, como nos frigoríficos e supermercados, o que nos faz observar a trajetória de mudanças presentes na feira livre, onde ao decorrer do tempo, com o surgimento opções mais práticas para o consumidor, ele acaba migrando para outros formatos de varejo que ofereçam essas facilidades.

Para os participantes do cotidiano da feira livre, a sua localização as margens da BR-101 e próximo a tudo, era de fato adequada diante dos outros serviços oferecidos no entorno. A feira se encontrava centralizada em relação a outros diversos comércios e serviços, o que facilitava para toda a população, que poderia encontrar em apenas um centro urbano, diversos estabelecimentos que atendessem

as suas necessidades sem precisar de grandes locomoções, visto que grande parte da população percorre as ruas centrais a pé, pois fica próximo a maioria.

Figura 10 - Antiga área da feira livre e mercado público.



- Antiga área da feira
- Antigo mercado público
- BR-101

Fonte: Google. Disponível em : < <http://www.google.com/maps/place/abreuelima>>.

Acesso em: 18 de maio de 2018. Editado pela autora.

A estrutura da feira acontecia de forma precária, ela consistia em barracas de madeira com coberturas de lona plástica, com pouco espaço de trabalho e de circulação que eram semi desmontadas com o fim do expediente, além de feirantes que trabalhavam em carros de mão ou apenas com um guarda-sol e um banco sem nenhuma estrutura (figura 12). Cerca de 400 feirantes trabalhavam nessa feira, principalmente aos sábados, que era o chamado “dia de feira”.

Figura 11 - Estrutura das barracas da antiga feira e forma improvisada de trabalho.



Fonte: Alcântara (2011)

O espaço da feira livre era o padrão para comercializar frutas e verduras, como se vê em todo o Brasil, onde praças ou ruas se adaptam para recebê-las, porém, com a liberdade em que funcionava aliada a falta de controle do poder público houve uma grande diversificação nos tipos de negócios nas barracas, onde variados tipos de produtos eram comercializados pela mesma banca, ou a prática da venda de produtos dispostos sob uma lona forrada no chão ou diretamente no chão por feirantes muitas vezes não cadastrados, era de fato muito comum na feira (imagem 13), o que acabou sobrecarregando-a e dificultando a sua realização para feirantes e fregueses.

Figura 13 - Divisão do espaço entre consumidores, feirantes e mercadorias.



Fonte: Alcântara (2011)

A feira, mesmo depois de anos, funcionava de forma improvisada, sem controle, sem higiene e sem estrutura. Quando chovia, a situação ficava ainda pior, pois juntava a lama, as sobras das mercadorias jogadas pelos feirantes e a falta muitas vezes de coleta pela prefeitura.

Fixada por décadas na Praça Antônio Vitalino, no Centro, o comércio funcionava à base do improvisado, sem condições de higiene e de segurança para trabalhadores e consumidores. Quando as tendas e bancos da antiga feira foram retirados do espaço público, apareceram até ninhos de ratos no meio da bagunça. (PEREIRA, 2012, s.p.)

Na feira o que predominava nas vendas, como de costume, era o comércio de produtos alimentícios perecíveis, como frutas, verduras, legumes, tubérculos, produtos de fazendas, peixes, carnes, queijos, mas também se vendia roupas, calçados, objetos artesanais, flores, etc.

Com a predominância no setor dos produtos alimentícios, mesmo com supermercados próximos (figura 14), a feira tinha o seu grande público que faziam a chamada “feira de mês” nos supermercados, mas as frutas e verduras, temperos, etc eram sempre adquiridos na feira e no mercado público.

Figura 14 – Estrutura e disposição das mercadorias na antiga feira.



Fonte: Alcântara (2011)

Figura 15 – Disposição dos produtos na antiga feira



Fonte: Alcântara (2011)

O trabalho nas barracas normalmente era realizado apenas pelo dono e caso fosse necessário, uma ou duas pessoas ajudavam. Essas pessoas normalmente eram da própria família, que trabalham com intuito de ajudar na renda. Normalmente as bancas passam de geração em geração, de pai pra filho na família.

No início da prática da feira no município, ela ocorria aos domingos e ao final, todos os bancos eram recolhidos do pátio e guardados em locais pré determinados. Com o passar dos anos, a prática da feira foi transferida para os sábados, que se tornou o dia oficial da feira, onde o comércio se tornava maior e mais atrativo, por ser um dia com maior quantidade de produtos e onde todas as bancas eram abertas.

Mas, com o passar do tempo, a feira foi deixando de funcionar uma vez por semana para ser realizada todos os dias, mesmo que de forma mais reduzida. Esse fato se deu, justamente pelo comércio consolidado em que ela se encontrava o que ocasionou assim, o interesse dos consumidores em poderem adquirir os produtos da feira em qualquer dia da semana em conjunto com os outros serviços oferecidos no entorno, estabelecendo a feira livre como parte integrante do cotidiano comercial do município.

Com a feira instalada durante todos os dias, os feirantes não mais esvaziavam a área com o fim do expediente como antes, acontecendo de feirantes fixarem suas bancas no chão, o que acabava implicando na realização de outros eventos no pátio como acontecia em décadas anteriores.

Juntamente com a feira, acontecia a famosa “feira do troca”, onde as pessoas comercializavam diversos produtos como celulares, CD’s, bicicletas, e outros demais objetos de segunda mão por preços mais acessíveis. (imagem 16).

Figura 16 - “Feira do troca” ocorrendo em um sábado.



Fonte: Alcântara (2011)

Ou seja, durante a semana a feira acontecia, porém de forma mais contida, porém, nos sábados o cenário mudava. Todas as ruas dos arredores ficavam cheias de gente e carros, feirantes comercializando na feira e nas ruas com seus carros de mão, supermercados e demais comércios com filas enormes, bancas recheadas de produtos que acabara de chegar dos sítios ou da Ceasa, consumidores vindos da vizinhança, dos demais bairros da cidade, das cidades vizinhas ou até de outros estados, com sua parada na feira durante a viagem. Carros de som anunciando ofertas, avenidas engarrafadas com alto fluxo de carros indo pro litoral, ou indo à feira. Pedestres tentando caminhar nas calçadas ocupadas pelos ambulantes, feirantes que gritavam pra atrair seus fregueses, caldo de cana saindo na hora,

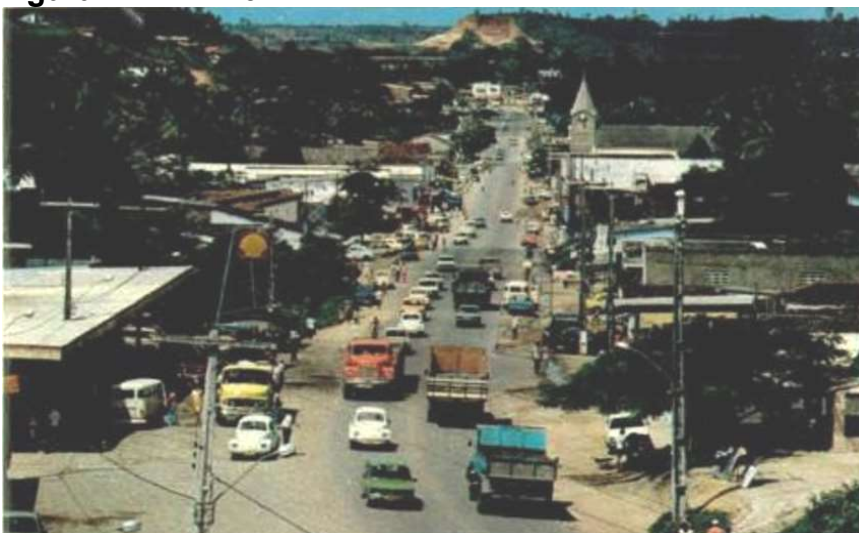
kombeiros disputando passageiros, cantores com um pequeno caixa tocando seus CD's, tudo isso começava às seis da manhã, o dia que a cidade acordava cedo pra ir à feira, pois quanto mais cedo, mais era certeza de encontrar os melhores produtos.

[...] a feira foi ficando conhecida e frequentada por pessoas de toda Região Metropolitana do Recife, acarretando assim numa enorme atração de investimentos que contribuiu para a formação de um importante centro comercial. Hoje tanto a feira livre como o centro comercial são bastante disputados pelas pessoas que saem de suas casas a procura de mercadorias de qualidade, preços baixos e boas formas de pagamento. (CALADO et al, 2010, s.p.)

4.6 O Centro comercial no contexto do varejo tradicional

O núcleo central da cidade de Abreu e Lima compreende o pólo local de comércio e serviços, situado às margens da Avenida Duque de Caxias (figura 17) e Avenida Brasil, segmentos da BR-101 Norte onde ao longo da avenida se concentram atividades do setor terciário, com comércio e serviços diversificados de pequeno e médio porte, atividades institucionais e a predominância do uso habitacional misto ao longo da via.

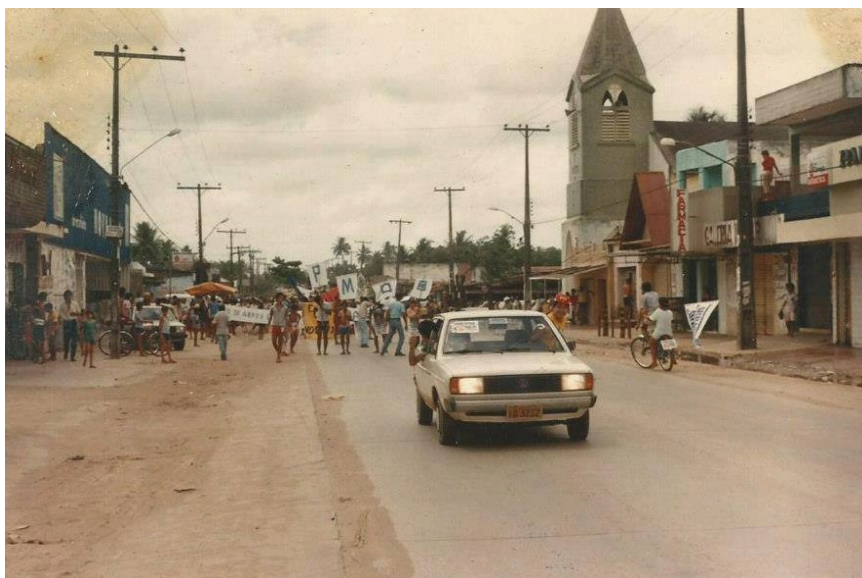
Figura 17 - BR-101 Norte



Fonte: Alcântara (2011)

O centro da cidade desde a sua criação, sempre foi conhecido por seu comércio diverso existente as margens da sua principal via, o que atraia tanto a população local quanto os transeuntes que ali passavam. Antes o centro comercial se resumia nessa via, de mão dupla (imagens 17 e 18) que hoje é uma das mais importantes BR's do país. Hoje essa via praticamente não tolera mais o fluxo atual, resultado de um crescimento desordenado da cidade, da população, do centro comercial e dos automóveis.

Figura 18 - BR-101 já com a presença de comércios ao longo da via



Fonte: Alcântara (2011)

Nesse núcleo estão instalados alguns dos mais importantes equipamentos públicos da cidade, tais como a Sede da Prefeitura, a Igreja Matriz de São José, agências bancárias, Praça Antonio Vitalino (local da antiga feira), Praça São José, nova feira livre, entre outros, sendo eles os precursores do desenvolvimento da área central, juntamente com o antigo mercado público da cidade, demolido há alguns anos atrás. Esses vários equipamentos tendem a intensificar o tráfego do centro, ocasionando um cenário caótico na paisagem local, visto que o grande fluxo de pedestres e veículos de pequeno e grande porte que transitam na via acabam por não terem seus espaços delimitados.

Figura 19 - Principais equipamentos públicos da cidade



Fonte: Google. Disponível em: < <http://www.google.com/maps/place/abreuelima>>. Acesso em: 22 de maio de 2018. Editado pela autora.

Segundo o Plano Diretor da cidade, do ano de 2007, formulado cinco anos antes da mudança da feira, o cenário comercial de Abreu e Lima foi descrito como uma “desorganização urbana do centro da cidade, às margens da BR-101”, em se tratando dos problemas do núcleo central que acabou crescendo de forma desordenada, visto que buscava atender a alta demanda comercial da cidade. Diante disso, as calçadas se encontravam invadidas pela feira livre, camelôs e produtos expostos pelo comércio formal, acostamentos com produtos de feira livre em carros de mão, ocasionando dificuldade na circulação das pessoas nas faixas de rolamento, bem como o cruzamento da via fora dos locais com semáforos de pedestres.

Figura 20 - Avenida Duque de Caxias (BR-101) em horário de grande fluxo



Fonte: Abreu e Lima Destaque (2012)

Esse agravante na circulação no centro da cidade faz com que o pedestre, em alguns locais, não tenham outra alternativa a não ser circular pelas faixas de tráfego junto aos veículos, o que acarreta além de graves riscos de acidentes, perda de tempo e degradação da qualidade dos seus deslocamentos.

Outro problema existente na área central da cidade era a pouca disponibilidade de vagas de estacionamento e dificuldades no acesso a feira, tanto por veículos de passeio quanto veículos de carga, o que ocasionava o estacionamento em locais inadequados e proibidos, gerando ainda mais transtornos para a cidade.

4.7 A desapropriação, relocação e a falta de gestão

Há décadas, desde outras gestões, toda a população local e feirantes tinham conhecimento de um projeto que visava relocar a feira para um novo endereço, mas só em 2012 as propostas desse projeto foram postas em prática de fato. Antes disso, grande parte dos feirantes tentaram reivindicar a mudança, mostrando aos gestores públicos quais eram as suas vontades e opiniões, que no fim das contas não foram levadas em conta. Os feirantes e comerciantes locais juntos, ofereciam

opções de acordo com a sua vivência na feira, pois eles, mais do que ninguém, saberiam o que seria melhor.

Foram dadas opções de ocupar um outro terreno próximo e manter e revitalizar o mercado público como memória da cidade ou indenizar outros comércios próximos ao invés de remover mais de 400 feirantes e mercadores para um outro terreno no começo da cidade, sem nenhum comércio próximo. De acordo com os feirantes, o sucesso do comércio da cidade se dava com a união de feirantes e comerciantes que juntos se complementavam.

A justificativa dada pela prefeitura foi a falta de um local para realização das festividades do município, falta de estacionamento na área central e idealizaram uma nova feira com mais conforto e comodidade para feirantes e consumidores. Para dar um ânimo aos feirantes em seu novo local de trabalho, a prefeitura dialogou e mostrou todo o projeto previsto e todas as melhorias que seriam feitas baseadas nas questões pautadas pelos feirantes.

O jornal JC online publicou no dia 01 de agosto de 2011, uma nota sobre a situação em que se encontrava a feira livre na época e as notícias sobre o projeto da nova feira.

Figura 21 - Nota sobre a situação da feira e o projeto da nova estrutura.

Feira da bagunça no Centro de Abreu e Lima

Projeto da nova estrutura para abrigar comércio ao ar livre da cidade se arrasta há seis anos

Publicado em 01/08/2011, às 23h26

Fonte: JC Online. Disponível em <
<http://jconline.ne10.uol.com.br/canal/cidades/geral/noticia/2011/08/01/feira-da-bagunca-no-centro-de-abreu-e-lima-11732.php>> Acesso em: 22 de Maio de 2018

“Lama, improviso, cachorros, e muita sujeira fazem parte do escritório ao ar livre dos comerciantes, que estabeleceram a Praça Antônio Vitalino como local de trabalho. Uma estrutura está sendo armada em um galpão para receber os feirantes, no entanto, eles não aprovam a mudança por considerarem a nova localização longe de tudo.

De acordo com a nota, a mudança só traria benefícios para os feirantes e consumidores, visto que solucionaria problemas existentes na antiga feira como sujeira, bagunça, má conservação dos bancos e estacionamento. Mas, segundo relatos dos feirantes, essa transferência só traria prejuízos, levando em conta que seria distante do centro e em um local longe de todo o comércio.

Segundo relato de feirantes entrevistado pelo jornal, o desejo de fato era a permanência da feira no centro, continuando assim, próximo dos demais comércios e serviços e que apenas houvesse um estudo e projeto que pudessem abrigar a feira livre e mercado público de forma mais digna, organizada e apropriada. Em relato da dona de uma venda de frutas:

“Vamos perder a freguesia. Querem nos colocar em um espaço perigoso, mal iluminado e longe da população. Quem é que vai até o começo da cidade para comprar verdura? O público vai acabar optando pelos supermercados que tem aqui perto”

Segundo um outro feirante:

“Em vez de nos colocar há um quilômetro do centro, deveriam nos dar mais condições de trabalho. Aqui a gente é obrigado a conviver até com gabiru. Com o aglomerado de tendas, fica tudo apertado, o tráfego é difícil. Se organizassem isso aqui, seria bom para os comerciantes e para os moradores”.

Já o então prefeito da cidade saiu em defesa do projeto e afirmou que a mudança só traria benefícios para feirantes e população de Abreu e Lima:

Não tem como dar errado. Não é verdade que o espaço escolhido é distante de tudo. O Litoral Norte está crescendo muito, com a chegada de novos investimentos, e todos que passarem por esse ponto da BR-101 poderão ver a feira. A Praça Antônio Vitalino ficará livre para a realização de eventos da cidade.

Não só o fato da distância que fazia feirantes temerem a mudança, visto que em algumas cidades como no Recife, essa distância não seria de grande impacto pelo fato de a cidade inteira ser muito ocupada, então existiriam clientes onde quer que fosse inserida.

Mas, no caso de uma cidade com uma pequena área central como Abreu e Lima, nessa distância de um quilômetro já existe uma grande discrepância nos cenários entre a antiga e a nova feira. Como mostra a (imagem 22), enquanto nos arredores da antiga feira se predominava o uso comercial, próximo as novas

instalações se predominam serviços, residências e indústrias, o que de fato afetaria a disponibilidade dos clientes irem à feira.

Mesmo existindo o fato do maior conforto das novas instalações, dificilmente uma pessoa sairia de casa a pé, iria no centro tirar dinheiro no banco e andaria mais um quilômetro para comprar algo na feira por exemplo. Esse fato ainda se compromete mais por no centro continuar vendendo todos os produtos que existem na feira, então para economizar tempo, faz-se tudo em apenas um local.

Figura 22 - Predominância dos usos no eixo central do município de Abreu e Lima.



- Praça Antonio Vitalino (antiga feira livre)
- Área de uso predominantemente comercial
- Feira Nova
- Área de uso predominantemente de serviços

— BR-101

Fonte: Google. Disponível em: < <http://www.google.com/maps/place/abreuelima>>. Acesso em: 23 de maio de 2018. Editado pela autora.

Foi desocupado todo o pátio em que acontecia a feira, juntamente ocorreu a remoção do mercado público da cidade e também alguns comércios locais que o rodeavam. Com o comércio da cidade se fortalecendo cada dia mais, a feira chegou a um ponto de não mais conseguir atender a demanda oferecida de forma eficaz e confortável, tanto para feirantes quanto para consumidores, visto que o grande movimento da feira livre interferia de forma significativa no trânsito na via. Sendo esse o fato indicado pelo poder público no ano de 2012 para a retirada da feira do pátio Antônio Vitalino.

O local hoje é um grande pátio livre que em dias comerciais funciona como estacionamento para os outros comércios que permaneceram, sendo eles dos mais variados, desde supermercados, padarias e frigoríficos, a lojas de roupa e casas de ração e quando necessário, praça de eventos (imagem 23).

Figura 23 – Festividade anual ocorrendo no antigo pátio da feira



Fonte: Paulista em Primeiro Lugar. Disponível em: < <http://www.paulistaem1lugar.com/2013/09/mais-de-20-mil-pessoas-acompanham-show.html>> Acesso em 05 de Junho de 2018

Essa transferência dos feirantes e mercadores não se deu de modo pacífico por parte de alguns, apesar de a retirada da feira já ser de conhecimento geral há anos. Houveram protestos e abaixo assinados, pois, não se tinha como ter a certeza que o novo projeto daria certo diante de tantos fatores como, distância do centro comercial, transporte, se o novo equipamento abrigaria todos os feirantes e mercadores de forma igualitária, se seriam prejudicados com a localização do Box ou barraca, dentre outros fatores.

Segundo nota online da TV Replay, publicado no dia 20 de Setembro de 2013, quase um ano após a mudança para as novas instalações, feirantes promoveram ondas de protestos contra a falta de apoio dos gestores públicos, visto que fizeram promessas para melhorias da nova feira e não a cumpriram.

O protesto se deu em função do estado de abandono do Poder Público Municipal em relação a todos aqueles que sobrevivem do comércio da feira

abreulimense, pois segundo informações dos protestantes, a Prefeitura não tem dado o devido apoio na divulgação dos negócios dos comerciantes locais, o que tem ocasionado a queda nas vendas, e nem tem dado suporte e atenção para a estrutura física do local.

Figura 24 - Notas mostram a insatisfação dos feirantes em relação a falta de apoio da prefeitura.

Abreu e Lima-PE: Protestos de Feirantes contra descaso da Prefeitura

Publicado em 20 de setembro de 2013 por James Paiva

Os comerciantes e feirantes alocados na Feira Nova de Abreu e Lima realizaram um protesto interditando uma das principais vias de acesso da cidade com pneus queimados e faixas com frases de revolta.



20/11/2013 12h29 - Atualizado em 20/11/2013 16h06

10h50: Protesto bloqueia BR-101, em Abreu e Lima

Grupo estava em frente à Prefeitura. Havia retenção de veículos no local.

Do G1 PE



Protesto bloqueou dois sentidos da BR-101, no km 50, em Abreu e Lima (Foto: Reprodução/TV Globo)

Uma manifestação bloqueou um trecho da BR-101, no km 50, **Abreu e Lima**, às 10h50 desta quarta-feira (20), segundo a Polícia Rodoviária Federal (PRF). Um grupo de manifestantes se reuniu em frente à prefeitura da cidade e fechou os dois sentidos da rodovia. Houve grande retenção no sentido João Pessoa.

A PRF informou que um grupo de 80 pessoas participava do ato. De acordo com os manifestantes, eles reclamam da falta de ação da prefeitura, que prometeu melhorias para a feira da cidade, ainda não realizadas.

Fonte: TV Replay. Disponível em: < <http://www.tvreplay.com.br/jornalismo/abreu-e-lima-pe-protestos-de-feirantes-contra-descaso-da-prefeitura/>> Acesso em: 19 de Abril de 2018

Para as devidas reclamações feitas pelos feirantes, foram prometidas, por meio da prefeitura, a execução de ações que resolveriam tais solicitações.

A distância seria solucionada com uma parceria junto aos kombis, onde seria colocado um ponto de kombis no estacionamento da feira, pois assim facilitaria a mobilidade de feirantes e consumidores. Essa solução foi imposta, mas hoje, por falta de fiscalização, as kombis deixam os passageiros do outro lado da via e seguem para outros bairros, não atendendo ao que foi solicitado pela prefeitura, dificultando o acesso principalmente de idosos.

Para diminuir o perigo na travessia da BR, foi solicitado um sinal de trânsito, mas que não foi atendido, pois se levou em conta que a lombada eletrônica existente solucionaria o problema.

Para atrair os consumidores, a prefeitura apresentou projetos de inserção de outros comércios como supermercados, buscando atrair comércios para os arredores da nova feira, o que também não foi feito.

4.8 A nova feira de Abreu e Lima

A construção do atual espaço da feira (figura 26) foi concluído no final do ano de 2012, para onde foram relocados os feirantes e mercadores antes instalados no antigo pátio da feira, localizado no centro da cidade.

A transferência da feira se deu para um espaço maior e mais organizado há mais ou menos 1km (um quilômetro) do antigo local (imagem 8). Orçada em mais de R\$ 2,5 milhões (recursos próprios e do governo), a nova feira foi inaugurada tendo como meta atender a 400 comerciantes, que ocupariam balcões, boxes e quiosques. Na época, segundo representantes da prefeitura, a nova feira só traria benefícios para a população e para os feirantes.

Figura 25 - Feira de Abreu e Lima vista da BR-101



Fonte: Jc Online. Disponível em: <
<http://jconline.ne10.uol.com.br/canal/cidades/geral/noticia/2012/09/2.php>> Acesso em: 12 de Abril de 2018

Com um investimento de R\$ 2,7 milhões, o Mercado Público de Abreu e Lima será totalmente requalificado, beneficiando diretamente 50 mil habitantes, além da população do entorno. A obra, fomentará o comércio de qualidade nas áreas circunvizinhas, duplicará o número de barracas da feira livre e criará novos boxes, sendo operado de forma ordenada e dentro dos padrões de qualidade, de limpeza e higiene, melhorando o atendimento à população.

A Feira, (Pátio Antônio Reis Souza), foi projetada para atender cerca de 400 feirantes instalados entre barracas e boxes com infraestrutura dotada de água, luz

de led, centro administrativo, quatro banheiros, estacionamento para mais de 400 veículos e segurança, instalação de 152 boxes que abrigam praça de alimentação, frigoríficos, lojas de confecção, sapatos e miudezas. Além disso, um pátio com mais de 1.800 metros com capacidade para 150 barracas de frutas, verduras, temperos, sarandagens, e tantos outros produtos.

Composto por três grandes cobertas, a feira livre se destaca pela sua grandiosidade por quem trafega pela BR-101, o que primeiro se vê é um grande pátio de estacionamento para mais de 400 carros, na cobertura frontal estão dispostos os boxes, cedidos aos antigos mercadores e comerciantes locais e sob as duas outras estão dispostas bancas padronizadas para os feirantes (figura 27).

Figura 26 - Vista superior da nova estrutura da feira livre de Abreu e Lima.



Fonte: Fonte: Jc Online. Disponível em: <
<http://jconline.ne10.uol.com.br/canal/cidades/geral/noticia/2012/09/2.php>> Acesso em: 12 de Abril de 2018

A transferência do local da feira livre e mercado público municipal se deu de fato para um espaço maior e mais organizado na entrada da cidade, ainda as margens da BR-101. A nova feira difere da antiga não apenas pela sua localização, mas também pela sua grandiosidade. A nova estrutura chega a ser quatro vezes maior que a antiga.

As novas instalações tem amplo espaço para melhor conforto de feirantes e consumidores. O novo endereço está inserido em um grande terreno as margens da via logo na entrada da cidade onde em geral estão instalados equipamentos como postos de gasolina, armazéns de construção, restaurantes, oficinas mecânicas,

empresas e um único hipermercado, o assai, que tem como característica a venda de produtos em grande escala.

Antes mesmo da mudança, diversos feirantes já cadastrados – sendo a maioria deles feirantes da antiga feira - foram capacitados pelo Sebrae com intermédio da prefeitura e alguns deles até visitaram instalações de sucesso em outras cidades que tinham o mesmo perfil da nova feira para que tivessem uma idéia de como seria essa logística.

A saída da feira do centro não mudou o cenário comercial local, que continuou ativo mesmo sem a presença da feira livre e do mercado público, pois como de acordo com uma consumidora: “no centro a gente encontra tudo o que quer, faz feira, vai no banco, na farmácia, fica tudo perto, já a feira fica muito longe pra gente ir a pé e não tem outros serviços perto como no centro”. Visto que os mesmos produtos encontrados na feira são facilmente encontrados no centro, tanto nos mercados, quanto com feirantes que vendem no centro improvisadamente em seus carros de mão.

4.9 Situação atual da nova feira livre

Atualmente, a situação da feira livre não é das melhores, o movimento caiu, falta investimento, diversos feirantes não conseguiram sobreviver trabalhando na nova feira, pois só acumulava prejuízos. Há muitas reclamações por parte dos que lá trabalham visto que antes a feira se fazia no centro da cidade, um local de fácil acesso pela população tanto a pé quanto por transporte público e alternativo (como as kombis que hoje mantêm três pontos distintos na praça Antonio vitalino e arredores). Antes se via cercada por dezenas de comércios como supermercados, frigoríficos, padarias, restaurantes e lojas como também por diversas clínicas, escolas, redes bancárias e pelos principais equipamentos públicos da cidade como a igreja, prefeitura e praças. Hoje, se mantêm em uma área predominantemente residencial, onde menos pessoas andam a pé e perto apenas de serviços que nada tem a ver com os serviços oferecidos por ela.

Com a mudança, muitos feirantes não viram vantagens em permanecer nas novas instalações e voltaram para o centro, deixando grande parte dos bancos abandonados na nova feira (figuras 28). Foram em carros de mão comercializar

seus produtos pelas calçadas dos comércios, no próprio pátio da antiga feira ou percorrendo as ruas da cidade.

Segundo a feirante Lena que possui uma barraca de frutas e verduras na feira:

“O grande problema nosso é o comércio ambulante do centro, as pessoas que tem barraca aqui deixam abandonadas, quem vai vir pra feira se eles vendem tudo lá? É como se tivessem duas feiras na cidade, e a prefeitura não faz nada. E o pior é que eles abandonam, nem trabalham aqui com a gente, nem sedem pra outros que querem, é uma bagunça. Nós também temos dificuldades e nem por isso fazemos o errado, ninguém vê que a gente se prejudica com isso, todos nós deveríamos nos unir. Enquanto a prefeitura não fiscalizar isso, nunca vai dar certo”.

Figura 27 – Situação de abandono na nova feira de Abreu e Lima



Fonte: O autor (2018)

O poder público até tenta impedir essa ação, principalmente aos sábados em que o movimento é maior, disponibilizando fiscais que monitorem os ambulantes que se encontram fixos nas praças, ruas e calçadas, utilizando o pressuposto que eles não poderiam permanecer parados em um mesmo lugar, que teriam que vender seus produtos conduzindo o carro de mão pelo centro. Os ambulantes até se dispersam com o pedido dos fiscais, mas assim que podem, os feirantes voltam a ocupar as calçadas do centro.

Hoje em dia, feirantes que trabalham lá, já interferiram na sua estrutura e padronização que foi entregue, (figura 29) trazendo bancos de madeira, colocando lonas para proteção contra o sol, invadindo e cimentando espaços que deveriam ser de área verde como previsto em projeto. Isso ocorre, pois cada feirante que queira ter um melhor ponto e ficar mais próximo aos acessos existentes e essa área hoje ocupada deveria ser mantida como área verde. Essa área se dá em um espaço livre

entre as duas cobertas, ou seja, é um local descoberto que os feirantes improvisam com lonas.

Figura 28 – Mudanças na estrutura da feira feita pelos feirantes



Fonte: O autor (2018)

Outro fato que chamou atenção e que retrata o grau de descaso para com a nova feira, ocorreu em nossa visita, esta que ocorreu em horário comercial, em uma sexta-feira a tarde, dia este em que normalmente as feiras já recebem uma maior quantidade de fregueses. Além do pouco fluxo de pessoas circulando, cavalos se instalavam nas áreas da feira sem nenhuma dificuldade (figura 29)

Figura 29 – Animais circulam sem problemas pelas áreas da feira



Fonte: O autor (2018)

CAPÍTULO V – ANÁLISE DO COMÉRCIO POPULAR: PASSADO E PRESENTE

As reflexões expostas até aqui irão compor e fundamentar o que abordaremos neste capítulo, que leva consideração em que medida a transferência da feira beneficiou ou não feirantes, consumidores e comerciantes da região.

A partir do conteúdo proposto em teoria, iremos analisar os resultados obtidos com questionários e entrevistas realizadas com feirantes, consumidores, representantes públicos e comerciantes locais tendo como objetivo identificar quais os desafios do comércio popular tradicional em relação aos modernos equipamentos de varejo supermercadistas no contexto da cidade de Abreu e Lima.

5.1 Procedimentos Metodológicos

Para a consecução da pesquisa empírica, metodologicamente foram aplicados os seguintes procedimentos: levantamento e leituras bibliográficas, visitas ao local, registros fotográficos, aplicação de entrevistas semi-estruturadas (questionários) junto aos feirantes, comerciantes do município e consumidores e entrevista com representante público.

Para obter resultados reais, buscou-se analisar de maneira flexível o maior número de ângulos do problema e diálogos com a população local, buscando conhecer a opinião dos feirantes, consumidores, comerciante e moradores sobre as questões da feira livre, dos supermercados e comércio local. Também qualitativa descritiva através da interpretação dos fenômenos e atribuição de significados, cujos focos de abordagem principais foram os processos e significados do mercado varejista.

Foram coletadas informações com feirantes, população local, representantes públicos, comerciantes e ambulantes que permaneceram no antigo endereço da feira livre. O estudo foi realizado nos meses de Abril e Maio de 2018. Os dados foram coletados por meio de questionários, um aplicado com 18 feirantes e ambulantes realizado nas instalações da antiga e nova feira, outro direcionado aos consumidores, onde foram respondidos 67 questionários, sendo eles população local ou de cidades vizinhas que de certa forma teriam possibilidade de frequentar

esse comércio. Outro questionário foi elaborado para os comerciantes que permaneceram nos arredores da antiga feira, onde foram coletadas respostas de 8 deles. Um último foram entrevistas semi-estruturadas realizadas com um representante público, sendo ele o Secretário de Desenvolvimento Econômico e Mobilidade Urbana de Abreu e Lima, Julierme Monteiro.

Em todos os questionários foram abordadas questões socioeconômicas, suas opiniões referentes a relocação da feira e se essa mudança veio provida de benefícios ou malefícios, tanto para feirantes quanto para consumidores e comerciantes locais. Além disso, para os consumidores, foi questionado quanto as suas preferências de compra, inserindo os supermercados como concorrentes diretos da feira e se, de alguma forma eles identificam e valorizam a tradição atribuída a feira.

Esses questionários foram tanto presenciais, como no caso de todos os aplicados a feirantes e comerciantes, como também disponível online, caso dos questionários elaborados para os consumidores, para que pudesse atingir um número maior deles. No caso dos responsáveis públicos, foram realizadas entrevistas presenciais com questões referentes à relocação da feira, motivos para sua retirada e o que vem sendo feito para melhoria da nova estrutura da feira. O levantamento serviu de base para caracterizar alguns aspectos socioeconômicos dos feirantes, como idade, renda familiar, grau de escolaridade, idade e intenções de compra dos consumidores.

Com base nas entrevistas realizadas, buscou-se identificar os valores culturais, sociais e econômicos da feira livre e do mercado público e as preferências dos consumidores da cidade quanto as formas de varejo disponíveis no município;

Analisar o projeto da nova feira, apresentando os problemas e soluções acarretadas com a relocação, assim como as suas conseqüências e verificar a ótica dos feirantes sobre a questão da modernização dos modelos de varejo e investigar de onde partiu a decisão de transferência da feira e as justificativas para esse fato.

Diante da perspectiva dos formatos de varejo, questiona-se se os tradicionais equipamentos da cidade, como as feiras livres e mercados públicos, embutidos de valores sociais, culturais e econômicos, estão sendo substituídos por equipamentos padronizados como cadeias de supermercado? As mudanças nas preferências dos equipamentos de consumo ocorrem pelas novas necessidades dos consumidores ou pelos interesses dos empresários e gestores públicos?

5.2 Perfil dos feirantes e a dinâmica dos modelos de varejo tradicionais

Em uma cidade onde o comércio é um dos principais setores da economia, a feira livre e o mercado público têm suas histórias marcadas pela sua participação no desenvolvimento do município.

Colocando em questão os personagens principais desse circuito, os feirantes têm seu papel de destaque. Eles movimentam a economia local de maneira informal, porém significativa, sendo assim, a formulação dos questionários buscou destacá-los e identificar o seu perfil nesse contexto.

De acordo com o questionário aplicado aos feirantes, 75% deles, residem na cidade, o que os fazem compreender a lógica tanto como feirante, quanto como consumidor. Para não haver discrepâncias nas respostas, dentre os feirantes também foram entrevistados alguns dos ambulantes que ainda se mantiveram na antiga feira com o objetivo de termos acesso as duas visões, basicamente os que apóiam e os que não apóiam a realização da feira nas novas instalações.

37,5% dos feirantes têm entre 35 e 45 anos e 27,8% entre 46 e 54. Ou seja, a maioria (65,3%) está na faixa etária dos 35 a 54 anos. São adultos que até podem ter exercido outros trabalhos durante algum período da vida no passado, mas que muito provavelmente hoje não encontrariam um emprego formal com o seu baixo nível de escolaridade, onde mais de 55,4% dos feirantes não concluíram o ensino fundamental e cerca de 11,2% são considerados analfabetos, sendo esse um dos motivos de muitos feirantes, terem ido trabalhar na feira, a falta de oportunidade de estudo e trabalho decorrente de uma vida difícil, fazendo com que pessoas busquem trabalho no circuito inferior, pela facilidade e pelo baixo investimento.

Porém, alguns feirantes hoje, com mais de 30 anos de banca, mesmo já possuindo curso superior (21,7%) ou experientes em outras áreas distintas (ensino médio completo (11,7)), permanecem na feira, muitas vezes desistindo de trabalhar em um outro lugar para se dedicarem apenas a feira, isso, como relatam alguns, pelo fato da forte ligação existente entre feirante/feira que os fazem não pretenderem deixar o trabalho de tantos anos pra trás, não pelo dinheiro que se ganha mas sim pelo conjunto, os costumes, a história e vivências.

Com idades distintas, e mesmo com uma média de idade entre 35 e 54 anos, na feira existem desde crianças que trabalham com seus pais, até idosos, que mesmo aposentados não deixam de trabalhar, como segundo relato de um

entrevistado “não dá pra ficar em casa sem fazer nada, estou acostumado com todo os dias na feira desde pequeno, além de ajudar na renda”. A história de muitos feirantes em relação ao seu início nesse ramo além do que já citamos acima é bem semelhante, muitos iniciaram seu trabalho na feira desde muito novos, ainda crianças, ajudando os pais feirantes na feira e permaneceram até hoje, uns ainda com os pais e outros seguiram no ramo sozinhos. Outros começaram vendendo seus produtos como ambulantes para depois conquistarem seu lugar fixo na feira.

Além de um local de trabalho, a feira tem um significado muito maior para os feirantes do que apenas meio de sobrevivência, quando questionados de que maneira a feira faz parte da sua vida e de sua família, a fim de identificar o significado e importância da feira para eles, uma das entrevistadas relatou: “a feira é a minha segunda casa, eu vivo aqui todos os dias, nem sei como é a vida sem feira”, fortalecendo o que afirma Mascarenhas e Dolzani (2008), quando ela afirma que as noções de identidade, comunidade, hábitos, relações e comunicação aparecem fortemente durante a realização da feira. Além de acabar possibilitando aos feirantes, um sentimento que os fazem se sentirem acolhidos e inseridos nesse meio.

Ainda utilizando o mesmo questionamento, um feirante quando questionado de que maneira a feira faz parte da sua vida e de sua família, este relatou, de forma nostálgica, momentos vividos na feira em diversas épocas da vida, desde os seus tempos de infância aonde ia a feira com seus avós ou pais, sendo sempre um lugar descrito com boas lembranças.

5.2.1 Os pontos de vista acerca dos modelos de varejo tradicionais

Diante da dinâmica do varejo tradicional, é notável os riscos enfrentados pelos feirantes em uma atualidade regida pelo que é determinado como moderno. Porém, em entrevista realizada com a população da cidade e de cidades vizinhas, onde buscou-se apenas consumidores do centro comercial de Abreu e Lima para responderem tais questões. O questionário disponibilizado online foi respondido por 67 consumidores, a maior parte do sexo feminino, entre 25 e 34 anos que, quando perguntados se nas feiras livres existe algo de bom, cerca de 84% dos entrevistados afirmaram que de fato existe algo de bom na feira, sendo citadas além da comercialização de produtos de qualidade, as amizades, as conversas, os artistas e

os lanches encontrados lá, constatando que a tradição da feira vai muito além de simplesmente local de comercialização.

No questionário desenvolvido para os consumidores/população local, buscaram-se identificar quais seriam suas preferências diante dos modelos de varejo abordados neste trabalho. O objetivo era realizar entrevistas com a população local, buscando o seu conhecimento de causa sobre o assunto tratado, porém, pudemos abranger sem transtornos, a população de cidades vizinhas, visto que esses também freqüentam o comércio da cidade de Abreu e Lima e conhecem como se desenvolve esse centro comercial. Diante disso, a maior parcela dos entrevistados foi de residentes da cidade de Abreu e Lima, com mais de 65% deles.

Para os feirantes, assim como os consumidores, a feira tem seus pontos fortes aliados a venda de produtos de qualidade comprovada aliada a preços acessíveis, como afirma Morel (2015) e se destaca por suas relações cotidianas.

Para os comerciantes locais, a feira e o mercado agregavam valor ao centro e atraíam ainda mais consumidores se continuasse próxima dos comércios, pois afirmando o que relata Alves e Filho (2011), que esses espaços de comércio tradicionais não são apenas para comercialização, mas também para socialização.

Quanto ao produto de qualidade já conhecidos na feira, confirmando o que foi retratado por Godoy e Anjos (2007), a troca entre o rural e o urbano torna de fato a feira livre um canal distinto dos demais, visto que segundo os próprios feirantes, os seus produtos vêm diretamente da agricultura praticada no município, o que faz com que a feira, consiga atender de forma justa e confiável os seus clientes, assim como possa manter o vínculo com o meio rural, proporcionando vantagens para ambos.

5.3 A relocação da feira no contexto mercantil de Abreu e Lima

A relocação da feira foi uma questão abordada em todos os questionários feitos, tendo como objetivo identificar de que maneira ocorreu, se foi a melhor escolha e se está funcionando como o previsto. Antes de tratar diretamente da relocação, devem ser abordadas as causas para tal.

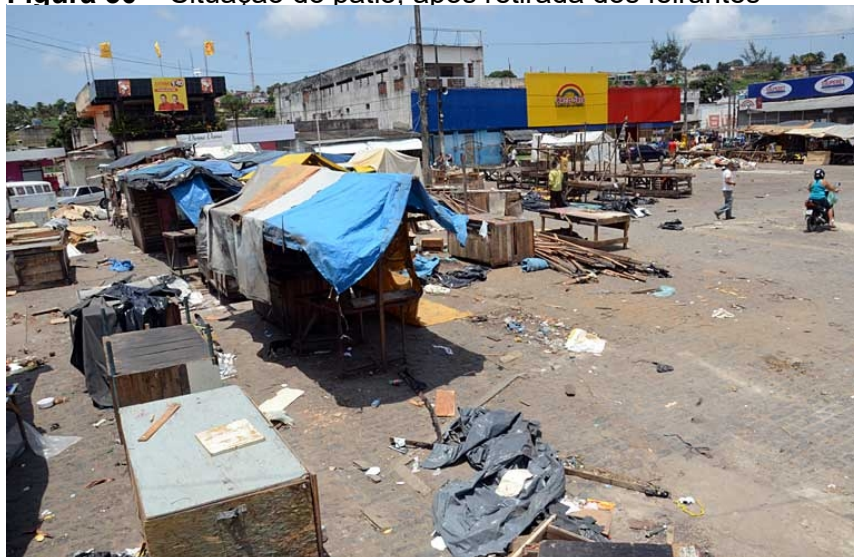
De acordo com o representante público, a decisão da retirada da feira livre do centro comercial se deu há muitos anos, em uma gestão antiga, o projeto estava pronto desde então e na gestão de 2012 foi realizado. Segundo ele, o principal motivo para essa decisão se deu pelo problema no sistema viário, pela então

necessidade de uma área para estacionamento, visto que é proibido estacionar ao longo da BR e que a cidade precisava de uma área central para realização das suas festividades, visto que eram realizadas longe da avenida principal. Embasado, segundo ele no que o plano diretor dizia como proposta para o local. Ou seja, segundo a fala do secretário, o que se refere a problemas no fluxo da via, era apenas causado apenas por culpa da feira.

Ainda se tratando do Plano Diretor, este já indicava que o pátio onde se instalava a antiga feira livre deveria ser esvaziado, tanto para a implantação de um estacionamento que atendesse a todo centro em dias comerciais, como também transformando em praça gastronômica e de eventos. Sendo o ato da retirada no ano de 2012 incentivado pelo acontecimento de um evento local, o Multicultural. Então, para esse fim, foi este o prazo máximo estipulado para a desapropriação da feira. Porém, o plano diretor não insere o local para onde a feira deveria ir e nem abordava que o mercado público também deveria ser removido, sendo esses, escolhas do poder público.

Segundo fala dos feirantes, de fato era um problema a falta de estacionamento e a retração no fluxo da via, porém, existiam outros meios de solucionar esse problema sem remover os feirantes para longe do centro e nem destruindo o mercado público.

O ato da relocação não ocorreu de fato da maneira que os feirantes gostariam. Sem nenhum cuidado, os gestores públicos mandaram desocupar o pátio (figura 31) com urgência para que um trator pudesse realizar os serviços a fim de desocupar todo o pátio para o evento que iria acontecer. Segundo os feirantes, se sentiram escoraçados, mal tratados e ameaçados, visto que sob pressão tiveram que recolher todas as suas mercadorias e o que lhes pertencia. Após a sentença, ainda foram levados para um terreno sem nenhuma estrutura antes de irem de fato para a feira (figura 32), que no início, segundo relatos, não tinha sequer energia elétrica.

Figura 30 – Situação do pátio, após retirada dos feirantes

Fonte: Jc Online. Disponível em: <
<http://jconline.ne10.uol.com.br/canal/cidades/geral/noticia/2012/09/2.php>>
 Acesso em: 12 de Abril de 2018

Segundo o representante público, sob cargo de secretário que trata diretamente de assuntos relacionados à feira, já estava previsto e decidida a saída da feira e havia uma agenda programada a ser cumprida, “não tínhamos mais condições de adiar essa situação que atravessava anos”, mesmo com toda a insatisfação e repressão dos atingidos.

A relocação era o comentário em toda a cidade, ninguém de fato sabia exatamente como tudo funcionaria após essa decisão, nem feirantes, nem comerciantes locais e nem a população. Foi um momento em que todos se encontraram a mercê do poder público e de que forma eles iriam agir para satisfazer a todos.

Figura 31- A chegada dos feirantes a nova feira

Fonte: Jc Online. Disponível em: <
<http://jconline.ne10.uol.com.br/canal/cidades/geral/noticia/2012/09/2.php>> Acesso em: 12 de Abril de 2018

Quando questionados sobre a relocação da feira, 56% dos feirantes entrevistados acharam que a mudança foi ruim, principalmente para eles. A maior parte dos que responderam essa opção foram os ambulantes, que mesmo tendo seu ponto na nova feira, hoje preferem trabalhar no centro (figura 33), justamente por acreditarem que essa transferência não foi acertada e que não traria lucro para que eles conseguissem se manter. Já trabalhando no centro, mesmo que de forma improvisada, eles conseguem vender todo o previsto e obter o lucro esperado. A outra parcela dos feirantes (44%) respondeu que a transferência foi boa, por que melhorou a estrutura de trabalho para os feirantes, porém que ainda falta muito para que atenda ao que foi prometido e ao que se espera de uma feira livre de sucesso, sendo esse o motivo de nenhum dos entrevistados escolherem a opção ótima, que é justamente pela opinião unânime de ainda faltarem melhorias a serem feitas. Ou seja, os feirantes basicamente gostariam da nova estrutura oferecida inserida no contexto comercial do centro da cidade, em um terreno mais bem localizado mercadologicamente.

Figura 32 – Comércio ambulante em todo o pátio da antiga feira.



Fonte: O autor (2018)

No caso dos comerciantes, muitos (84%) acharam que a mudança beneficiou a todos os comerciantes da área, visto que perdiam muitos clientes pela falta de estacionamento e que suas vendas melhoraram consideravelmente após a saída da feira, uns afirmaram que com a retirada da feira, seus comércios ficaram mais acessíveis e bem vistos pelos que transitam na via, diferente de quando a feira estava que não se conseguia observar o que estava além dela. Enquanto aos outros 16%, afirmaram que sentem falta da feira e que apesar do estacionamento, o comércio seria muito mais rico se tivesse a feira.

No caso dos supermercados, as vendas de hortifruti aumentaram, em decorrência da saída da feira pelo fato da população estar preferindo comprá-los no supermercado a ir ao começo da cidade comprar na feira.

Hoje, segundo relato de um comerciante, no centro existem os comércios e a feira, representada pelos ambulantes, onde segundo ele e a maioria, caso não atrapalhem na passagem dos clientes, não fazem oposição aos feirantes permanecerem no pátio como ambulantes, visto que eles também atraem fregueses aos seus comércios. Ainda segundo relatos, este não conhece nenhum outro comerciante que denuncie ou se oponha contra os ambulantes, quando há fiscalização, é por conta exclusivamente da prefeitura.

Já de acordo com a população, quanto à mudança da feira, a pesquisa relata que 67% dos entrevistados aprovaram a mudança, principalmente pela melhor qualidade de trabalho oferecida aos feirantes, um local maior para os consumidores realizarem suas compras e empregar uso a uma área antes abandonada. Além de considerarem a melhoria no fluxo na via e organização da parte central da cidade. Quanto aos outros 33%, relataram que a não aprovaram a mudança, pois a feira já fazia parte da dinâmica da cidade.

5.4 Realidade atual do comércio varejista tradicional e supermercadista: aceitação e concorrência

Quanto a atual realidade do setor comercial na cidade, após as mudanças citadas, o antigo pátio da feira hoje de fato se tornou estacionamento para os comércios das redondezas. (figura 34)

Figura 33 – Pátio Antonio Vitalino, antiga feira e mercado público, atual estacionamento.



Fonte: Google. Disponível em: < <http://www.google.com/maps/place/abreuelima>>. Acesso em: 06 de Junho de 2018. Editado pela autora.

Já era de conhecimento geral que a feira não teria mais capacidade para acontecer onde acontecia, mas, segundo os feirantes, não foram eles quem solicitaram tal mudança e que o poder público deveria ter escutado as suas opiniões e levado em conta os anos de experiência de quem vive a feira no dia a dia, todos prefeririam ter permanecido no centro da cidade, mesmo que não fosse no mesmo lugar, mas em um raio próximo a todo o centro comercial já instalado na cidade. Assim como manter a feira onde era, também era um desejo dos feirantes a preservação do mercado público que mesmo se não fosse utilizado para comercializar, mas que fosse um equipamento histórico/cultural da cidade.

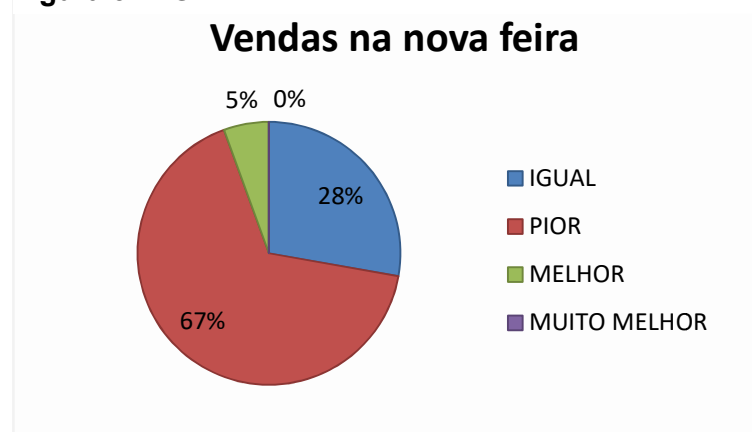
Segundo dados obtidos junto aos consumidores e comerciantes, estes também não se identificam como os que “pediram” ao poder público para a retirada da feira, visto que essa também os beneficiava. Sendo essa decisão tomada apenas por parte do poder público.

Enquanto o centro da cidade atrai cada dia mais consumidores cotidianamente, a feira se encontra com as vendas caindo. Baseado nos dados de venda dos feirantes diante do questionamento em relação às vendas (imagem 34), após a mudança, 67% dos feirantes, sendo todos esses vendedores de alimentos perecíveis, foram objetivos ao dizer que o movimento piorou em relação às vendas feitas anteriormente na outra feira, principalmente levando em conta os dias de semana que tem um fluxo muito menor, segundo dito por um dos feirantes, “o que eu vendia lá em uma semana, passo um mês para vender aqui”. Outra parcela (28%) afirma que suas vendas permaneceram iguais, pois, a feira pelo menos aos sábados (dia de feira), tem um considerável movimento, de pessoas da cidade ou de outras, que acaba suprimindo o movimento fraco durante a semana. Essa outra parcela é predominantemente dos boxes da frente que comercializam roupas e vestimentas. Apenas 5% dos feirantes informaram que as vendas estão melhores, ou seja, apenas 1 dos 18 entrevistados afirmou que as vendas estão melhores e nenhum dos entrevistados informou que as vendas estão muito melhores que antes, o que faz afirmar o insucesso até agora da nova feira.

Ou seja, para feirantes que comercializam alimentos na feira, produto esse que deve ser vendido com rapidez para não haver prejuízo, além de a venda em comparação com o que vendia antes ter diminuído, o prejuízo se torna muito maior em consequência da má conservação dos produtos ao longo da semana quando não são vendidos e acabam sendo jogados fora, sendo esses feirantes os mais

prejudicados no contexto da feira. Enquanto quem comercializa vestimentas e demais produtos que não se estragam com facilidade, podem esperar os dias de maior movimento para venderem seus produtos sem nenhum prejuízo.

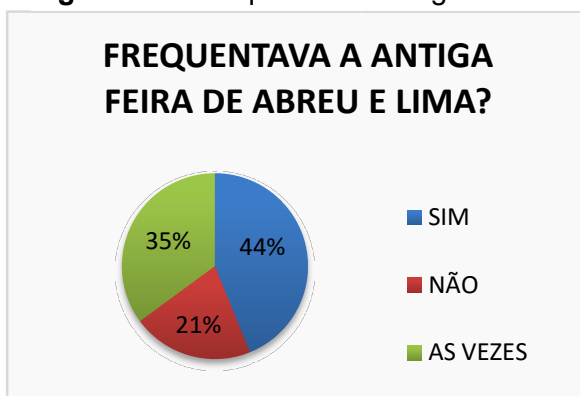
Figura 34 - Gráfico de vendas na nova feira



Fonte: O autor (2018)

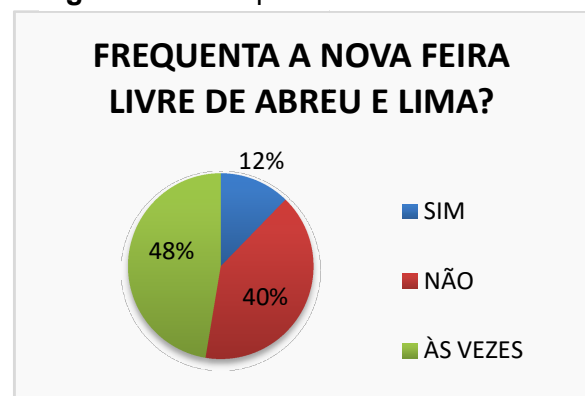
Para ilustrar as possíveis razões pelas quais as vendas na feira caíram, Grande parte dos consumidores entrevistados afirmaram que freqüentavam a antiga feira de Abreu e Lima, mesmo não sendo constantemente (figura 41), já hoje, com a mudança (figura 42), o número de clientes que confirmaram anteriormente freqüentar a feira, esse número caiu em mais de 30% ao mesmo passo que o dado dos que atualmente não a mais freqüentam, subiu em mais de 20%. Vemos diante desses dados uma forte rejeição às novas instalações da feira livre que reflete significativamente na queda das vendas.

Figura 36 – Frequentava a antiga feira?



Fonte: O autor (2018)

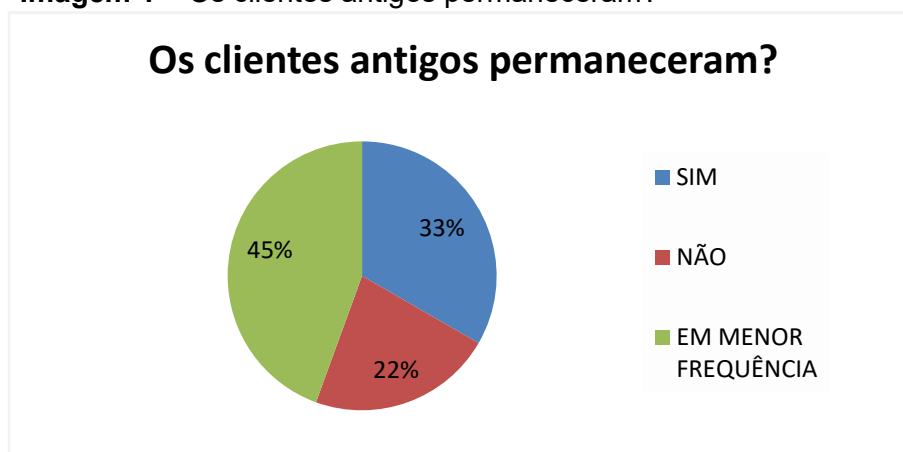
Figura 35 – Frequenta a nova feira?



Mais de 90% do total das respostas dadas pelos entrevistados afirmam que o maior motivo que os fizeram deixar de ir a nova feira é a distância, um dos entrevistados afirma “fica longe da minha casa e do comércio local, prefiro ir no centro que já tem tudo, mesmo preferindo a feira acabo indo no mercado pela facilidade”. Segundo os feirantes, realmente esse se torna um dos motivos pelos quais os consumidores não vão a feira.

Quando questionado aos feirantes se os clientes antigos permanecem como cliente na nova feira, eles afirmam que alguns clientes ainda permaneceram, uns sempre e outros em menor frequência, um feirante ainda arrisca afirmar que apenas 5% da antiga clientela continuaram sendo clientes. A distância do centro é um dos maiores motivos para isso, o que acontece muito é alguns clientes, principalmente os mais idosos que tem dificuldade para irem até a feira, pedirem para algum amigo ou familiar que vai a feira para comprarem algo para eles. Mas, enquanto muitas pessoas da cidade acabam preferindo realizar as compras no centro pela praticidade, algumas pessoas vêm de outras cidades apenas para irem a feira, principalmente aos sábados. Com a mudança e mesmo com a queda nas vendas, a feira foi privilegiada por estar inserida numa das BR's de maior tráfego do estado, o que acaba atraindo consumidores que transitam nela, sendo então, uma grande parcela dos consumidores, turistas e pessoas de outras cidades.

Imagem 1 – Os clientes antigos permaneceram?

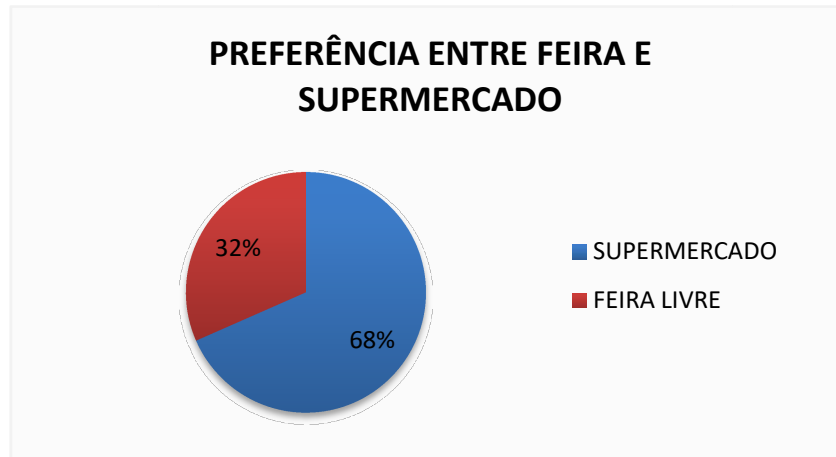


Fonte: O autor (2018)

Não é de se estranhar que as vendas caíram, visto que 68% a população afirma que preferem realizar suas compras no supermercado (figura 37) pelas diversas vantagens oferecidas por eles e com a saída da feira, ficou ainda mais

cômodo para estes realizarem as compras nestes de sua preferência. Sendo esse também um dos motivos da queda nas vendas na feira.

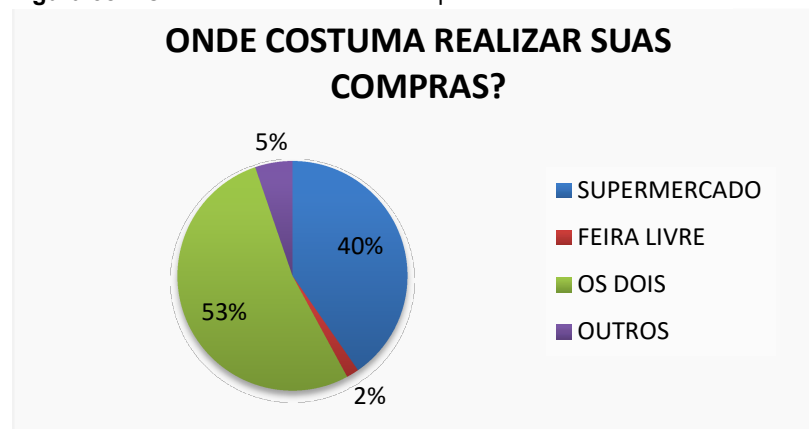
Figura 37 – Preferência entre a feira e o supermercado



Fonte: O autor (2018)

Quando perguntados onde os consumidores costumam realizar suas compras (figura 38), a maioria afirmou que apesar de darem preferência ao supermercado diante das facilidades, eles realizam compras tanto na feira livre quando possível, quanto no supermercado, enquanto 40% realizam suas compras apenas em supermercados. Apenas 2% desse total, afirmou que realiza suas compras apenas na feira e outros 5% utilizam outras formas de adquirir suas compras, como na Ceasa ou pequenos mercadinhos de bairro, por exemplo. Essa constatação nos faz perceber que de fato a população não utiliza a feira livre como único local de compras, sendo ela um complemento do que foi adquirido nos supermercados. Existem também, aqueles que se utilizam apenas dos supermercados para tal.

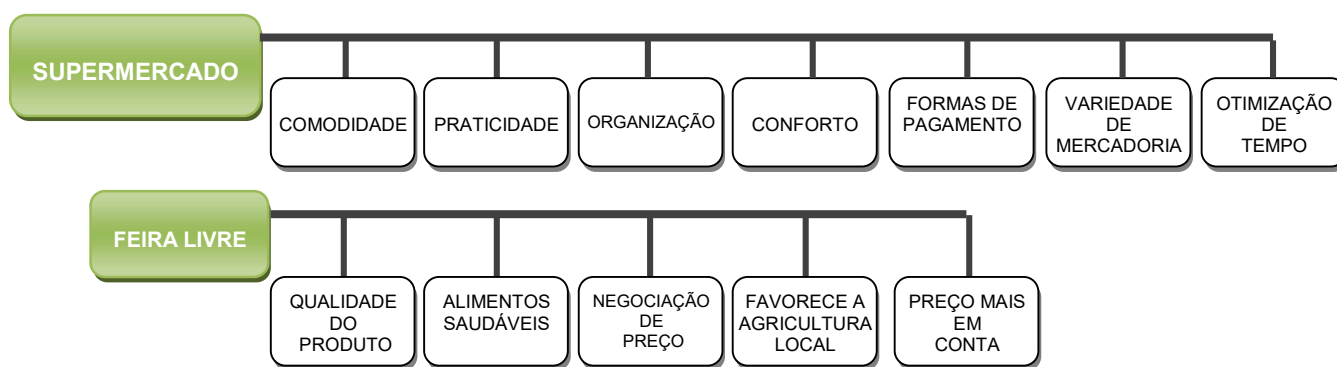
Figura 38 – Onde costuma realizar compras?



Fonte: O autor (2018)

Quando questionados o porquê dessa preferência, os entrevistados relataram uma série de vantagens que fazem os consumidores escolherem entre um dos dois, sendo os seguintes fatores os mais recorrentes:

Figura 39 – Vantagens acerca dos modelos de varejo tradicionais e atuais



Fonte : O autor (2018)

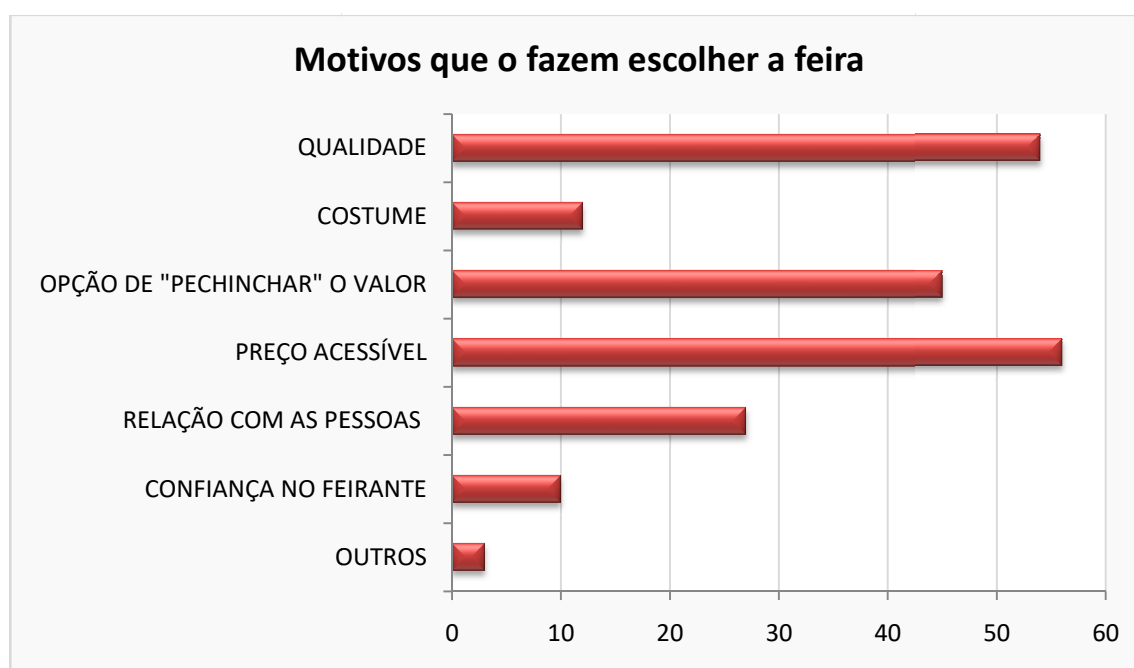
Diante dos fatores explanados podemos verificar que, para o consumidor, o supermercado acaba tendo mais vantagens quando comparado a feira livre. O que de fato se destaca para os consumidores nos supermercados são as facilidades de encontrar todos os produtos em um mesmo lugar, ao mesmo tempo em que dispõe de estacionamento, é refrigerado, conforto de utilizar o carrinho, local organizado e limpo, variadas formas de pagamento disponíveis além da grande diversidade de mercadorias para comparar.

Porém, quando destacamos apenas os produtos hortifrutigranjeiros, grande parte dos consumidores entrevistados escolheria a feira livre para adquirir tais produtos pelos motivos citados na (figura 40), sendo o principal deles a qualidade dos produtos ofertados. Mas, como relatado por um dos entrevistados “Acredito que a qualidade dos produtos da feira seja superior aos do supermercado, contudo acabo realizando minhas compras no supermercado em virtude da praticidade”. Nos dias atuais está cada vez mais difícil lidar com várias tarefas do dia a dia ao mesmo tempo o que faz o consumidor buscar a forma mais prática para realizar essas tarefas, sendo o horário um outro motivo pelo qual os consumidores buscam os supermercados, pois enquanto as feiras apesar de funcionar todos os dias, seus melhores produtos são os do “dia da feira” onde há mais mercadorias, melhor preço e mais diversidade nos produtos, o que acaba não acontecendo nos supermercados

visto que todos os dias o movimento é significativo e precisam sempre se reabastecer.

Aos que ainda escolhem a feira como local para adquirir suprimentos, buscamos saber quais eram os motivos que os faziam escolhê-la e o que ela oferece de bom se comparada a outros modelos de varejo (figura 40). De acordo com os consumidores, a qualidade do produto, seguidos do preço oferecido e o fato da negociação direta com o feirante são os principais motivos que atraem os consumidores a feira, outros entrevistados também mencionaram os itens costume, que relaciona diretamente com os costumes tradicionais de ir a feira que normalmente adquirimos com alguém da família, a confiança de comprar certo produto apenas com determinado feirante por já conhecer a qualidade de seu produto ou até a relação com as pessoas, pois na feira é muito comum além de realizar compras, encontrar amigos, conversar e comer. Segundo questionamento feito aos entrevistados, essas outras práticas contidas no cotidiano da feira livre ainda é muito comum e que mais de 45% dos entrevistados além de realizar compras, vão a feira para comer e conversar o que demonstra as amplas vertentes existentes nas feiras.

Figura 40 – Motivos que fazem os consumidores escolherem a feira



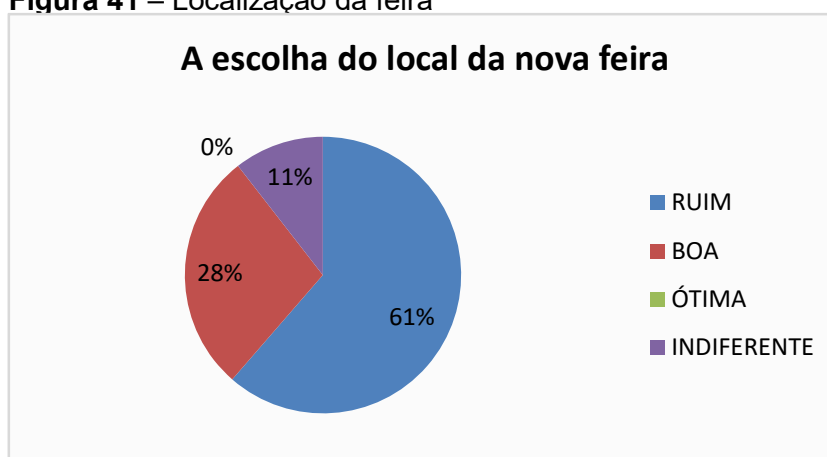
Fonte: O autor (2018)

Essas relações existentes na feira muito têm a ver com o significado dela para cada um e para a cidade como um todo. A feira foi descrita como local de venda e de bons produtos, cultura, patrimônio, tradição, e bem estar. Ou seja, ótimos adjetivos que a descrevem. Segundo um entrevistado, “Um lugar não só de compra e venda de produtos, mas ponto de encontro entre moradores da cidade e arredores, uma forma de incentivar pequenos agricultores, favorecer pequenos comerciantes, e movimentar a economia da cidade”. Mostra que de fato a feira envolve muito mais relações e experiências do que somente a compra e venda de produtos de qualidade.

Ao mesmo tempo que existe a boa parte, como em todo caso também há o lado ruim. Para os entrevistados, 60% para ser mais exato, na feira existem fatos que inibem uma boa parcela dos consumidores, como o caso da sujeira, mau cheiro, falta de organização, insegurança e conforto térmico.

Quanto a sua localização (figura 41), mais da metade dos feirantes relataram como ruim, pois levaram em conta que não foi uma boa opção, visto que se situa distante do centro comercial. Aos que acreditam que foi uma boa escolha, sendo 28% destes, acreditam que é uma boa localização por estar as margens de uma importante BR.

Figura 41 – Localização da feira



Fonte: O autor (2018)

Enquanto para os consumidores, concordam com a posição dos feirantes acerca da nova localização, estes afirmam que a feira se encontra distante de onde eles normalmente freqüentam, o que leva a afirmativa quando Dolzani (2008) diz que o consumidor opta por lugares que ofertem vários serviços em um mesmo lugar.

É fato que melhorias ainda devem ser feitas, como as prometidas pelo poder público. Segundo os entrevistados, o local ainda precisa de investimentos que visem seu crescimento e atraia a população para freqüentarem a feira. “A inserção de supermercados e açougues para completar a feira, evitando o incômodo de ir a locais diferentes para o mesmo objetivo”.

Não é de conhecimento geral de onde partiu a decisão da retirada da feira do antigo pátio, apenas o que se sabe é o que ouviram falar na cidade entre os moradores, segundo eles, a decisão da saída da feira ocorreu por decisão dos gestores públicos, mas, segundo a população, era requerido apenas a melhoria na estrutura da feira para proporcionar conforto tanto para os consumidores quanto para os feirantes, e não a sua retirada, pois esse processo poderia ter sido executado ainda no centro comercial.

A feira é de fato um modelo varejista de grande sucesso, o que nos fez questionar aos entrevistados qual a opinião deles em relação aos motivos pelos quais a feira mesmo sendo uma forma tradicional, perpetuar até os dias atuais e conseguindo manter-se mesmo no mundo globalizado e com os comércios mais modernos. Os entrevistados afirmaram que ir a feira também é uma questão de cultura onde a feira se torna algo essencial no cotidiano da cidade, além de movimentar uma parcela da economia, portanto, sobretudo em cidades menores, a questão do vínculo com os vendedores, produtores e com o próprio produto prevalece em detrimento de outros atrativos provenientes dos grandes mercados.

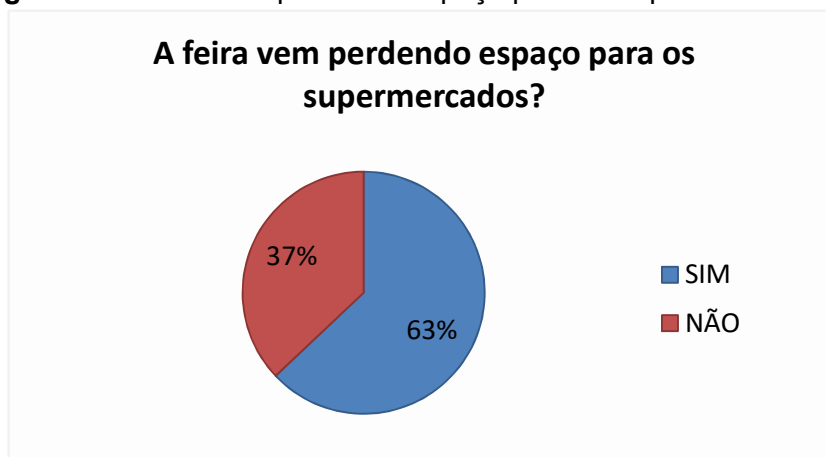
5.5 O espaço social e territorial da feira

Buscamos saber qual o diferencial que a feira oferece que faria com que consumidores a escolhessem mesmo diante de tantas opções mais modernas de varejo. Segundo os feirantes, o que de fato se destaca e atrai os consumidores é o

preço acessível, a qualidade do produto oferecido e a negociação existente entre cliente e feirante, a famosa “pechincha”. O que deixa explícito que mesmo diante de um mundo que cada dia mais se moderniza, a relação mais direta com o seu fornecedor e a relação de confiança existente ainda é válida, como afirma Queiroz (2011).

Essa relação que só existe nas feiras não causa insegurança aos feirantes quanto à concorrência com os supermercados, visto que os feirantes acham essa concorrência favorável para os dois, onde cada um tem o seu público. De acordo com os feirantes, os supermercados, quando instalados próximos a feira, auxiliam no sucesso da feira assim como a feira auxilia no sucesso dos supermercados e que os dois trabalharem juntos é a melhor saída. Ao serem questionados se a feira hipoteticamente falando vem perdendo espaço para os supermercados, 63% dos entrevistados (imagem 34), afirmaram que sim. Quem melhor observa esse ponto são os feirantes mais antigos, que viu o auge da feira livre há uns anos atrás. Porém, 37% dos feirantes afirmam que não, pois, mesmo com o supermercado vendendo o mesmo produto, os consumidores ainda optariam pela feira no geral, levando em conta a qualidade do produto oferecido e que se achassem que de fato estão perdendo o seu espaço, não queriam a implantação de um supermercado próximo a feira.

Imagem 2 – A feira vem perdendo espaço para os supermercados?



Fonte: O autor (2018)

Esses feirantes relatam que o consumidor realiza a compra do mês (no caso os industrializados) no supermercado e vão à feira para comprar os produtos mais frescos como frutas e verduras. Mas, nas atuais circunstâncias, visualizando apenas

a feira de Abreu e Lima, ela vem perdendo seu espaço não só para o supermercado, mas para todo o comércio varejista, que pela praticidade em ter tudo próximo, os consumidores acabam o escolhendo, mas que se a feira e o supermercado funcionarem próximos, os clientes optariam pela feira. Ou seja, a feira junto ao supermercado não levam a competição, mas na forma em que a feira de Abreu e Lima se dispõe atualmente, a feira acaba perdendo seu espaço, visto que a feira não consegue se manter sozinha, sem apoio de outros comércios próximo.

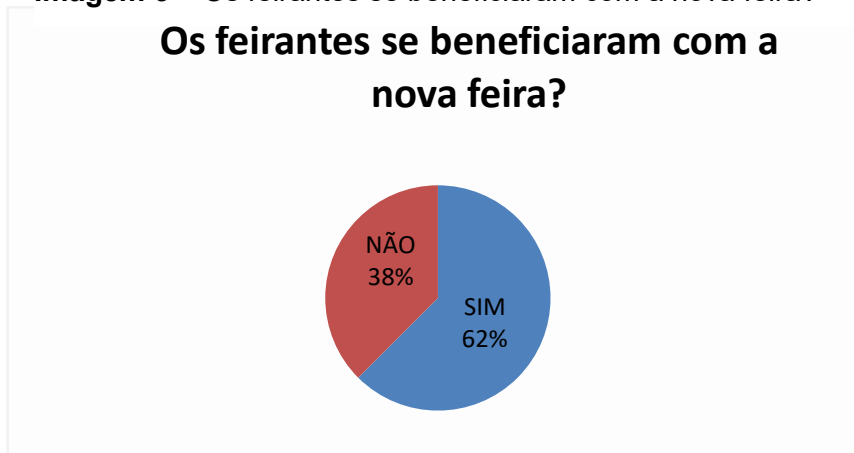
Por esse motivo, uma das solicitações mais freqüentes dos feirantes quando perguntados o que sentem falta na nova feira, ou o que existia na antiga feira que hoje eles não têm, é sem dúvidas a implantação de um supermercado próximo, para assim atrair mais clientes, pois, no centro, com a grande quantidade de supermercados e com os ambulantes que permanecem na antiga feira, os consumidores já têm a disposição os produtos dos supermercados e da feira que são os comercializados pelos ambulantes.

Além de supermercados, outro grande requerimento dos feirantes são os comércios em geral perto, pois eles visualizam que ter um local com vários equipamentos como comércios, bancos, áreas de lazer juntos como seria muito mais atrativo aos consumidores, assim como é no centro. A intenção da prefeitura era promover um desenvolvimento em todo o eixo da BR-101, desde o centro até a nova feira, mas não existe incentivo para este fim. Os feirantes esperam que um dia a atual feira livre se torne um dos maiores pólos comerciais da zona norte.

Atualmente, segundo os feirantes, eles não vêm tendo nenhum suporte ou apoio do poder público para solucionar os problemas apontados por eles, a situação já vem se prolongando há seis anos sem nenhuma medida significativa. No momento, está sendo construído um Instituto Federal de Pernambuco (IFPE) atrás da feira, segundo a prefeitura, essa unidade trará fluxo ao empreendimento da feira, mas segundo os feirantes, não fará muita diferença, visto que alunos de uma escola não vão a escola fazer compras. Outro problema relatado pelos feirantes são as propostas da prefeitura para o uso de uma verba do governo do estado para uso na feira, segundo eles, a prefeitura ao invés de solucionar problemas apontados pelos feirantes como cobertas quebradas e falta de cobertas, eles pretendem usar a verba para mudar algo que já está pronto, como relocar as lanchonetes para outra parte da feira com intuito de atender aos futuros alunos do IFPE.

De acordo com as informações obtidas junto aos feirantes, apesar do grande descontentamento com a situação atual, não há como negar que houveram benefícios se compararmos as feiras antiga e nova. Como já citado, a estrutura anterior era precária para feirantes e consumidores, já a nova estrutura teve uma grande melhora principalmente no conforto com espaço maior, mais limpo, organizado, são benefícios citados pelos feirantes, quanto a estrutura, segundo eles, há o que melhorar, mas não é a prioridade.

Imagem 3 – Os feirantes se beneficiaram com a nova feira?



Fonte: O autor (2018)

Quanto à fiscalização e segurança, enquanto permanecemos no local não vimos nenhum tipo. De acordo com relatos, a segurança oferecida pela prefeitura ocorre de forma precária e quanto à fiscalização e organização, da prefeitura não existe nenhum tipo, o que há é um gerente que representa os feirantes e uns fiscais subordinados a ele que buscam organizar a feira, muitas vezes sem sucesso.

No geral, a falta de investimento, gestão e organização são os pontos mais recorrentes. Conforme dito pelos feirantes, a falta de comércio e serviços perto que atraiam o consumidor é uma das maiores solicitações dos feirantes, além da melhoria de melhorias em serviços como transporte alternativo. Não há como mudar, os feirantes dependem do poder público para a tomada de providências que visem a melhoria da atual feira, além de organização e fiscalização para conter os ambulantes que continuam permanecendo em local inadequado, mas para isso, o principal seria inflar a feira de serviços que acabe atraindo mais consumidores e conseqüentemente incentive os ambulantes a voltarem a comercializar na feira livre.

Segundo o representante público, mesmo depois de anos de insatisfação, ele relata que uma feira desse porte em uma cidade só pode trazer benefícios, não só para os feirantes como para população como um todo. Outro relato afirma que com os anos, com o desenvolvimento progressivo nas margens da via, em algum momento a feira se unirá novamente ao centro comercial. Ele afirmou como pontos positivos da mudança para os feirantes, o espaço, a infraestrutura e o suporte dado aos feirantes, pois buscaram alavancar o desenvolvimento na feira em si, a tornando uma feira símbolo em todo o estado e que de fato toma conhecimento da insatisfação dos feirantes para buscar a cada dia melhorar esse índice, tanto que conseguiram junto ao governo do estado uma verba considerável para investir na feira.

5.6 Considerações

Diante de tal contexto abordado em relação a análise do objeto empírico que buscou identificar quais os desafios do comércio popular tradicional em relação aos modernos equipamentos de varejo supermercadistas no município de Abreu e Lima.

Hipoteticamente, antes dos resultados obtidos com o objeto empírico, consideramos que pelo fato de a sociedade nos dias atuais percebem a real necessidade de se identificarem como modernizados e inclusos no que se propõe de mais novo, isso em todos os âmbitos das relações, incluindo a mercantil, conseqüentemente acabam por anular as vivências do varejo tradicional, para se submeterem a praticidade e facilidades do varejo supermercadista moderno.

Vale salientar que feirantes, sem recursos e sem apoio do poder público têm a discrepante desvantagem em relação às grandes redes de supermercados onde tem que lidar contra o interesse dos empresários do varejo, que buscam cada dia mais ampliar os seus negócios e diminuir sua concorrência ativa, encontrando muitas vezes apoio no poder público.

Em uma cidade movida pelo comércio, a tradição de ir a feira vinha de anos, costume que passava de pai pra filho então, não havia disputa quanto aos comércios de maior porte enquanto a feira permanecia central, porém, com a sua relocação, os consumidores tiveram que optar entre o varejo tradicional ou atual, e como vimos em dados acima citados, os mesmos têm dado preferência as redes de supermercado para realizarem suas compras.

Normalmente em uma cidade pequena se comparada a capital do estado, a população tem de fato um reconhecimento maior pelos costumes e tradições e como não seria diferente, em Abreu e Lima, os consumidores acabam por optar pelos supermercados, não por desprezarem a feira, mas pela facilidade de encontrar reunidos todos os serviços em um mesmo centro, ou seja, o grande desafio da nova feira livre na cidade é a distância. Como afirma uma feirante, “na antiga feira, um freguês comprava meu tempero e logo ao lado já ia ao mercado comprar um feijão, ou no açougue comprar carne e fora que tinham vários para escolher, aqui na feira nova não existe isso”. Essa afirmação deixa claro que uma das principais vertentes do comércio é a concorrência, ou seja, quanto maior a concorrência, melhor para os consumidores e até para o próprio comerciante que dentre vários consegue fidelizar seu cliente mediante preço e produto oferecido, como a feirante também reforçou “tem espaço para todos”.

Ou seja, o que antes era cercado pelos principais comércios e serviços da cidade, hoje se encontra parcialmente abandonado, tanto pelos feirantes que deixaram de trabalhar na feira, quanto do poder público e até mesmo pelo consumidor, que em decorrência dos acontecimentos, acabaram deixando de freqüenta-la e incluí-la no seu cotidiano como antigamente

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Sem ter a pretensão de esgotar o assunto, e na certeza da necessidade de um melhor aprofundamento no tema, chegamos a algumas considerações no decorrer desta pesquisa.

O desenvolvimento do presente estudo possibilitou uma análise diante da perspectiva dos formatos de varejo tradicionais e supermercadistas na cidade de Abreu e Lima. Além disso, também permitiu a consecução da pesquisa empírica visando obter dados mais consistentes capazes de elucidar a questão dos modelos tradicionais de varejo, que vem de fato perdendo o seu espaço mercantil para as redes de supermercados na cidade de Abreu e Lima, principalmente pelo fato de a feira nesse contexto, estar distante do centro comercial da cidade, fazendo assim, confirmar a teoria aplicada por Dolzani (2008) que diz que o consumidor opta por lugares dotados de vários serviços em um mesmo lugar.

As diferentes formas comerciais como as feiras, os mercados públicos e os supermercados, assinalam estreita relação com a evolução das cidades. Os mercados públicos tiveram importante papel na distribuição, sobretudo dos produtos alimentícios, e passaram por várias transformações incorporando novas funções de acordo com as demandas do momento vigente.

Numa primeira observação, ainda no começo desta pesquisa, o foco principal era apenas o espaço da feira livre e as conseqüências acerca da sua relocação. No decorrer da investigação, nos demos conta que uma das possíveis causas dessa “expulsão” poderia ser acarretada pela pressão dos empresários dos arredores da antiga feira sobre o poder público, buscando benefício próprio, então decidiu-se analisar justamente esses dois comércios para conseguirmos identificar se de fato o supermercado está anulando a feira no contexto mercantil e social da cidade. Além desses modelos de varejo presentes na cidade, um outro também fez parte desta pesquisa levando em conta a sua história no contexto das cidades.

Segundo dados obtidos, a nova feira vem sofrendo com falta de clientes e conseqüentemente a queda nas vendas que implica-se em afirmar que este caso se dá pela falta de apoio e interesse do poder público. Pois como afirma Guimarães (2010), um local torna-se “rico” não apenas pelo comércio, mas também tem que ser

rico na socialização onde as feiras têm por obrigação serem freqüentadas para funcionarem.

Segundo Pintaudi (2006), o tipo de mercado popular se mantém no espaço urbano justamente por dialogarem com outros modelos comerciais mais atuais, assim como segundo dados coletados, foi uma das causas abordadas, onde o insucesso da feira se dá por não estar de acordo com o contexto comercial.

Este artigo teve o propósito de oferecer elementos que demonstram a viabilidade do comércio popular como canal de comercialização de produtos e socialização

Diante dos objetivos abordados:

Quanto aos valores culturais, sociais e econômicos da feira livre e do mercado público, os consumidores afirmam que de fato a feira vai além de apenas comércio é uma questão de vivências e identidade. O motivo que os faz não irem a feira, mesmo gostando, é a distância em que a feira se encontra hoje em dia do centro da cidade. Quanto ao mercado público, muitos se lamentaram pela perda sofrida pela cidade com a destruição do mercado, visto que de acordo com Pintaudi (2006), uma solução para esse tipo de prédio, seria sua revalorização, onde modernizariam o seu interior revitalizando a sua estrutura, atraindo assim pessoas para usufruírem desse equipamento importante para a história da cidade.

Na identificação das formas de varejo em que os consumidores dão preferência, estes relataram preferirem os varejos supermercadistas, justamente pela facilidade de aliar todos os produtos em um só lugar, sem contar a comodidade, conforto, organização, otimização de tempo, etc. que contribuem consideravelmente para essa escolha.

Quanto aos feirantes, estes afirmam que de fato há a modernização nos modelos de comércio varejista, porém a feira não consegue competir igualmente por não ter recursos para investirem assim como os supermercados têm.

O projeto da nova feira trouxe benefícios e malefícios principalmente para os feirantes, onde se beneficiaram com a estrutura, mas em compensação as vendas caíram diante da saída da feira do centro, onde segundo eles deveria ter permanecido. Como já citado, a localização/distância é um termo recorrente na fala de todos os personagens.

A decisão da transferência segundo representante público, vem desde as diretrizes propostas pelo plano diretor, onde afirmava que a obstrução da via era conseqüência da feira livre, porém, hoje, mesmo com a saída da feira ainda existe, mesmo que em menor grau, uma dificuldade no fluxo na área central, nos levando a crer que mais do que a feira livre, existem outros fatores para tal, como pedestres atravessando de maneira indevida ou até mesmo a presença de uma BR muito importante passando por uma cidade pequena que não consegue comportá-la.

Como conseqüência, a feira foi abandonada por mais da metade dos feirantes cadastrados para viverem sendo ambulantes no centro, ocasionando na cidade dois centros comerciais distintos, onde o consumidor opta pelo centro comercial por ter mais serviços a disposição um perto do outro. Para os comerciantes, a saída da feira teve seu lado bom por motivos diversos, como o estacionamento e a organização.

Esperamos que as análises apresentadas aqui possam incentivar novos e diferentes estudos acerca das relações de varejo existentes e de que forma se comportam no contexto atual, de forma a podermos contribuir academicamente para que novos fenômenos, atores e processos sociais direcionem a novos, e sensíveis, olhares sobre a temática.

REFERÊNCIAS

ALCÂNTARA, CLÊNIO SIERRA DE . **FEIRAS LIVRES**: (1). 1. 2011. Disponível em: <<http://acidadeeahistoria.blogspot.com/2011/12/>>. Acesso em: 31 mar. 2018.

ALOMÁ, Patricia Rodríguez. **O espaço público, esse protagonista da cidade..** 2013. Disponível em: <<https://www.archdaily.com.br/br/01-162164/o-espaco-publico-esse-protagonista-da-cidade>>. Acesso em: 13 mar. 2018.

ALVES, Lidiane Aparecida; FILHO, Vitor Ribeiro. **OS MERCADOS PÚBLICOS E A CIDADE**: as transformações do Mercado Municipal de Uberlândia (MG). Caminhos de Geografia, [S.l.], v. 12, n. 39, out. 2011. ISSN 1678-6343. Disponível em: <<http://www.seer.ufu.br/index.php/caminhosdegeografia/article/view/16515/9219>>. Acesso em: 03 jun. 2018.

ASSUMPÇÃO, W.; STETTINER, C. F.; SANTOS, R.; ROQUE FILHO, M. P.; MOIA, R. P.; MARCELLOS, L. N. **Estratégias do comércio popular de feiras livres e mercados municipais como benchmark para o varejo supermercadista**. Rev. Eletrônica da Faculdade de Ciências Exatas e da Terra Produção/ construção e tecnologia, v.3, n. 5, 2014.

BRAUDEL, Fernand. **O jogo das trocas**. Civilização material, economia e capitalismo: século XV-XVIII. São Paulo, Martins Fontes, 1998

CALADO, Tiago de Melo et al. **FEIRA LIVRE**: : O ELEMENTO PROPULSOR DO DESENVOLVIMENTO DO MUNICÍPIO DE ABREU E LIMA - PE. 1. 2016. Disponível em: <<http://www.sbpcnet.org.br/livro/62ra/resumos/resumos/5182.htm>>. Acesso em: 07 mar. 2018.

CLEPS, G. D. G. Estratégias de Reprodução do Capital e as Novas Espacialidades Urbanas: o comércio de auto-serviço em Uberlândia (MG). Rio Claro: UNESP, 2005, p. 65. Tese (Doutorado em Geografia). IGCE, Unesp, 2005.

DANTAS, Geovany P. Galdino. Feiras no Nordeste. Disponível em: <<http://www.mercator.ufc.br/index.php/mercator/article/viewFile/11/7>>. Acesso em: 03 Abril 2018.

FELIPE, José Lacerda Alves. **MERCADOS PÚBLICOS**: UM NOVO TEMPO, UM NOVO USO: o Mercado Novo de Mossoró. 2017. Disponível em: <<http://srccc.com.br/rs-content/files/KFONEACDBPGI110.pdf>>. Acesso em: 21 mar. 2018.

FERRETTI, M. **Feiras Nordestinas**: estudos e problemas. In: FERRETTI, S. (org.). Reeducando o Olhar: estudos sobre feiras e mercados. São Luís/MA: Edições UFMAPROIN (CS), 2000, p. 35-66.

FORMAN, Shepard. **Camponeses**: Sua Participação no Brasil. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979

GADE, Christiane. Psicologia do consumidor e da propaganda. São Paulo: EPU, 1998.

GODOY, W. I.; ANJOS, F. S. D. A importância das feiras livres ecológicas: um espaço de trocas e saberes da economia local. Revista Brasileira de Agroecologia, p. 364-368, 2007.

GUIMARÃES, Camila Aude. **A feira livre na celebração da cultura popular**. 2010. 18 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Pós-Graduação em Gestão de Projetos Culturais e Organizações de Eventos) – Centro de Estudos Latino-Americanos sobre Cultura e Comunicação, Universidade de São Paulo, 2010.

QUEIROZ, T. A. N. As feiras livres de Natal-RN: um estudo a partir da teoria dos circuitos da economia urbana. Monografia (Graduação em Geografia). Natal: UFRN, 2011.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de marketing. 12 ed. São Paulo: Pearson Prentice hall, 2006.

LACERDA, Fernanda Ramos; MENDES, Geisa Flores. **A FEIRA COMO LUGAR DE MEMÓRIA: TRADIÇÕES E RELAÇÕES SOCIAIS NA PRODUÇÃO DO ESPAÇO GEOGRÁFICO**. 2017. 734 p. XII Colóquio Nacional e V Colóqui Internacional do Museu Pedagógico (Pedagogia)- FPSC, Santa Catarina, 2017. Disponível em: <<http://acidadeehistoria.blogspot.com/2011/12/>>. Acesso em: 31 mar. 2018.

LOPEZ, Robert S.A. **Revolução Comercial da Idade Média 950-135**. Lisboa (Portugal) :Editora Presença, 1980.

MARCOS. **A Bíblia Sagrada**. São Paulo, Stampley Publicações LTDa, 1974, p. 1021.

MASCARENHAS, Gilmar. **Feira Livre: Territorialidade Popular e Cultura na Metrópole Contemporânea**. Revista Eletrônica Ateliê Geográfico, V.2, n 4 agosto/2008 UFG/IESA p. 72-87, 2008.

MASCARENHAS, Gilmar. **O Lugar da Feira Livre na Grande Cidade Capitalista: Conflito, Mudança e Persistência (Rio de Janeiro: 1964-1989)**, dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-graduação em Geografia da UFRJ, 1991

MOREL, Aline Pereira. et al. Negócio Feira Livre: Análise e Discussão sob a Perspectiva do Feirante. 1º ed. Santa Maria. Revista Extensão Rural, 2015.

MOREIRA, Ruy. **Sociabilidade e Espaço** (As formas de organização geográfica das sociedades na era da Terceira Revolução Industrial – um estudo de tendências. AGRÁRIA, São Paulo, Nº 2, pp. 93-108, 2005.

MOTT, Luiz Roberto; *A feira de Brejo Grande: estudo de uma instituição econômica num município sergipano do Baixo São Francisco*; Tese de Doutorado (Ciências Sociais). UNICAMPI, 1975.

MURILHA, Douglas; SALGADO, Ivone. **A Arquitetura dos Mercados Públicos: Tipos, Modelos e Referências Projetuais**. Arqitextos, São Paulo. 12, 2011.

NASCIMENTO, Geraldo Maia. **O Mercado da Cidade**. 2014. Disponível em: <http://blogdomendesemendes.blogspot.com/2014_10_21_archive.html>. Acesso em: 18 abr. 2018.

PINTAUDI, S. M. O templo da mercadoria: Estudo sobre os shoppings-centers do estado de São Paulo. São Paulo, FFLCH/USP, 1989 (Tese de Doutorado)

PINTAUDI, S. M. Os mercados públicos: Metamorfoses de um espaço na história urbana. *Cidades*, v. 3, n. 5, p. 81-100, 2006.

PRADO JR., Caio. *História econômica do Brasil*. 38. ed. São Paulo: Brasiliense, 1990.

RAU, Virginia. **Feiras medievais portuguesas: subsídios para seu estudo**. Lisboa: Editorial Presença, 1982

SCHILLING, V. **Globalização, ontem e hoje**. Disponível em: <<http://educaterre.terra.com.br/voltaire/atualidade/globalizacao.htm>> Acesso em: 18 Nov. 2017

RESENDE, T. M.; PACHECO, P. P. Super e hipermercados: uma análise da evolução do sistema de auto-serviços no município de Uberlândia–MG. Disponível em : <<http://observatoriogeograficoamericalatina.org.mx/egal12/Geografiasocioeconomica/Geografiaeconomica/52.pdf>> Acesso em: 19 mar. 2018.

RIBEIRO, E.M.; CASTRO, B.S. de; SILVESTRE, L.H.; CALIXTO, J.S.; ARAÚJO, D.P.; GALIZONI, F.M.; AYRES, E.B. Programa de apoio às feiras e à agricultura familiar no Jequitinhonha mineiro. *Agriculturas*, v. 2, n. 2, jun. 2005.

SALES, A. P.; REZENDE, L. T.; SETTE, R. S. Negócio Feira Livre: um estudo em um município de Minas Gerais. In: ENCONTRO DE GESTÃO DE PESSOAS E RELAÇÕES DE TRABALHO. III, 2011, João Pessoa, PB.

SATO, Leny. Processos cotidianos de organização do trabalho na feira livre. *Psicol. Soc.* [online]. 2007, vol.19, n.spe, pp. 95-102. ISSN 1807-0310.

SOUSA, L.G. **Memórias de economia: a realidade brasileira (edición electrónica)**. São Paulo: Eumed, 2004. Disponível em: <<http://www.eumed.net/cursecon/libreria/2004/lgs-mem/lgs-mem.htm>>. Acesso em: 29 março 2018.

SOUZA, Elza Coelho. Feira de gado. In: INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Tipos e aspectos do Brasil**. 10. ed. rev. e atual.. Rio de Janeiro: Departamento de Documentação e Divulgação Geográfica e Cartográfica, 1975.

APÊNDICES

SIM

NÃO

16. QUEM SÃO OS SEUS CLIENTES?

17. VOCÊ SENTE QUE A FEIRA VEM PERDENDO ESPAÇO PARA OS SUPERMERCADOS?

SIM

NÃO

18. IDENTIFICAM QUAIS SÃO OS MOTIVOS PARA ISSO?

FORMA DE PAGAMENTO

HORÁRIOS

PRATICIDADE

CONFORTO

OUTRO

19. O QUE VOCÊ ACHA DA QUANTIDADE DE SUPERMERCADOS NO CENTRO DA CIDADE?

20. O QUE VOCES ESTÃO FAZENDO PARA COMPETIR COM ELES?

21. TEM ALGO QUE EXISTIA NA ANTIGA FEIRA QUE AQUI NÃO TEM?

22. VOCÊ ACHA QUE A NOVA FEIRA PRECISA DE ALGO? SE SIM, O QUE?

23. QUEM ORGANIZA E FISCALIZA A FEIRA?

24. COM O NOVO LOCAL DA FEIRA, OS CLIENSTES:

AUMENTARAM DEIXARAM DE VIR PERMANECEU IGUAL

25. SE SIM, POR QUÊ?

26. VOCÊ ACHA QUE OS FEIRANTES SE BENEFICIARAM COM A NOVA ESTRUTURA DA FEIRA?

SIM

NÃO

27. SE SIM, QUAIS?

28. VOCÊS PEDIRAM A MUDANÇA DA FEIRA DE LOCAL?

29. QUAIS FORAM JUSTIFICATIVAS DADAS PARA TRANSFERIREM A FEIRA?

30. VOCE CONCORDA COM ELAS?

APÊNDICE B
QUESTIONÁRIO- REPRESENTANTE PÚBLICO

1. DE ONDE PARTIU A DECISÃO DA RETIRADA DA FEIRA LIVRE DA PRAÇA ANTONIO VITALINO?
2. QUAIS AS RAZÕES QUE LEVARAM A MUDANÇA DO LOCAL DA FEIRA?
3. HOUVE CRÍTICAS DE ALGUM GRUPO ESPECÍFICO (FEIRANTES, COMERCIANTES, CLIENTES...)?
4. A MUDANÇA FOI UM PEDIDO DOS FEIRANTES? DA POPULAÇÃO? DOS COMERCIANTES DO ENTORNO? POR QUÊ?
5. HOUVE RESISTENCIA DOS FEIRANTES COM A TROCA DO LOCAL? E DA POPULAÇÃO?
6. QUAIS OS PONTOS POSITIVOS DA MUDANÇA PARA OS FEIRANTES? E NEGATIVOS?
7. QUAIS OS BENEFÍCIOS PARA A CIDADE?
8. COMO SE DEU O PROCESSO DE TRANSFERÊNCIA DOS FEIRANTES DO PÁTIO PARA O NOVO MERCADO?
9. EXISTIU POR PARTE DA PREFEITURA ALGUM TIPO DE QUALIFICAÇÃO PARA OS FEIRANTES?
10. EXISTE ATUALMENTE ALGUMA QUEIXA DOS FEIRANTES EM RELAÇÃO A NOVA FEIRA?
11. E POR PARTE DA POPULAÇÃO?
12. EXISTEM PONTOS A SER MELHORADOS NO MERCADO? SE SIM, QUAIS?
13. A PREFEITURA ESTÁ PROCURANDO MELHORAR ESSAS QUESTÕES?
14. COMO É O PROCESSO DE REPRESENTAÇÃO E ORGANIZAÇÃO DA FEIRA?
15. QUANTO E COMO OS FEIRANTES PAGAM PARA USAR O ESPAÇO DA FEIRA?
16. EXISTEM PESSOAS DEVENDO?
17. SE NÃO PAGAR O QUE ACONTECE?
18. COMO FAZEM PARA EVITAR QUE CHEGUE FEIRANTES SEM SEREM CADASTRADOS?

APÊNDICE C
QUESTIONÁRIO – **COMERCIANTES LOCAIS**

1. HÁ QUANTO TEMPO TRABALHA NO COMÉRCIO LOCAL?
2. O QUE ACHOU DA TRANSFERENCIA DA FEIRA? POR QUE?
3. A SAÍDA DA FEIRA E MERCADO FOI UMA SOLICITAÇÃO DOS COMERCIANTES LOCAIS?
4. DE ONDE PARTIU A DECISÃO DE RETIRADA DA FEIRA E MERCADO PÚBLICO?
5. EM SUA OPINIÃO, O SEU COMÉRCIO SUBSTITUI A FEIRA?
6. EM SUA OPINIÃO O SEU COMÉRCIO CONCORRE COM A FEIRA?
7. O QUE VOCÊ OFERECE COM O SEU COMÉRCIO QUE NÃO TEM NA FEIRA?
8. HOUVE MELHORIAS PARA O SEU COMÉRCIO COM A SAÍDA DA FEIRA?
9. COM A SAÍDA DA FEIRA LIVRE, O MOVIMENTO DO SEU COMÉRCIO:
 DIMINUIU AUMENTOU CONTINUOU IGUAL
10. PARA VOCÊ, EXISTIU ALGO NEGATIVO COM A SAÍDA DA FEIRA?
 SIM NÃO
11. O QUE?

APÊNDICE D
QUESTIONÁRIO – CONSUMIDORES

IDADE: _____ SEXO: FEM MAS

CIDADE QUE RESIDE: _____

ESCOLARIDADE: ENSINO FUND INCOMPLETO

ENSINO FUND.

ENSINO MÉDIO

CURSO SUPERIOR

RENDA:

1 SALÁRIO OU MAIS

ATÉ 2 SALÁRIOS

MAIS DE 2

1. ONDE VOCÊ COSTUMA FAZER SUAS COMPRAS:

SUPERMERCADO

FEIRA/ MERCADO PÚBLICO

OS DOIS

OUTROS

2. DENTRE ESSES, QUAL A SUA PREFERÊNCIA? POR QUE?

MERCADO

FEIRA LIVRE

3. FALANDO APENAS SOBRE PRODUTOS QUE EXISTEM NA FEIRA E NO SUPERMERCADO COMO AS FRUTAS E HORTALIÇAS, EM QUAL DOS DOIS VOCÊ PREFERE REALIZAR AS COMPRAS E POR QUÊ?

4. NO SUPERMERCADO O QUE LHE ATRAI?

PRATICIDADE EM TER TODOS OS PRODUTOS NUM MESMO LUGAR

HORÁRIOS

DIVERSIDADE DE PRODUTOS

FORMA DE PAGAMENTO

CONFORTO

OUTRO

5. QUAL DESSES TRANSPORTES COSTUMA UTILIZAR?

CARRO/ MOTO

ÔNIBUS

TRANSPORTE ALTERNATIVO

OUTROS

6. VOCÊ FREQUENTOU A ANTIGA FEIRA DE ABREU E LIMA?

SIM

NÃO

ÀS VEZES

7. O QUE LHE ATRAIÁ LÁ?

8. COM A MUDANÇA, VOCÊ CONTINUA FREQUENTANDO A NOVA FEIRA?

SIM NÃO ÀS VEZES

9. O QUE LHE ATRAI LÁ?

10. QUAIS OS MOTIVOS QUE O FAZ IR A FEIRA?

- QUALIDADE DO PRODUTO
- CONFIANÇA NO FEIRANTE
- RELAÇÃO COM AS PESSOAS
- COSTUME
- PREÇO ACESSÍVEL
- OUTROS

11. O QUE VOCÊ COSTUMA FAZER NA FEIRA?

12. O QUE SIGNIFICA A FEIRA PARA VOCÊ?

13. O QUE TEM DE BOM NA FEIRA?

14. O QUE NÃO GOSTA?

15. O QUE VOCÊ ACHOU DA MUDANÇA DO LOCAL DA FEIRA?

16. SABE DE ONDE PARTIU A DECISAO DA MUDANÇA?

17. PARA VOCÊ O LOCAL QUE A FEIRA ESTÁ INSERIDA PRECISA DE ALGO?

SIM NÃO

18. SE SIM, O QUÊ?

19. PARA VOCÊ HOUVERAM BENEFÍCIOS COM A TRANSFERÊNCIA DA FEIRA?

SIM NÃO

20. SE SIM, QUAIS?

21. VOCÊ ACHOU ACERTADA A RETIRADA DA FEIRA DA PRAÇA? POR QUE?