

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO PARANÁ  
ESCOLA DE ARQUITETURA E DESIGN  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GESTÃO URBANA**

**SCHIRLEI MARI FREDER**

**ARRANJOS ECOSSOCIOECONÔMICOS EM ATIVIDADES COMERCIAIS  
URBANAS: O CASO DAS FEIRAS URBANAS EM CURITIBA (BRASIL)  
E VARSÓVIA (POLÔNIA)**

**CURITIBA**

**2019**

**SCHIRLEI MARI FREDER**

**ARRANJOS ECOSOCIOECONÔMICOS EM ATIVIDADES COMERCIAIS  
URBANAS: O CASO DAS FEIRAS URBANAS EM CURITIBA (BRASIL)  
E VARSÓVIA (POLÔNIA)**

Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Gestão Urbana (PPG-TU), da Pontifícia Universidade Católica do Paraná, como requisito para obtenção do título de Doutora.

Orientador: Prof. Dr. Mario Procopiuck.  
Coorientadora: Prof<sup>ª</sup> Hab. Dra. Bogumiła Lisocka-Jaegermann, do Instituto de Estudos Regionais e Globais, da Faculdade de Geografia e Estudos Regionais e do Centro de Estudos Americanos da Universidade de Varsóvia.

**CURITIBA**

**2019**

Dados da Catalogação na Publicação  
Pontifícia Universidade Católica do Paraná  
Sistema Integrado de Bibliotecas – SIBI/PUCPR  
Biblioteca Central  
Edilene de Oliveira dos Santos CRB/9 1636

F852a  
2019 Freder, Schirlei Mari  
Arranjos ecossocioeconômicos em atividades comerciais urbanas : o caso das feiras urbanas em Curitiba (Brasil) e Varsóvia (Polônia) / Schirlei Mari Freder ; orientador, Mario Procopiuk ; coorientadora, Bogumila Lisocka-Jaegermann. -- 2019  
282 p. : il. ; 30 cm

Tese (doutorado) – Pontifícia Universidade Católica do Paraná, Curitiba, 2019  
Bibliografia: p. 238-250

1. Planejamento urbano. 2. Espaços públicos. 3. Feiras livres – Curitiba (PR). 4. Feiras livres - Varsóvia (Polonia). 5. Sustentabilidade.  
I. Procopiuck, Mario. II. Lisocka-Jaegermann, Bogumiła.  
III. Pontifícia Universidade Católica do Paraná. Programa de Pós-Graduação em Gestão Urbana. IV. Título.

CDD 20. ed. – 711.4


TERMO DE APROVAÇÃO

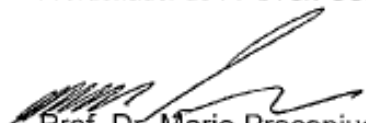
**“ARRANJOS ECOSSOCIOECONÔMICOS EM ATIVIDADES COMERCIAIS  
URBANAS: O CASO DAS FEIRAS URBANAS EM CURITIBA (BRASIL) E  
VARSÓVIA (POLÔNIA)”**


Por

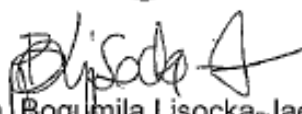
**SCHIRLEI MARI FREDER**


Tese aprovada como requisito parcial para obtenção do grau de Doutor no Programa de Pós-Graduação em Gestão Urbana, área de concentração em Gestão Urbana, da Escola de Arquitetura e Design, da Pontifícia Universidade Católica do Paraná.

  
Prof. Dr. Rodrigo José Firmino  
Coordenador do PPGTU/PUCPR

  
Prof. Dr. Mario Procopiuck  
Membro Interno – Orientador – PPGTU/PUCPR

  
Prof. Dr. Harry Alberto Bollmann  
Membro Interno – PPGTU/PUCPR

  
Profª. Dra. Bogumila Lisocka-Jaegermann  
Membro Externo – Coorientadora – Universidade de Varsóvia

  
Prof. Dr. Carlos Alberto Cioce Sampaio  
Membro Externo – FURB

  
Profª. Dra. Francisca de Paula Santos da Silva  
Membro Externo – UNEB

Curitiba, 29 de março de 2019.

## AGRADECIMENTOS

*Os pais são a nossa conexão com a fonte da vida, com algo além das falhas que porventura tenham. [...] O amor exige que quem recebe reverencie o dom e o doador. Quem ama e honra a vida, implicitamente glorifica e ama quem a dispensa. [...] Quando as pessoas recebem e reverenciam o dom e o doador, erguem bem alto o presente até que rebrilhe; e, embora esse presente passe por meio delas àqueles que seguem, o doador continua banhado em sua luz.*

(HELLINGER, 1999, p. 73).

Agradeço a Deus pelo dom da vida, que chegou até mim por meio dos meus amados pais Remy e Lucia, que transmitiram toda minha ancestralidade polonesa, austríaca, tcheca e brasileira. Com a força de todo esse legado, e também com o incentivo dos familiares, especialmente meu marido Vinicius e meu filho Tiago, pude concluir mais esta importante etapa em minha vida pessoal e profissional.

Agradeço a oportunidade concedida pelo projeto financiado, desde 2016, pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), em que tive a oportunidade de realizar o estudo com o vínculo de bolsista. E também ao Edital PDSE da CAPES, que possibilitou, em 2017, a permanência em Varsóvia para a pesquisa em campo, bem como participar de eventos acadêmicos.

Ao Professor Dr. Mario Procopiuck, meu orientador, minha gratidão por todo o conhecimento compartilhado, por todas as diretrizes, ajustes, apoio, orientações e pela possibilidade de diálogo sempre que necessário.

À Professora Dra. Ph.D. Bogumiła Lisocka-Jaegermann, minha coorientadora, minha gratidão por toda a generosidade e apoio ao longo de toda a estadia em Varsóvia, e também por todo o esforço para que eu conseguisse compreender a realidade do estudo realizado.

Para não incorrer em erros ou esquecimentos, gostaria de agradecer ao menos dois grupos de pessoas. O primeiro que contempla tantas e tantas pessoas queridas, impossíveis de serem nominadas, que entenderam todas as minhas alegrias e conquistas, bem como as angústias, queixas e ausências nesse árduo processo de doutoramento. E o segundo grupo ao qual

agradeço é das pessoas que nomearei em razão de contribuições importantes ao longo da pesquisa, conforme segue:

Aos professores, colegas, coordenação e secretaria do PPGTU, por toda a informação que se transformou em conhecimento e por tantas questões vivenciadas ao longo desses quatro anos. Sobrevivemos!

Ao Professor Altair Rosa e seus alunos de graduação, do curso de Economia da Escola de Negócios da Pontifícia Universidade Católica do Paraná. Às Professoras Barbara Gibki, Ewelina Biczynska e Dorota Rucińska, alunos de graduação e secretário Wojtek Doroszewicz, do curso de Geografia da Universidade de Varsóvia. Aos doutorandos e colegas da Universidade de Varsóvia, Zofia Piotrowska-Kretkiewicz e Krzysztof Ząbecki.

Ao Cônsul Geral da República da Polônia em Curitiba e amigo, Sr. Marek Makowski, por toda a disponibilidade e incentivo para que o estudo fosse realizado. Ao Professor Krzysztof Smolana, colaborador do Ministério da Cultura e Herança Nacional da Polônia. Ao Padre Estanislau Gogulski, falecido em 27/12/2015, pela ajuda valiosa quando recebi diversos livros em doação para a primeira etapa da referida pesquisa.

Ao Professor Marcin Raiman, que me apresentou Tomasz Szarek, que igualmente agradeço, pela compreensão, apoio e parceria de residir em Varsóvia. Aos que colocaram a mão na massa em campo, aplicando pesquisas em Curitiba: Débora Cristina Queirolo Mussak, Rosane Svistalski, David Hidalgo, Nicole Accioly, Beatris Kemper Fernandes, Guilherme Blank da Rocha, Lorenzo Henrique de Paula Gusso, Tiago Freder Zamboni Freitas, Lucas Furquim Lopes, Wallan Alonso Matos, Brenda Silvério, Geisson Willian Braz Taborda, Marineli dos A. Ramos, Rian Mateus Moraes do Nascimento e Fernanda Torres da Silva. E aos amigos de todas as horas: Iraci Sokoloski, Beatris Kemper Fernandes, Salete Poletto, Pablo Otto e Manon Garcia.

## RESUMO

As feiras urbanas persistem ao longo do tempo, mesmo diante das mudanças advindas dos sistemas político e econômico nas cidades. Observá-las a partir das premissas dos arranjos ecossocioeconômicos pode trazer novas perspectivas de tal espaço comercial nos territórios urbanos. O presente estudo analisou como ocorrem as relações formais e informais em arranjos institucionais ecossocioeconômicos e como incidem sobre atividades convivenciais e negociais, nas microssociedades chamadas feiras livres urbanas, nas cidades de Curitiba e Varsóvia. Os métodos mistos empregados contemplaram a coleta de dados de múltiplas fontes e análise por meio da triangulação concomitante, utilizando, tanto estatística descritiva quanto a análise documental. Responderam aos questionários 334 feirantes em Curitiba e 233 em Varsóvia (número definido por cálculo amostral), e às entrevistas semiestruturadas, três gestores públicos – sendo dois em Curitiba e um em Varsóvia. Dois temas nortearam o estudo: “atividades comerciais urbanas” e “ecossocioeconomia”; a partir destes, foram definidas três categorias analíticas: “Configuração relacional interna na feira urbana”, “arranjos interorganizacionais” e “arranjos extraorganizacionais”. Os resultados apontam para similaridade nas características gerais das feiras nas duas cidades, tais como escolaridade dos feirantes, trabalho em família, dependência financeira da renda da feira, concorrência interna e externa e legislação atualizada periodicamente. Apontam para diferenças em itens, como a governança, tanto no quesito de controle e acompanhamento da atividade quanto no tipo de apoio e dependência que o feirante possui do poder público e/ou gestor da feira, e formação de rede de sociabilidade em Curitiba. A principal conclusão do estudo foi que as feiras compõem o conceito híbrido de empreendimento comercial, onde atendem os requisitos de comércio com um modo de vida individualizado, porém, com uma dinâmica particular em diferentes aspectos, como segurança, gestão, convivência, atividade laboral, inclusão e cooperação, todos aspectos singulares que culminam no estabelecimento de uma rede socioeconômica interdependente e territorial.

Palavras-chave: Atividade comercial urbana. Ecossocioeconomia. Feiras urbanas. Arranjos interorganizacionais. Arranjos extraorganizacionais. Relações convivenciais. Relações negociais.

## ABSTRACT

Urban fairs persist over time, even in the face of changes arising from political and economic systems in cities. Observing them from the premises of the eco-socio-economic arrangements can bring new perspectives of such commercial space in the urban territories. The present study analyzed how formal and informal relationships occur in institutional and eco-socio-economic arrangements, and how they affect convivial and business activities in the micro-societies called urban free trade fairs in the cities of Curitiba and Warsaw. The mixed methods employed included the collection of data from multiple sources and analysis through concomitant triangulation, using both descriptive statistics and documentary analysis. In Curitiba, 334 vendors responded to the questionnaires and 233 in Warsaw (number defined by sample calculation), and to the semi-structured interviews, three public managers - two in Curitiba and one in Warsaw. Two themes guided the study: "urban commercial activities" and "eco-socio-economy"; from these, three analytical categories were defined: "Internal relational configuration in the urban fair", "interorganizational arrangements" and "extra-organizational arrangements". The results point to similarities in the general characteristics of the fairs in the two cities, such as the schooling of the vendors, family work, financial dependence on the income of the fair, internal and external competition, and periodically updated legislation. They point to differences in items such as governance, both in terms of control and monitoring of the activity, as well as in the type of support and dependence that the vendor has from the public power and/or the fair manager, and sociability network formation in Curitiba. The main conclusion of the study was that the fairs make up the hybrid concept of commercial enterprise, where they meet the requirements of trade with an individualized way of life, but with a particular dynamics in different aspects such as security, management, coexistence, labor activity, inclusion and cooperation, all of which are unique, culminating in the establishment of an interdependent and territorial socio-economic network.

**Keywords:** Urban commercial activity. Eco-socio-economy. Urban fairs. Interorganizational arrangements. Extra-organizational arrangements. Convivial relationships. Business relations.



## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Os três pilares do desenvolvimento sustentável.....	33
Figura 2 – O equilíbrio da poluição ótima.....	36
Figura 3 – Modelo de gerações entrelaçadas.....	37
Figura 4 – Evolução das relações econômicas com os recursos naturais (RN).....	40
Figura 5 – Classes das funções no processo de comercialização agrícola.....	57
Figura 6 – Regulação do Estado e a amplitude da economia informal.....	60
Figura 7 – Comerciante na Polônia.....	73
Figura 8 – Mapa das feiras em Curitiba (Brasil).....	79
Figura 9 – Conjunto de fotos da feira “Nossa Feira”, no Bairro Uberaba.....	81
Figura 10 – Conjunto de fotos da feira “Nossa Feira”, na Praça 19 de Dezembro.....	82
Figura 11 – Conjunto de fotos da feira “Orgânicos”.....	83
Figura 12 – Conjunto de fotos da feira “Volante Diurna”.....	84
Figura 13 – Conjunto de fotos da feira “Volante Noturna”.....	85
Figura 14 – Conjunto de fotos da feira “Direto da Roça”.....	86
Figura 15 – Conjunto de fotos da feira “Artesanato Largo da Ordem”.....	87
Figura 16 – Mapa da Feira do Largo da Ordem.....	88
Figura 17 – Conjunto de fotos da feira “Artesanato de Bairro”.....	89
Figura 18 – Montante dos mercados permanentes e sazonais na Polônia, em 2002-2011.....	93
Figura 19 – Mapa das feiras urbanas em Varsóvia (Polônia).....	96
Figura 20 – Conjunto de fotografias da Feira Permanente “Wolumen”.....	98
Figura 21 – Conjunto de fotografias da Feira Permanente “Bazar Lotników”.....	98
Figura 22 – Conjunto de fotografias da Feira Permanente “Bazar Wałbrzyska”.....	99
Figura 23 – Conjunto de fotografias da Feira Permanente “Bazar Rózyckiego”.....	100
Figura 24 – Conjunto de fotografias da Feira Permanente “Hala Mirowska”.....	101
Figura 25 – Conjunto de fotografias da Feira Permanente “Hala Banacha”.....	102
Figura 26 – Mapa dos pontos de venda.....	103
Figura 27 – Mapa de localização das Feiras de um dia (Targowisko jednodniowe).....	104
Figura 28 – Conjunto de fotografias da Feira de um dia “Mokotów”.....	105
Figura 29 – Conjunto de fotografias da Feira de um dia, em Praga Północ (Ulica Namysłowska 8).....	105

Figura 30 – Conjunto de fotografias da Feira de um dia, em Wesoła. ....	106
Figura 31 – Conjunto de fotografias da Feira de um dia, em Praga Północ (Ulica Szwedzka). .....	106
Figura 32 – Conjunto de fotografias da Feira de um dia, em Śródmieście. ....	107
Figura 33 – Conjunto de fotografias da Feira de um dia, em Wawer.....	107
Figura 34 – Conjunto de fotografias da Feira de um dia, em Wola. ....	108
Figura 35 – Feira de um dia, em Rembertów. ....	109
Figura 36 – Mapa com a localização das feiras, em Wola. ....	110
Figura 37 – Conjunto de fotografias da pequena feira, em Wola.....	111
Figura 38 – Mapa com a localização da Feira em Praga Poludnie.....	111
Figura 39 – Terreno para uso da feira, no Distrito de Praga Poludnie. ....	112
Figura 40 – Conjunto de fotos do Bio Bazar Warszawa. ....	113
Figura 41 – Tempo de atuação com atividades de feiras urbanas livres em Curitiba. ....	121
Figura 42 – Tempo de atividade na feira em Varsóvia X Homem e Mulher. ....	122
Figura 43 – Projeto das novas bancas para a Feira do Largo da Ordem (I). ....	165
Figura 44 – Projeto das novas bancas para a Feira do Largo da Ordem (II). ....	165
Figura 45 – Projeto das novas bancas para a Feira do Largo da Ordem (III).....	166
Figura 46 – Projeto das novas bancas para a Feira do Largo da Ordem (IV). ....	166
Figura 47 – Conjunto de fotos que demonstram o estado das barracas no Largo da Ordem. ....	188
Figura 48 – Rede de diferentes espaços utilizados pelos feirantes em Curitiba.....	191
Figura 49 – Feiras que funcionam em meio a avenidas. ....	196

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – População e tamanho da amostra das feiras convencionais em Curitiba.....	67
Tabela 2 – População e tamanho da amostra das feiras convencionais em Varsóvia. ....	67
Tabela 3 – Feiras urbanas em Curitiba. ....	80
Tabela 4 – Quantidade de mercados e feiras em Varsóvia. ....	95
Tabela 5 – Quantidades de pontos de venda por Distrito. ....	103
Tabela 6 – Dados de faixa etária em Curitiba e Varsóvia. ....	117
Tabela 7 – Escolaridade dos feirantes em Curitiba e Varsóvia. ....	119
Tabela 8 – Gênero dos feirantes em Curitiba e Varsóvia. ....	120
Tabela 9 – Motivação para a escolha da atividade de feirante. ....	123
Tabela 10 – Nível de formalização dos feirantes em Curitiba e Varsóvia. ....	125
Tabela 11 – Renda das famílias a partir da feira. ....	127
Tabela 12 – Troca da atividade da feira por outra fonte de renda. ....	128
Tabela 13 – Tempo de atividade na feira. ....	130
Tabela 14 – Perfil do entrevistado. ....	131
Tabela 15 – Tipologia das feiras em Curitiba e Varsóvia. ....	133
Tabela 16 – Tipo de transporte utilizado para os produtos comercializados na feira. ....	137
Tabela 17 – Origem dos produtos vendidos na feira. ....	137
Tabela 18 – Identificação de concorrentes nas feiras. ....	139
Tabela 19 – Percepção do feirante se existem alternativas para melhorar sua atividade. ....	140
Tabela 20 – Tipo de contrato de trabalho com o empregado da banca. ....	147
Tabela 21 – Tipo de recurso para financiar a atividade da feira.....	148
Tabela 22 – Relação do feirante com seu fornecedor.....	149
Tabela 23 – Formação do preço de venda das mercadorias. ....	151
Tabela 24 – Formas de pagamento utilizadas pelos clientes. ....	153
Tabela 25 – Tipo de participação do feirante. ....	168
Tabela 26 – Percepção do feirante em relação ao controle da feira no item Regulamentação. .....	169
Tabela 27 – Percepção do feirante em relação ao controle da feira no item Fiscalização. ....	171
Tabela 28 – Percepção do feirante em relação ao controle da feira no item Regulamentos. .	172
Tabela 29 – Percepção do feirante em relação à Prefeitura Municipal. ....	173

Tabela 30 – Espaço para o feirante expressar sua opinião. ....	175
Tabela 31 – O feirante conhece alguma organização que o represente.....	177
Tabela 32 – Que tipo de organização o feirante conhece. ....	178
Tabela 33 – Número de relações entre feiras em Curitiba. ....	193
Tabela 34 – O feirante aceitaria mudar de bairro. ....	199
Tabela 35 – O feirante tem clientes fixos? .....	200
Tabela 36 – Os clientes pertencem ao mesmo bairro onde ocorre a feira? .....	200
Tabela 37 – O feirante adquire os produtos para algum cliente em específico? .....	201
Tabela 38 – Quais os assuntos mais abordados na banca do feirante.....	202
Tabela 39 – Parceria local para adquirir ou fornecer produto. ....	204
Tabela 40 – Destino para as sobras ou perda de produtos.....	205

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Pergunta e objetivos da pesquisa. ....	22
Quadro 2 – Comparação das propostas de Sachs com as de Design. ....	34
Quadro 3 – Concepção geral de capital relacional. ....	62
Quadro 4 – Bases para mapeamento de discussões na internet. ....	64
Quadro 5 – Objetivos e fases da pesquisa. ....	65
Quadro 6 – Categorias analíticas. ....	70
Quadro 7 – Questões das entrevistas. ....	70
Quadro 8 – Curitiba – Respostas abertas com sugestões de melhoria para as atividades na banca. ....	142
Quadro 9 – Varsóvia – Respostas abertas com sugestões de melhoria para as atividades na banca. ....	145
Quadro 10 – Curitiba – Respostas abertas da questão 23. ....	195
Quadro 11 – Varsóvia – Respostas abertas da questão 23. ....	199
Quadro 12 – Categoria 1: Semelhanças e diferenças nas feiras em Curitiba e Varsóvia. ....	218
Quadro 13 – Categoria 2: Semelhanças e diferenças nas feiras em Curitiba e Varsóvia. ....	224
Quadro 14 – Categoria 3: Semelhanças e diferenças nas feiras em Curitiba e Varsóvia. ....	229

## LISTA DE SIGLAS

AFFA – Associação dos Feirantes da Feira A  
ANAV – Associação dos Núcleos Artesanais de Vizinhança  
BNDES – Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social  
CAPES – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior  
CEASA – Central de Abastecimento  
CIRED – Centro Internacional de Pesquisa sobre Meio Ambiente e o Desenvolvimento  
COMSEA – Conselho Municipal de Segurança Alimentar e Nutricional  
CONSEA – Conselho de Segurança Alimentar e Nutricional (Nacional e Estadual)  
FAO – Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura  
FEDART – Federação de Associações e Cooperativas de Artesãos do Paraná  
FIDAP – Fundação Internacional para um Outro Desenvolvimento  
FUNAI – Fundação Nacional do Índio  
GINI – Índice para medir o grau de concentração de renda em um determinado grupo  
GUS – Główny Urząd Statystyczny (Instituto Geral de Estatística)  
HABITAT – Conferência das Nações Unidas sobre os Assentamentos Humanos  
IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística  
IDH – Índice de Desenvolvimento Humano  
IMT – Instituto Municipal de turismo  
IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada  
IPPUC – Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba  
NEcos – Núcleo de Ecosocioeconomia  
ODS – Objetivos do Desenvolvimento Sustentável  
ONU – Organização das Nações Unidas  
PIB – Produto Interno Bruto  
PMC – Prefeitura Municipal de Curitiba  
PNUD – Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento  
PNUMA – Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente  
RIO 92 – Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento  
SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas  
SETRAN – Secretaria de Trânsito  
SMAB – Secretaria Municipal de Abastecimento  
TECPAR – Instituto de Tecnologia do Paraná

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>17</b>
<b>2 FUNDAMENTOS TEÓRICO-CONCEITUAIS .....</b>	<b>25</b>
2.1 MUDANÇAS ECONÔMICAS DA ATUALIDADE E DESAFIOS DAS CIDADES ...	26
2.2 ECOSSOCIOECONOMIA E PERSPECTIVAS PARA O DESENVOLVIMENTO .....	28
<b>2.2.1 Tentativas de avançar na ecossocioeconomia em bases multidimensionais .....</b>	<b>32</b>
<b>2.2.2 Perspectiva ecológica na dimensão socioeconômica .....</b>	<b>35</b>
<b>2.2.3 Perspectiva social nas dimensões econômica e ambiental.....</b>	<b>37</b>
<b>2.2.4 Perspectiva econômica na dimensão socioambiental .....</b>	<b>39</b>
<b>2.2.5 A ecossocioeconomia e o desenvolvimento territorial a partir das microescalas ....</b>	<b>43</b>
2.3 ECONOMIA URBANA E ATIVIDADES COMERCIAIS LOCAIS .....	50
<b>2.3.1 A economia da microescala na dinâmica urbana .....</b>	<b>52</b>
<b>2.3.2 Ecossocioeconomia em arranjos socioprodutivos de feiras urbanas .....</b>	<b>54</b>
<b>3 ABORDAGEM TEÓRICO-METODOLÓGICA.....</b>	<b>63</b>
<b>3.1 METODOLOGIA.....</b>	<b>63</b>
<b>4 APRESENTAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DOS CASOS .....</b>	<b>71</b>
4.1 AS FEIRAS URBANAS NO BRASIL E NA POLÔNIA .....	71
<b>4.1.1 O contexto de Curitiba .....</b>	<b>76</b>
<b>4.1.2 O contexto de Varsóvia .....</b>	<b>89</b>
<b>5 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS.....</b>	<b>114</b>
5.1 CONFIGURAÇÃO RELACIONAL INTERNA DAS FEIRAS URBANAS .....	114
<b>5.1.1 Apresentação dos dados dos questionários aplicados aos feirantes .....</b>	<b>117</b>
<b>5.1.2 Apresentação dos dados das entrevistas aplicadas aos gestores das feiras .....</b>	<b>154</b>
5.2 ARRANJOS INTERORGANIZACIONAIS – CONTEXTO REGULADO E AUTORREGULADO .....	167
<b>5.2.2 Apresentação dos dados das entrevistas aplicadas aos gestores das feiras .....</b>	<b>179</b>
5.3 ARRANJOS EXTRAORGANIZACIONAIS DE RELAÇÕES NEGOCIAIS E CONVIVENCIAIS.....	189
<b>5.3.1 Apresentação dos dados dos questionários aplicados aos feirantes .....</b>	<b>189</b>
<b>5.3.2 Apresentação dos dados das entrevistas aplicadas aos gestores das feiras .....</b>	<b>210</b>
<b>6 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS .....</b>	<b>216</b>

6.1 CONFIGURAÇÃO RELACIONAL INTERNA DAS FEIRAS URBANAS .....	216
<b>6.1.1 Discussão dos resultados sob o ponto de vista do feirante .....</b>	<b>217</b>
<b>6.1.2 Discussão dos resultados sob o ponto de vista do gestor da feira.....</b>	<b>220</b>
6.2 ARRANJOS INTERORGANIZACIONAIS DAS FEIRAS URBANAS .....	223
<b>6.2.1 Discussão dos resultados sob o ponto de vista do feirante .....</b>	<b>223</b>
<b>6.2.2 Discussão dos resultados sob o ponto de vista do gestor .....</b>	<b>225</b>
6.3 ARRANJOS EXTRAORGANIZACIONAIS .....	227
<b>6.3.1 Discussão dos resultados sob o ponto de vista do feirante .....</b>	<b>228</b>
<b>6.3.2 Discussão dos resultados sob o ponto de vista do gestor .....</b>	<b>230</b>
<b>7 CONCLUSÃO.....</b>	<b>233</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>238</b>
<b>APÊNDICES .....</b>	<b>251</b>



## 1 INTRODUÇÃO

As atividades econômicas estão presentes nas cidades e contribuem para a organização de territórios e para o fortalecimento das dinâmicas sociais e culturais, envolvendo uma diversidade de agentes e atores, pessoas e instituições. A história recente mostra que determinadas atividades se mantiveram ao longo das décadas, como o comércio nos bairros, e outras se transformaram, como os comércios de rua que migraram para ambientes de shopping center. Há ainda outras atividades que passaram por mudanças quanto às possibilidades de usos e de exploração econômica, a exemplo das antigas áreas residenciais que passaram a receber atividades comerciais e espaços públicos, como ruas e parques, onde é possível obter a permissão do poder público para que recebam esse tipo de atividade comercial.

As mudanças da dinâmica da economia e da ocupação do espaço urbano têm sido identificadas em diferentes cidades pelo mundo, principalmente naquelas em que grande parte da população depende crescentemente de políticas para geração de trabalho e renda, em razão da desindustrialização. Essas mudanças têm imposto aos gestores urbanos e *policy-makers* a busca por soluções inovadoras, que assegurem um desenvolvimento urbano mais inclusivo. Considerando a dinâmica populacional, essas demandas tendem a crescer, pois, de acordo com dados da ONU<sup>1</sup>, boa parte da população mundial reside em áreas urbanas e as projeções indicam que, até o ano de 2050, cerca de 70% das pessoas do planeta ocupará essas áreas. Isso tem motivado a realização de pesquisas para encontrar possíveis caminhos para manter um bom convívio, associado à melhoria de infraestruturas materiais urbanas. Esse cenário traz indicativos sobre a importância da permanência de atividades econômicas menos intensivas em capital, como comércios e indústrias de pequeno porte, situados em bairros e regiões menos nobres das cidades, como ativadoras de recursos locais ao longo do processo de adaptação da sociedade a novas realidades.

Como contraposição à visão clássica de desenvolvimento urbano, há movimentos que buscam novos comportamentos menos vinculados à expansão do consumo de produtos altamente dependentes de recursos naturais não renováveis. Algumas iniciativas nesse sentido podem ser observadas, por exemplo, em acordos entre empresas e governos para buscar novas alternativas de desenvolvimento urbano sustentável. Mesmo assim, essas tentativas

---

<sup>1</sup> <http://www.onu.org.br/onu-mais-de-70-da-populacao-mundial-vivera-em-cidades-ate-2050/>

ainda não respondem às questões emergenciais do âmbito social (melhorar os níveis educacionais, mais ofertas de moradia, etc.), econômico (mais oportunidades de geração de trabalho e renda, etc.) e ambiental (políticas de proteção e preservação ambiental, etc.), mas é possível vislumbrar novas perspectivas de desenvolvimento urbano em diferentes contextos nacionais e internacionais.

Nessa linha, estão as propostas da comunidade global para tratar integradamente as questões ambientais, econômicas e sociais. É nesse contexto que se insere, por exemplo, a ecossocioeconomia como uma perspectiva que converge para as tentativas de equacionar referenciais de desenvolvimento, com base em avaliações inter e multidisciplinares<sup>2</sup>, para amenizar os impactos das ações do homem e, ao mesmo tempo, buscar o bem-estar individual e coletivo por meio do convívio mais harmonioso com o meio ambiente natural. A ecossocioeconomia poderia, portanto, configurar uma mudança de paradigma.

A possibilidade de mudança de paradigma iniciou com as discussões sobre a economia ecológica (GEORGESCU-ROEGEN, 2012), os circuitos da economia urbana (SANTOS, 2008 [1979]), o ecodesenvolvimento (SACHS, 1986), o desenvolvimento sustentável (BRUNDTLAND, 1987), o desenvolvimento à escala humana e micro-organizações (MAX-NEEF, 2012) e o desenvolvimento territorial sustentável (SACHS, 2007; SAMPAIO, 2010). Esses indicativos ganham força em contraposição à lógica economicista do desenvolvimento, em um processo histórico em que “um paradigma mais antigo é total ou parcialmente substituído por um novo, incompatível com o anterior” (KUHN, 1998, p. 125).

No processo de se repensar amplamente essa mudança paradigmática, há tentativas de elaboração de conceitos que abram debates e possibilitem espaços para estudos inter e multidisciplinares, relacionando, por exemplo, conhecimentos gerados nos campos da economia, ecologia, antropologia cultural e ciência política. O desafio está em avançar para possibilidades realistas de constituir um nível de análise com amplitude suficiente para abarcar o conjunto de conceitos articulados distintamente pelas diferentes áreas de conhecimentos e interesses humanos. O intuito é encontrar novos modelos de desenvolvimento mais sustentáveis, que viabilizem o equilíbrio social, ambiental e econômico. Faz sentido, portanto, prosseguir para a apreensão das dinâmicas relacionais nas cidades, a partir da ideia de um modelo de desenvolvimento urbano ecossocioeconomicamente sustentável.

---

<sup>2</sup> O termo interdisciplinar significa aquilo que é comum a duas ou mais disciplinas ou ramos do conhecimento, enquanto o termo multidisciplinar diz respeito àquilo que abrange muitas disciplinas (CARVALHO, 2006, p. 219).

A formação de um arcabouço teórico-conceitual da ecossocioeconomia surge como um desafio razoável, pautando empreendimentos de pesquisa e a ação de gestores públicos e *policy-makers*, a fim de pensar a cidade em perspectiva de longo prazo e para que se tornem crescentemente inclusivas. A superação desses desafios ocorre tanto pela redução da escassez da literatura quanto pela insuficiência de informações sistematizadas sobre o que ocorre em grande escala, em diferentes sociedades, com heranças econômicas distintas. Entretanto, esses desafios são bem maiores quando se trata de compreender a ação político-administrativa em microcontextos urbanos, nos quais as relações econômicas, sociais e ambientais têm se formado historicamente, a partir de lógicas próprias de comportamentos intra e extraorganizacionais, a exemplo dos arranjos socioprodutivos em que se inserem as feiras livres urbanas<sup>3</sup>. As feiras livres urbanas se mostram promissoras para serem investigadas no tocante à compreensão dessas lógicas relacionais menos dependentes da lógica capitalista clássica, permitindo captar e avaliar valores, dinâmicas e estruturas imersas no ambiente urbano, em que se desenvolvem relações negociais mais próximas do mundo da vida; logo, ao contrário das que ocorrem no mundo dos amplos fluxos econômicos desterritorializados. Com essa finalidade, as feiras livres urbanas se tornam interessantes como contextos empíricos para análise, principalmente pelas suas características relevantes de serem constituídas por relações que aproximam mais equilibradamente os campos econômico, social, ambiental, cultural e territorial nas cidades.

A viabilidade do estudo foi avaliada previamente a partir de artigos, teses e demais pesquisas sobre as feiras. Como resultado, foi constatada a existência de estudos sobre as feiras em temáticas, como: representações sociais (TAVARES, 2005; ALMEIDA, 2009; VEDANA, 2013), dimensão socioeconômica na feira (GODOY, 2005), os territórios e as relações socioespaciais nas feiras (PORTO, 2005; MASCARENHAS; DOLZANI, 2008; QUEIROZ; AZEVEDO, 2012; ERIMAR SANTOS, 2013). Entretanto, para o caso brasileiro, Morais (2016, p.18) constata a carência de estudos organizacionais sobre feiras urbanas livres, afirmando que, apesar da importância desses arranjos, ainda são poucos os estudos desenvolvidos nesse sentido.

---

<sup>3</sup> Ao conceituar o tema, Ferretti (2000, p. 41) delimita que as feiras são atividades comerciais eventuais, que acontecem em local descoberto (rua, praça, etc.), com frequência semanal, em um local específico, oferecendo um número maior de produtos do que os mercados.

Com a finalidade de compreender o comportamento de agentes e instituições em relações inter e extraorganizacionais nas feiras livres urbanas, dentro de uma lógica ecossocioeconômica, a presente investigação tomou como base empírica uma cidade europeia e outra sul-americana. A primeira tem sua importância por representar um contexto em que as relações socioeconômicas têm raízes em um sistema socialista fechado, que se desfez em momento histórico, relativamente recentemente. A segunda teve a sua trajetória desenvolvida sob a lógica de um sistema capitalista, marcado pela democratização, também em momento histórico relativamente recente. A primeira cidade é Varsóvia, na Polônia, e a segunda é Curitiba, no Brasil.

O foco da investigação nessas duas cidades foi compreender como se inserem e se organizam as feiras livres urbanas em arranjos socioprodutivos locais, considerando a estrutura regulatória, delineada pelo poder público e a autorregulação organizada pelos próprios feirantes. Com essa configuração, a investigação abarca, em boa medida, as relações entre as organizações e seus membros no ambiente interno e, concomitantemente, com o seu contexto externo. Esses arranjos socioprodutivos, vistos como microssociedades negociais de convívio sociopolítico, são interessantes por delimitarem territórios urbanos que se desenvolveram em sistemas sociopolíticos diferenciados, o que pode ser tratado como casos inovadores, a partir do referencial teórico-conceitual da ecossocioeconomia. Portanto, o caráter de ineditismo e de originalidade da tese estariam configurados tanto no *locus* da investigação empírica quanto na abordagem teórico conceitual, que concebe as feiras como microssociedades negociais e convivenciais, as quais se desenvolvem em um contexto ecossocioeconômico urbano.

Em termos de configuração populacional, que está diretamente relacionada com a trama convivencial e econômica urbana, trata-se de duas cidades com porte similar, com população próxima de 1.800 mil habitantes e que têm em seu perfil atual a prevalência da arrecadação municipal originária dos setores do comércio e serviços. Quanto à tipologia de comércio de mercado público e feiras livres, as duas cidades possuem tradição nessa prática, com diferentes categorias de produtos (hortifrutigranjeiros, artesanato, feiras de troca, antiguidades, entre outras).

As contribuições da investigação estão na tentativa de aplicar e avaliar bases conceituais da ecossocioeconomia, de explicitar categorias analíticas que poderão ser úteis para compreender a dinâmica de microssociedades negociais e de convivencialidade, essas situadas histórica e territorialmente em contextos urbanos, de compreender com profundidade a dinâmica organizacional de arranjos ecossocioeconômicos urbanos, a partir dos contextos inter e

extraorganizacionais. A presente investigação perpassa e se associa a estudos de outros pesquisadores que tem tentado avançar para compreender a ecossocioeconomia, como Sachs (2007) e Sampaio *et al.* (2003; 2006; 2008; 2008; 2009b; 2010; 2010; 2011; 2011); a dinâmica socioterritorial, como Pecquer (2006) e Carrière e Cazella (2006); a convivencialidade como possibilidade de um desenvolvimento mais equânime, participativo e aberto para valores relativos à preservação do equilíbrio natural (ILLICH, 1973; IVAN, 1976) e a lógica de organização e ação em microescalas (MAX-NEEF *et al.*, 2012). A pesquisa também avança em conjunto com outras investigações sobre a ecossocioeconomia urbana em contextos convencionais, negociais e criativos, representados pelas feiras livres urbanas, como, por exemplo, os de Procopiuck *et al.* (2013a; 2013b; 2014b; 2017b), de Freder *et al.* (2015; 2017; 2017), de Zdepski *et al.* (2017) e de Grimm *et al.* (2016a).

Empiricamente, o estudo perpassa três perspectivas de análise das feiras livres urbanas em funcionamento, entre 2016 e 2018, nas cidades de Curitiba e Varsóvia. A primeira toma as feiras como espaços formados por arranjos inter e extraorganizacionais; a segunda procura explicitar e avaliar o perfil dos feirantes como agentes comerciais e sociais envolvidos em relações socioeconômicas de trocas materiais e simbólicas, típicas de ambientes ecossocioeconômicos urbanos; e a terceira busca identificar e avaliar os pontos de vista dos gestores dos espaços das feiras nas cidades, no seu papel de agentes intermediadores das relações intra e extraorganizacionais, formal e informalmente institucionalizadas.

O conjunto das inquietações teóricas e das possibilidades objetivas para conhecer duas realidades empíricas importantes suscitam algumas questões norteadoras: como se conformam os arranjos institucionais (regulados e autorregulados) das atividades comerciais e convencionais das feiras livres urbanas, na perspectiva da ecossocioeconomia (inter e extraorganizacionais)? Esses arranjos são resultados de incentivos de políticas econômicas e/ou políticas públicas setoriais, que procuram potencializar as novas bases de desenvolvimento urbano sob a perspectiva da ecossocioeconomia? A permanência das feiras no espaço urbano tem vinculação com as relações sociais que são estabelecidas nesses ambientes? A permanência das feiras depende dos interesses do feirante, da sociedade local, do poder público ou da conjunção de interesses de todos? Quais são os indicativos de desenvolvimento urbano sob a perspectiva da ecossocioeconomia, passíveis de serem extraídos pela compreensão em profundidade das relações negociais e convencionais, as quais caracterizam os territórios em que tomam lugar as feiras livres urbanas?

Frente a essas indagações, surge como problema de pesquisa passível de ser manejado no tempo e no escopo de uma tese: a compreensão sobre como arranjos ecossocioeconômicos representados pelas feiras urbanas podem ser formados e influenciados por arranjos institucionais nos contextos regulados e nos contextos autorregulados. Para isso, foram formulados os objetivos geral e específicos e a pergunta de pesquisa que pautaram a investigação, conforme demonstrado no Quadro 1.

Pergunta de pesquisa	Como ocorrem as relações formais e informais em arranjos institucionais ecossocioeconômicos e como incidem sobre atividades convencionais e negociais nas microssociedades chamadas feiras livres urbanas?
Objetivo geral	Avaliar como ocorrem as relações formais e informais em arranjos institucionais ecossocioeconômicos e como incidem sobre atividades convencionais e negociais nas microssociedades chamadas feiras livres urbanas, nas cidades de Curitiba e Varsóvia.
Objetivos específicos	OE1 – Coletar e sistematizar os dados das atividades negociais e convencionais das feiras urbanas nas cidades de Curitiba e Varsóvia; OE2 – Descrever os arranjos institucionais incidentes sobre as atividades negociais e convencionais das urbanas, no contexto da ecossocioeconomia; OE3 – Identificar o perfil e perspectivas dos feirantes e como se sujeitam às influências de arranjos intra e extraorganizacionais incidentes sobre as suas atividades negociais e convencionais nas feiras urbanas; OE4 – Compreender como os arranjos institucionais reguladores formais e informais de atividades negociais e convencionais influenciam na conformação ecossocioeconômica de contextos inter e extraorganizacionais, formados por feiras livres urbanas.

Quadro 1 – Pergunta e objetivos da pesquisa.

Fonte: A autora.

Desse modo, a presente pesquisa está alinhada com os trabalhos que estão sendo realizados no Programa de Pós-Graduação em Gestão Urbana da Pontifícia Universidade Católica do Paraná, que, entre seus objetivos principais, busca “formar gestores públicos capazes de implementar políticas públicas e de gerenciar atividades e projetos setoriais nas cidades, a partir de uma visão integrada e sistêmica do meio urbano e do processo político-administrativo nos municípios”. Ainda, em termos de trabalhos de pesquisa, a busca de compreensão do contexto em que as feiras urbanas se inserem é convergente com os objetivos da linha de pesquisa em Gestão e Políticas Públicas<sup>4</sup>, sob a qual vêm sendo desenvolvidos trabalhos sobre governança, formulação de políticas públicas e formação de arranjos de ecossocioeconomia.

<sup>4</sup> A Linha de Pesquisa em Políticas Públicas enfatiza estudos sobre planejamento, gestão e governança, focando nos arranjos institucionais e as práticas de articulação e participação de atores sociopolíticos na elaboração, implementação e monitoramento em diferentes áreas de políticas públicas. Os objetivos são analisar a transformação das práticas de atuação da administração pública e da sociedade civil, enfatizando o uso de instrumentos de planejamento, de sistemas e tecnologias da informação e comunicação e de gestão em diferentes escalas: comunitária, municipal, intermunicipal, metropolitana, estadual e em redes nacionais e internacionais.

Em termos de alinhamento com outras investigações em andamento, em âmbito nacional, o presente estudo integra o projeto “Ecosocioeconomia urbana: arranjos socioprodutivos e autogestão comunitária visando o desenvolvimento territorial sustentável”, aprovado e financiado desde 2016 pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). Esse projeto tem como instituição líder a Pontifícia Universidade Católica do Paraná e como universidades associadas a Universidade do Estado da Bahia (UNEB) e a Universidade Federal do Pará (UFPA). O grupo de pesquisa do projeto é composto por professores, mestrandos, doutorandos e pós-doutorandos em cada uma das universidades envolvidas, que se dedicam a estudos locais sobre a ecosocioeconomia no contexto de feiras livres urbanas, mercados públicos<sup>5</sup> e conjunturas em que se formam arranjos socioprodutivos locais.

Para essa pesquisa, em específico, a bolsa de doutorado no Brasil teve origem no projeto retrocitado e a possibilidade do estudo comparado entre as cidades de Curitiba e Varsóvia foi viabilizada pela concessão de bolsa de estudos para Doutorado Sanduíche no Exterior, pela CAPES. A experiência com o grupo de pesquisa na Universidade de Varsóvia, junto à Faculdade de Geografia e Estudos Regionais, foi significativa em termos de apoio à documentação, bibliografia, eventos acadêmicos e visitas à realidade local. No período de permanência foi possível ter apoio para acessar os documentos junto à Prefeitura e demais órgãos reguladores e também diferentes referências bibliográficas sobre o tema de estudos. Além disso, foi viabilizada a participação do grupo de estudos do Departamento de Geografia do Desenvolvimento e Planejamento Espacial, formado entre professores e alunos

---

<sup>5</sup> Quanto aos antecedentes da pesquisa, a convergência de interesses para a realização desse estudo tem ao menos três pontos principais. Primeiro, o interesse em aprofundar estudos no campo da gestão e políticas públicas. Isso foi motivado a partir de experiências empíricas no campo social, quando migrei minha trajetória profissional a partir do ano de 2006. Também a partir da experiência de pesquisa ao ingressar no mestrado em “Gestão Urbana”, na PUC-PR, em 2013, quando desenvolvi o estudo sobre as políticas públicas no campo cultural, vinculado à economia criativa, indústrias e classes criativas. Segundo, é meu vínculo profissional e pessoal com o tema do desenvolvimento sustentável e, agora, a ecosocioeconomia. Esse interesse surgiu no ano de 2007, quando iniciei um curso de pós-graduação em “Gestão Social e Desenvolvimento Sustentável”, na Universidade Positivo. A partir desta experiência tive contato com uma infinidade de temas que agregaram novas possibilidades profissionais, além de uma série de transformações pessoais. Terceiro, o interesse em aprofundar os estudos sobre a realidade atual da Polônia e compará-la, de algum modo, com as comunidades étnicas polonesas no Brasil. Isso ocorreu a partir de uma iniciativa pessoal junto a essa comunidade étnica, a partir de 2011, quando me envolvi para, coletivamente, fundarmos uma associação com interesse cultural em Curitiba: a Casa da Cultura Polônia Brasil. Desde então, foram diferentes projetos realizados e, em paralelo, venho desenvolvendo estudos em áreas do meu campo de formação, em Administração e Políticas Públicas. Quanto à pesquisa vinculada à ecosocioeconomia, o convite para integrar a equipe específica desse projeto surgiu da proposta para desenvolver um estudo sobre as feiras urbanas, definindo-se um estudo de caso múltiplo com as cidades de Curitiba (Brasil) e Varsóvia (Polônia). Em seguida, surgiu a possibilidade de me habilitar para concorrer ao edital para a bolsa de Doutorado Sanduíche junto a Capes, tendo a candidatura aprovada. Desse modo, foi possível viabilizar a permanência de quatro meses em Varsóvia, para o aprofundamento de conhecimento empírico da realidade das feiras urbanas apresentada naquele ambiente e, posteriormente, compará-la com a realidade de Curitiba.

visitantes<sup>6</sup>, em que cada um teve a possibilidade de apresentar sua pesquisa, no formato de seminário, e desse modo, ter acesso a estudos similares e contato com outras literaturas sobre o tema. Para minha pesquisa, a participação junto ao grupo de pesquisadores do departamento, bem como com os alunos visitantes, trouxe contribuições acerca das discussões teóricas e empíricas, visto que ambas estavam voltadas às discussões em nível local, tratando de questões acerca da sustentabilidade, agricultura e também uma aproximação junto à microescala da economia urbana.

Cabe destacar o importante apoio que tive por parte da Coorientadora, Professora Bogumiła Lisocka-Jaegermann, que possibilitou amplo acesso a estudos locais, apoio para visitas às feiras e à Central de Distribuição, essas acompanhadas por professores e/ou alunos da universidade, o que proporcionou uma experiência significativa nessa etapa de aproximação com a realidade local. Além disso, foi possível viabilizar a aplicação dos 233 questionários junto aos comerciantes, graças à adesão e ajuda fundamental das Professoras Barbara Gibki, Ewelina Biczynska e Dorota Rucińska, do curso de Geografia, que, naquele semestre, aplicariam uma atividade de campo com seus alunos, e dos dois doutorandos, orientandos da Professora Bogumiła Lisocka-Jaegermann: Zofia Piotrowska-Kretkiewicz e Krzysztof Zabecki. Desse modo, foi realizada a aplicação do mesmo questionário utilizado em Curitiba, o que possibilitou tanto o preenchimento de lacuna acerca de questões não encontradas na literatura quanto a realização do estudo comparado em diversos pontos sinalizados nas categorias analíticas.

Para o caso de Curitiba, contamos com a ajuda fundamental do Professor Altair Rosa, do curso de Economia da Escola de Negócios da Pontifícia Universidade Católica do Paraná, que oportunizou a aplicação de 334 questionários pelos seus alunos que, naquele semestre – em 2016, necessitavam realizar atividade de campo.

---

<sup>6</sup> Professor Dr. José León García Rodríguez, Professor da Universidade de La Laguna, Tenerife, Espanha; Doutorandas Maria Cristina Sosa e Maria de Lourdes Díaz Aboytes, da Universidade do Ocidente, Sinaloa, México; Doutorandas Gloria Camargo Millán e Beatriz Pinilla Jimenez, da Universidade de Manizales, Colômbia.



## 2 FUNDAMENTOS TEÓRICO-CONCEITUAIS

Na história das cidades ocorreram sucessivas crises no sistema econômico e também o surgimento de diferentes soluções para assegurar a manutenção das funções urbanas em meio aos momentos de instabilidade. Dessas soluções surgiram novas atividades econômicas, tanto na indústria quanto no comércio e serviço, que se desenvolveram e passaram a influenciar a geração de novos valores e impactos variados nos sistemas social e econômico.

Mais recentemente, dentre as questões que envolvem as cidades, aquelas vinculadas ao desenvolvimento sustentável vêm sendo inseridas de maneira cada vez mais concreta. Uma das iniciativas mais recentes no Brasil foi, por exemplo, a publicação do Guia para a Gestão Pública Sustentável para incentivar a adoção de iniciativas que se transformem em indicadores de sustentabilidade. Com esses indicadores, seria possível, em tese, medir as diferentes atividades que compõem a trama urbana e a maioria delas, mesmo estando vinculadas a setores econômicos diversificados, pode servir de base para mensuração dos aspectos sociais, ambientais, econômicos e organizacionais. Essa medida, por sua vez, seria capaz de contribuir com ações ou discussões pautadas em diferentes perspectivas da ecossocioeconomia. Portanto, o esforço para compreender de que modo seria possível identificar essas iniciativas de ecossocioeconomia no ambiente urbano certamente se justifica, pois representa possibilidades de respostas a essa necessidade de se estabelecerem novas relações socioeconômicas que oportunizem o desenvolvimento urbano sustentável.

Neste capítulo serão abordados aspectos teóricos que delinearão esse estudo: as atividades comerciais urbanas e seus arranjos socioprodutivos, situados a partir de tendências econômicas atuais e de discussões sobre novas alternativas de desenvolvimento. Dentre tais alternativas, a atenção é voltada para a ecossocioeconomia que se desenvolve desde as atividades negociais de convencionais de microescala, representadas pela ecossocioeconomia urbana e os arranjos institucionais e organizacionais de sustentação.

## 2.1 MUDANÇAS ECONÔMICAS DA ATUALIDADE E DESAFIOS DAS CIDADES

Não há crescimento contínuo no sistema econômico, mas uma sucessão de colapsos, crises, declínios e novos momentos de crescimento, formando ciclos econômicos. Nessa ordem de ideias é comum que se instalem novos processos de desenvolvimento em momentos de crise ou de contratempos, já que o sistema econômico precisa se reanimar antes de poder seguir em frente e, conseqüentemente, o seu sistema de valores se reestruturar. Desse modo, as dinâmicas econômicas iniciam processos de reorganização, que nem sempre são a continuação do sistema antigo. Esse desenvolvimento econômico provém de condições diversas e como parte da ação de pessoas diferentes, logo, muitas esperanças e valores antigos são enterados para dar lugar a outros completamente novos (SCHUMPETER, 1997, p. 204-205; 207).

Nessa linha, é fato que, na economia mundial, a indústria vinculada aos setores econômicos tradicionais vem perdendo seu papel principal nos indicadores de desenvolvimento das cidades. Dentre esses setores se destaca a importância do setor de serviços para compensar os efeitos de tais mudanças (IPEA, 2001, p. 331-332). O declínio da era industrial gerou demandas para que as cidades se reinventem, incentivando a abertura de espaços para pequenos comércios e empresas de serviços, aumentando a diversidade econômica e incentivando a atração de novos residentes, com capacidade de promover a dinâmica socioeconômica no espaço urbano (GLAESER, 2011, p. 42-43; 67-68).

Nesse momento são identificados, portanto, eventos econômicos mundiais emergentes, por exemplo, vinculados a avanços tecnológicos, científicos e a processos de inovação, que têm impactado os sistemas econômicos e políticos. Essas alterações nas relações tecnológicas, econômicas, científicas e políticas influenciam aspectos sociais e culturais dos países e, conseqüentemente, das suas cidades. Nessa direção estão os processos de reestruturação dos sistemas econômicos, em função do declínio industrial, e a emergência de novas relações negociais, pautadas na valorização da dimensão intangível, incorporada crescentemente no setor de serviços por novas tecnologias e inovações. Novas estratégias passam, então, a serem utilizadas em políticas de desenvolvimento das sociedades, especialmente naquelas que já sofreram o impacto da saída de indústrias, com conseqüentes impactos na ordem local.

As significativas alterações nas dinâmicas dos mercados e na forma de valoração dos bens reverteu a subvalorização de recursos intangíveis que, historicamente, era justificada por pensadores clássicos da economia. Adam Smith (1723–1790), por exemplo, entendia que

atividades econômicas vinculadas a serviços não conseguiriam contribuir para a geração de riquezas, pois não estavam vinculados à cadeia produtiva e, desta forma, não geravam valor agregado. A natureza intangível das atividades econômicas representadas pelos serviços fazia com que tais atividades se esvaíssem ao serem produzidas e consumidas, justamente por sua inexistência de base material, que poderia transferir valores em cadeias produtivas (PROCOPIUCK; FREDER, 2014a, p. 299).

Com o processo de valoração de atividades e bens intangíveis, marcas de empresas e produtos, diversificação dos serviços prestados, registros de propriedade intelectual, direito autoral, as invenções e inovações, passaram a ocupar um novo lugar, antes inimaginável. Entretanto, isso não quer dizer que o bem material substitua completamente o bem imaterial, ou vice-versa. Ambos os bens ocupam lugares distintos na sociedade, que procura dar sustentação aos novos processos, mas sem deixar de lado outras possibilidades latentes. Uma dessas possibilidades é o desenvolvimento sustentável, que vem sendo gestado desde relativa longa data, a partir de uma perspectiva ecológica.

O conceito de ecodesenvolvimento<sup>7,8</sup>, disseminado por Sachs (1986), é apontado como um caminho intermediário entre “ecologismo absoluto” e “economicismo arrogante”, que, se utilizado, permitiria o desenvolvimento na perspectiva da justiça social e em harmonia com a natureza. Segundo o autor, o ecodesenvolvimento é um

[...] processo criativo de transformação do meio com a ajuda de técnicas ecologicamente prudentes, concebidas em função das potencialidades deste meio, impedindo o desperdício inconsiderado dos recursos, e cuidando para que estes sejam empregados na satisfação das necessidades de todos os membros da sociedade, dada a diversidade dos meios naturais e dos contextos culturais. As estratégias do ecodesenvolvimento serão múltiplas e só poderão ser concebidas a partir de um espaço endógeno das populações consideradas. Promover o ecodesenvolvimento é, no essencial, ajudar as populações envolvidas a se organizar, a se educar, para que elas repensem seus problemas, identifiquem as suas necessidades e os recursos potenciais para conceber e realizar um futuro digno de ser vivido, conforme os postulados de justiça social e prudência ecológica (SACHS, 1986, p. 17).

---

<sup>7</sup> A autoria do termo não é bem estabelecida, mas existe concordância “em atribuir a Ignacy Sachs, da Escola de Altos Estudos em Ciências Sociais de Paris, uma preeminência nas suas qualificações conceituais” (MAY, 2010a, p. 8).

<sup>8</sup> São muitas as variedades das definições do termo desenvolvimento sustentável. Entretanto, numa “nota final”, Sachs (1986, p. 177, nota 8) reconhece que a ideia de ecodesenvolvimento foi lançada por Maurice F. Strong, Diretor Executivo do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente, no decorrer da 1ª Reunião do Conselho Administrativo desse Programa, realizado em Genebra, em 1973. Para Sachs, “o conceito de ecodesenvolvimento teve como inspiração inicial a definição de um novo estilo de desenvolvimento, particularmente voltado para o meio rural do Terceiro Mundo, embora reconhecesse que ele pudesse ser estendido para o meio urbano” (CARVALHO, 2006, p. 195-196).

O termo “Desenvolvimento Sustentável” passou a ser divulgado e ganhou força a partir do ano de 1992, quando foram realizados, simultaneamente, dois eventos: a Cúpula da Terra e a Conferência Rio 92. Esse momento marcou os esforços de organizações internacionais para institucionalizar o desenvolvimento sustentável como uma nova estratégia de conduzir os interesses de diferentes nações (VEIGA, 2010).

Para o Brasil, a repercussão foi muito positiva, tanto em aspectos de estimular o debate para as questões sociais e ambientais quanto na criação de uma rede de articulação, que envolveu a participação de movimentos sociais, Organizações não Governamentais (ONGs), movimentos ambientalistas, universidades, igreja católica, entidades de defesa de direitos humanos e civis, setores empresariais, entre outros. Esses encontros resultaram em um “Fórum das ONGs”, em que, ao longo dos encontros, foi possível a sensibilização dos agentes participantes para a interligação das questões sociais e ambientais. O resultado final foi a aprovação de documentos e relatórios utilizados como subsídios da Conferência Rio 92 (SCOTTO *et al.*, 2008, p. 37-42).

## 2.2 ECOSSOCIOECONOMIA E PERSPECTIVAS PARA O DESENVOLVIMENTO

Antes de avançar para tentativas de utilização prática para encetar práticas em diferentes sociedades, as discussões sobre sustentabilidade tiveram início muito antes, quando, por exemplo, entre 1880 e 1883, Sergei Podolinsky discutia os princípios da termodinâmica e suas implicações biológicas e econômicas. Mahatma Gandhi fez considerações na década de 1920 sobre as dificuldades de implantar processos de desenvolvimento econômico na Índia, similares aos da Inglaterra, pois eram realidades distintas. Arthur Pigou defendia, nessa mesma época, a necessidade de o sistema produtivo incorporar cálculos das externalidades ambientais. Entre 1924 e 1926, Vladimir Vernadsky se preocupava com os limites do uso econômico dos recursos naturais. Alfred Lotka, em 1945, analisava o fluxo de energia nos seres vivos e a capacidade de consumo de energia dos seres humanos e suas consequências econômico-ecológicas. E em 1946, John Hicks lançou o conceito sustentável de renda em seu livro "*Value and Capital*" (MERICCO, 1996).

Mais recentemente, o termo ecossocioeconomia passou a ser difundido por Ignacy Sachs (2007), principalmente pelas possibilidades inovadoras de ação e para abrir caminhos

para um desenvolvimento mais justo e sustentável. Essa abordagem se apresenta como um dos resultados de discussões sobre desenvolvimento, que já vinham acontecendo desde a década de 1970. Eram tentativas seminais de compreender os efeitos do sistema econômico sobre o meio ambiente e a sociedade, como apontam May (1995) e Merico (1996).

No campo econômico, foram iniciados estudos em meados da década de 1950 para re-visitare os conceitos e as bases do próprio sistema econômico. Ciriacy-Wantrup, em 1953, propôs “Padrões Mínimos de Segurança” para preservar recursos naturais. Em 1968, Kenneth Bouding concebeu uma economia adaptada às limitações do “Navio Espacial Terra”. Em 1971, Nicholas Georgescu-Roegen, com base na aplicação de princípios da “Lei da Termodinâmica”, sugeriu que a entropia iria impor limites ao crescimento. Herman Daly propôs o desenvolvimento da “Economia do Estado Estável”<sup>9</sup>, fundamentando-se nos princípios da “Termodinâmica” de Georgescu-Roegen (MAY, 1995, p. 6-7).

Na década de 1970 surgem alternativas como as pautadas na “Bioeconomia”, estabelecida por Nicholas Georgescu-Roegen, como reação aos indícios de esgotamento de parte do pensamento clássico sobre as perspectivas de desenvolvimento (CARPINTERO, 2005, p. 57) e a concepção de “Desenvolvimento Ecocompatível”, de Karl William Kapp (LUZZATI, 2005, p. 65). Esses dois autores são reconhecidos como os precursores da “Economia Ecológica”. Mais tarde, embora associassem a utilização do termo ecossocioeconomia a Karl William Kapp, economistas, como Ignacy Sachs, procuram avançar em alternativas de desenvolvimento pautado no ecodesenvolvimento, um dos pressupostos da ecossocioeconomia.

Como tentativa de alinhamento com essas discussões em busca de equilíbrio entre as dimensões econômica, social e ambiental, a comunidade internacional, por meio de agências de cooperação, deu início, em 1970, à estruturação de um sistema de governança global para dar sustentação a políticas ambientais. Esse movimento teve início com os preparativos para a Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente Humano e, em 1971, para o Seminário Internacional da ONU, na Suíça (VIEIRA, 2007). Em seguida, em 1972, aconteceu a Conferência das Nações Unidas sobre o Ambiente Humano, em Estocolmo; nesse encontro ocorreu a publicação do relatório “Os Limites do Crescimento”, de Dennis e Donella Meadows. A declaração final se deu por meio de um Manifesto Ambiental, que contém 19 princípios apontando para a necessidade de “inspirar e guiar os povos do mundo para a preservação e a melhoria do ambiente humano”. A partir dessa conferência foram estabelecidas “as bases para a

---

<sup>9</sup> Declaração de Herman Daly: “a economia estacionária é, por essa razão, uma necessidade” (GEORGESCU-ROEGEN, 2012, p. 111).

nova agenda ambiental do Sistema das Nações Unidas”, o que originou o Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA), que, desde então, coordena os trabalhos relacionados ao meio ambiente global (ONU, 2016).

Os estudos, que surgiram depois da publicação do relatório de Meadows, suscitaram discussões, como as de Dupuy, que denominou esse processo de “capitalismo ecológico”, visto que tentava inserir os problemas ambientais na lógica capitalista:

A ecologia do capitalismo é a integração dos constrangimentos ecológicos na lógica capitalista. Essa integração é possível e está em via de conceptualização, programação e implantação. Em resultado, o capitalismo será sem dúvida fortemente transformado, mesmo se, a um nível suficientemente profundo, houver sempre a possibilidade de detectar sua lógica destrutiva. [...] O capitalismo deve portanto integrar esses novos constrangimentos e proceder a uma mutação, ou então perecer. Apostemos que ele saberá adaptar-se, como sempre soube fazê-lo em circunstâncias inesperadas que não foram previstas nem por seus turiferários nem por seus desprezadores (DUPUY, 1980, p. 16; 19).

Um dos primeiros resultados do PNUMA foi a Declaração de Cocoyoc, publicada em 1974. Nessa declaração se iniciaram as discussões em torno da degradação ambiental causada pela pobreza, tendo em vista a explosão demográfica. No âmbito acadêmico, entre 1970 e 1980, ocorreram os principais avanços em inserir o tema do vínculo da pobreza com a degradação ambiental, por iniciativa de pesquisadores vinculados a institutos e centros de pesquisa, tais como: o Centro Internacional de Pesquisa sobre Meio Ambiente e o Desenvolvimento (CIRED), a Fundação Internacional para um Outro Desenvolvimento (FIDAP) e a Fundação Dag Hammarskjöld (VIEIRA, 2007, p. 11).

Como mais um momento importante nesse encadeamento de ações para redirecionar as perspectivas de desenvolvimento, em 1979 teve início a utilização do adjetivo “sustentável” para qualificar o que seria desenvolvimento (VEIGA, 2010). Entre os anos de 1983 e 1987 ocorreu um esforço conjunto de pesquisadores e instituições de desenvolvimento para a elaboração do Relatório “Nosso Futuro Comum”, pela Comissão Brundtland (VIEIRA, 2007).

Sachs (VEIGA, 2010) aponta para a necessidade de compreender a diferença conceitual entre crescimento e desenvolvimento, pois, mesmo que ambos estejam atrelados à economia, conflitam conceitualmente. O crescimento econômico, embora seja uma condição necessária para a economia, não é suficiente. O desenvolvimento – numa perspectiva ampliada e também levando em consideração os aspectos da sustentabilidade – é aquele socialmente incluyente, ambientalmente sustentável e economicamente sustentado ao longo do tempo.

No Brasil, começaram a serem adotadas novas regulamentações na área ambiental, logo após a Rio 92. Entre tais regulamentos está a norma ISO 14000, que regula os padrões da produção com respeito ao meio ambiente e o acordo denominado “Protocolo Verde”, que condiciona a concessão de empréstimos bancários somente para projetos que levem em consideração a proteção ambiental (LISBOA, 1996, p. 9).

Num contraponto das discussões apresentadas até aqui, apesar de tentativas de operacionalização prática para pautar ações individuais e coletivas de agentes públicos e privados, uma provocação é colocada por Carvalho (2006), quando afirma que o termo desenvolvimento sustentável seria ainda um conceito sem teoria e sem método. Sem teoria, já que entre tantos fatores “carece de uma base teórica e de medição de desempenho para instrumentalizar decisões de políticas econômicas concernentes ao desenvolvimento sustentável” (p. 212). Um dos motivos poderia ser o de que “o conceito de desenvolvimento sustentável sinaliza uma alternativa às teorias e aos modelos tradicionais de desenvolvimento desgastados numa série infinita de frustrações” (p. 213). Por ter nascido da Comissão de Brundtland, “sem método científico convincente e não congregou suficientemente a comunidade científica capaz de orientar a construção teórica de um novo paradigma científico, no sentido amplo de Kuhn” (p. 213). Haveria, portanto, a necessidade de convergir para estudos inter e multidisciplinares, de forma a permitir o estabelecimento de diálogos e limites conceituais, sem reduzir a importância e complexidade de cada área (CARVALHO, 2006, p. 219).

Existem, entretanto, argumentos que justificam uma revisão nos padrões ditados pelo sistema econômico, que vão desde uma redefinição para as políticas macroeconômicas até uma revisão nas práticas cotidianas dos cidadãos, como, por exemplo, os padrões de consumo. Nesse sentido, as discussões trazidas pela ecossocioeconomia convergem para os níveis da microeconomia, em que o mundo da vida acontece no dia a dia. Sendo assim, o cidadão pode ter incluído hábitos de fazer compras locais, incentivando o comércio e a produção local, como, por exemplo, adquirir frutas e verduras nos pequenos comércios de bairro, frequentar a feira semanal em seu bairro, decidindo ou não sobre os mais variados assuntos. Desse modo, há uma tendência para que a análise em escala microeconômica ganhe importância nos espaços urbanos, principalmente pelas condições que apresenta, para estimular ações equilibradas de desenvolvimento local e com fluxos socioeconômicos mais equilibrados do ponto de vista social, ambiental e econômico.

Lisboa (1996) aponta a necessidade de estabelecer instrumentos mais eficazes para compreender as raízes que alienaram a sociedade acerca de um possível equilíbrio nas áreas

ambiental e econômica. O autor reforça que “as exigências da práxis (a natureza multidisciplinar do problema ambiental) ultrapassam o âmbito da teoria econômica contemporânea” e, desse modo, para que a economia possa ser reinserida de fato no ecossistema, “faz-se necessário uma compreensão profunda da vida” (LISBOA, 1996, p. 11). A proximidade com o cotidiano ocorre porque as necessidades são abastecidas no âmbito local e há um grande número de micro-organizações que operam nos territórios. Essas organizações tendem a ocupar espaços deixados pelo mercado capitalista, bem como a funcionar com regras próprias e de organização (MAX-NEEF *et al.*, 2012, p. 71-75).

Nessa perspectiva, é possível encadear as ideias do desenvolvimento à escala humana, que aponta para a necessidade de atender às necessidades humanas, ativando um motor do processo de desenvolvimento, para que não seja meramente a finalidade, pois, “o desenvolvimento se refere a pessoas e não a objetos”. Nessa teoria, os objetivos convencionais, como o crescimento econômico, também são considerados, visto que se reconhece a oportunização do acesso a bens e serviços necessários para a vida cotidiana das pessoas (MAX-NEEF *et al.*, 2012, p. 28;57).

O desenvolvimento ganha, portanto, espaço e força a partir do planejamento participativo em que novos postulados éticos passam a ocupar um espaço de destaque, fortalecendo dois vieses: o de atender às necessidades humanas fundamentais e a promoção da autoconfiança (*self-reliance*) das populações envolvidas nas ações comunitárias (VEIGA, 2010).

### **2.2.1 Tentativas de avançar na ecossocioeconomia em bases multidimensionais**

Diferentes campos de pesquisa têm se envolvido em estudos inter e multidisciplinares no campo da sustentabilidade. Na área de Design, por exemplo, pesquisas têm sido aplicadas com o objetivo de buscar respostas às questões ambientais em seus projetos, como foi o ponto inicial que motivou o artigo de Kusumarinim *et al.* (2011). Os autores procuram o alinhamento conceitual entre os *designers* a partir da aplicação do tripé da sustentabilidade<sup>10</sup>, na análise do que seria um projeto de interiores sustentável. Esse tripé é uma base importante para iniciar a

---

<sup>10</sup> O criador do termo “*Triple Bottom Line*” foi John Elkington. A expressão significa que a sustentabilidade é o equilíbrio entre os três pilares: ambiental, econômico e social. (ELKINGTON, J. Towards the sustainable corporation: Win-win-win business strategies for sustainable development. **California Management Review**, v. 36, n. 2, p. 90-100, 1994).



compreensão de ecossocioeconomia, ou seja, como considerar conjuntamente as dimensões social, econômica e ambiental, para criação de práticas e técnicas para transformar diferentes realidades.

Esse estudo foi desenvolvido desde a proposição de que todas as etapas de um projeto pudessem ser sustentáveis. Quando se discute o ambiente construído, é fundamental a combinação e agregação de valor para atender, da melhor forma, às necessidades humanas. Há, portanto, a ampliação da atenção de um projeto sustentável para além da dimensão ambiental. A proposta defende a ampliação da discussão para inter-relacionar as três dimensões do tripé do desenvolvimento sustentável: econômica, social e ambiental.

O desafio está entre a descrição formal do conceito de desenvolvimento sustentável, que consta na teoria, e sua operacionalização com o que ocorre na prática, propondo um modelo que considere a mudança necessária para o equilíbrio das três dimensões (KUSUMARINIM *et al.*, 2011). Essa proposta do modelo pode ser vista na Figura 1, a seguir:

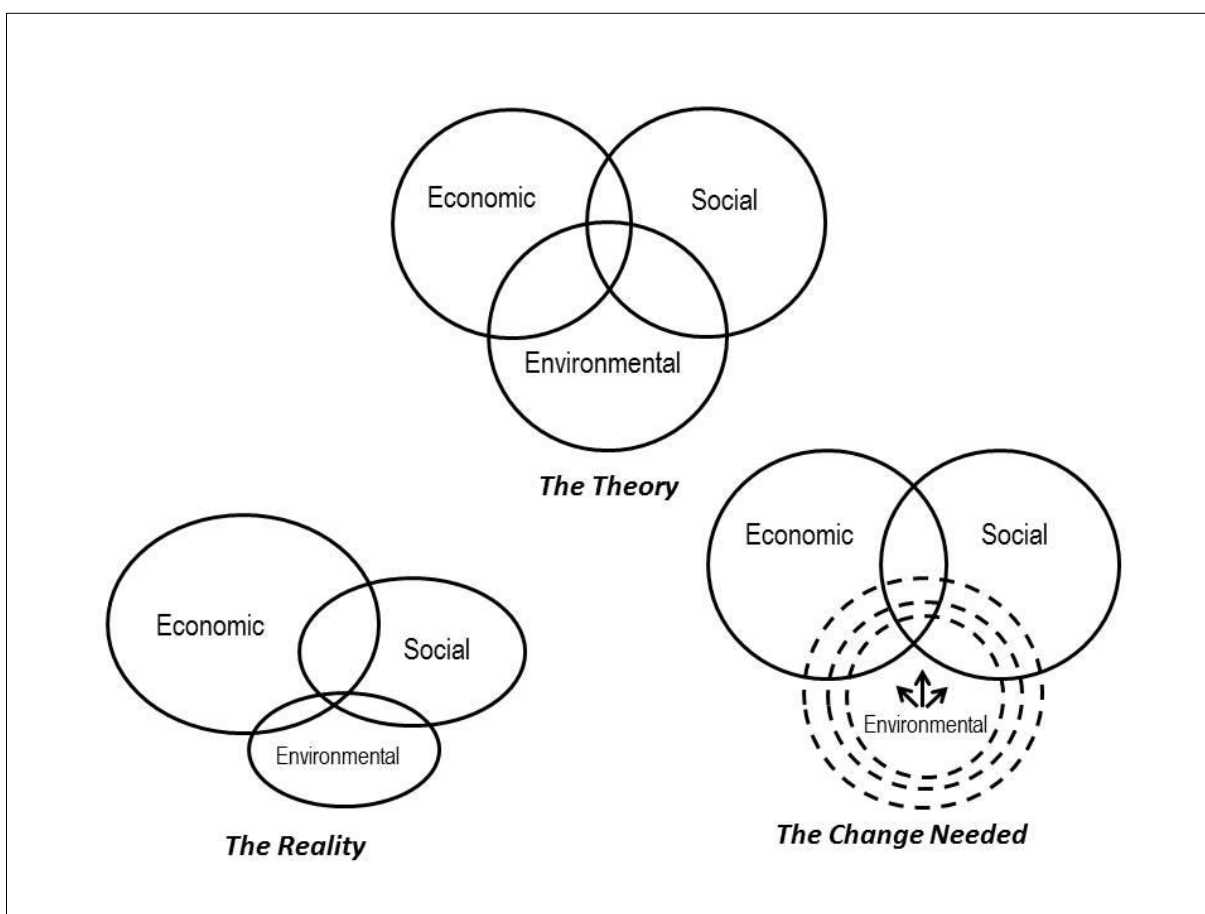


Figura 1 – Os três pilares do desenvolvimento sustentável.

Fonte: Kusumarinim *et al.* (2011, p. 2.178).

Como uma tentativa de cotejamento entre a modelagem e a base conceitual, é apresentado, no Quadro 2, de um lado, as dimensões apresentadas por Sachs (2002) e, de outro, as três dimensões propostas por Kusumarinim *et al.* (2011).

Em todas as dimensões, as propostas diferem entre si, especialmente pela abrangência de cada uma dessas análises. A proposta de Ignacy Sachs propõe uma visão multidisciplinar, fazendo com que os diferentes campos de estudo e prática possam adotar as prerrogativas dessa proposta. As propostas no campo do Design, do estudo em questão, se confinam nas limitações da própria área, logo, não permitem aproximações multidisciplinares. Por exemplo, se quisermos comparar com a área do comércio ou a área hospitalar, sendo que a proposta de Ignacy Sachs permite essa aplicação.

<b>Dimensão</b>	<b>Propostas de Ignacy Sachs</b>	<b>Propostas para Design</b>
Dimensão social	Propõe homogeneidade social, distribuição de renda justa, qualidade de vida e igualdade social.	Considera aspectos vinculados à identidade cultural, design universal e inclusivo, voltado para o comportamento humano.
Dimensão ecológica	Propõe a preservação do capital natural e a limitação no uso desses recursos; a área ambiental engloba o respeito aos ecossistemas naturais.	Considera aspectos vinculados a organização do espaço, seleção de materiais, sistema de iluminação, sistema de ventilação, saneamento do ar, poluição interna, emissão eletromagnética e gestão de resíduos.
Dimensão econômica	Aborda o equilíbrio econômico entre setores, a segurança alimentar, a modernização dos meios produtivos, a realização de pesquisas científicas e tecnológicas e a inserção na economia internacional.	Considera aspectos vinculados à eficiência, capacitação e crescimento, potencial e equidade.

Quadro 2 – Comparação das propostas de Sachs com as de Design.  
Fonte: Adaptado de Kusumarinim *et al.* (2011).

O Quadro 2 exemplifica algumas dificuldades para a aplicação operacional de conceitos complexos, a partir de abordagens disciplinares, como o de desenvolvimento sustentável pautado no tripé econômico, social e ambiental. Em processo de aproximação sucessiva de realidades mais complexas, nas subseções que seguem, são apresentadas inter-relações entre as dimensões do tripé da sustentabilidade que, de algum modo, também são premissas da ecossocioeconomia.

### 2.2.2 Perspectiva ecológica na dimensão socioeconômica

As discussões que permeiam o campo ecológico, quando confrontadas com as dimensões social e econômica, demonstram o domínio exacerbado da área econômica, que se sobrepõe sobre as demais. Mesmo assim, existem esforços de correntes teóricas para enfatizar a importância do campo ecológico e, assim, levar à virada de opinião, desencadeada desde as discussões da finitude dos recursos naturais.

Outra questão recorrentemente discutida é a necessidade de multidisciplinariedade, tanto no campo teórico quanto nas práticas que envolvem toda a sociedade (governos, empresas, atores da sociedade civil, consultores). Uma das discussões, por exemplo, perpassa os processos formativos de economistas e cientistas ambientais. Não seria possível, pois, aceitar que economistas não compreendam a complexidade das relações que existem entre o ambiente e a sociedade moderna. Do mesmo modo, não é aceitável, para um cientista ambiental, negar a existência dos vínculos entre os processos econômicos e o meio ambiente natural. Corre-se o risco, portanto, de não se construírem avanços nessas questões e, desse modo, não acontecer o tratamento adequado para as questões ambientais na sociedade moderna (MAY, 2010b, p. 5).

O sistema econômico tem como base uma visão mecânica e quantitativa que é medida pelo Produto Interno Bruto (PIB) e demais taxas de crescimento dos países. Isso tem contribuído para que os economistas não entendam o “mundo real” (MAX-NEEF, 2011a). Por isso, os fundamentos dessa economia convencional e dominante contêm três perigos que geram efeitos negativos, mas, quando combinados, podem trazer efeitos devastadores para a natureza e para a sociedade:

Primero, la obsesión del crecimiento con incrementos exponenciales del consumismo. Segundo, el supuesto de las externalidades, que desplaza de la responsabilidad de los procesos económicos, todos los efectos negativos. Tercero, la aberración macroeconómica de contabilizar la pérdida de patrimonio como incremento del ingreso (MAX-NEEF, 2011a, p. 6).

Observam-se, deste momento em diante, várias tentativas de aproximação dos campos de estudos com tentativas de diálogo, em que ambas as áreas possam ceder, num movimento onde seja possível manter índices de crescimento econômico sem agredir, de modo irreversível, o meio natural. Uma das tentativas é relatada por Romeiro (2010, p. 11), quando descreve

um processo de cobrança de valores pela degradação ambiental, a partir de um determinado nível. Nesse cálculo, conforme demonstrado na Figura 2, o objetivo principal é o ponto de equilíbrio chamado de “poluição ótima”. Dessa forma, o agente econômico busca um equilíbrio entre seus custos de controle de poluição e seus custos com pagamentos de taxas – o chamado “custo de degradação” (ROMEIRO, 2010, p. 11). Trata-se, então, de uma tentativa de aproximar dois campos tão diferentes; no entanto, essa metodologia não é suficiente para garantir a proteção do ambiente natural.

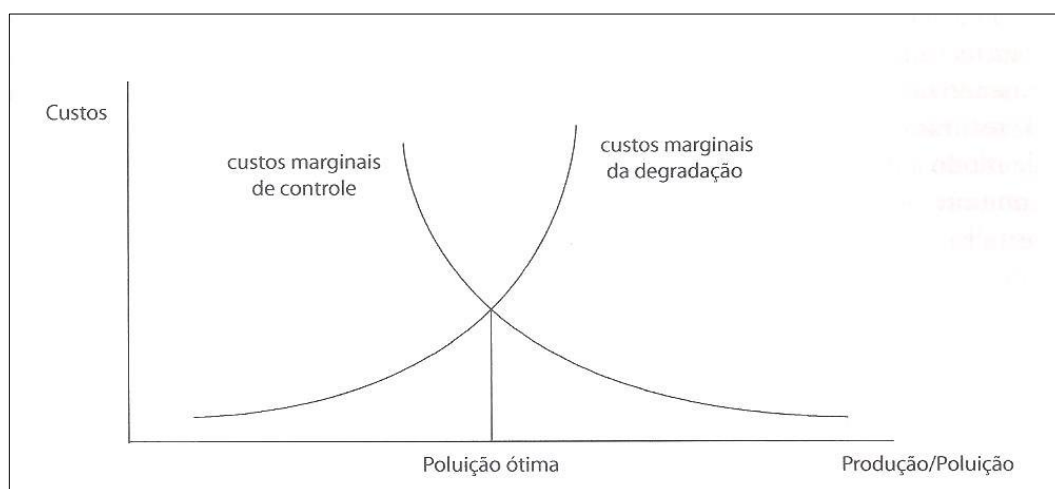


Figura 2 – O equilíbrio da poluição ótima.

Fonte: Romeiro (2010, p. 11).

Como contraponto, voltando-se agora para a preservação e conservação ambiental, Romeiro (2010, p. 18-19) indica uma forma interessante para se pensar sob outro viés, conforme demonstrado na Figura 3. Seria uma aposta em pequenas atitudes individuais, por meio da vivência de crenças e valores intergeracionais, em que pais, filhos e netos teriam condições de transmitir padrões de vida favoráveis à preservação ambiental, quase como se paralisassem o processo de degradação provocado pelos antepassados (ROMEIRO, 2010, p. 18-19).

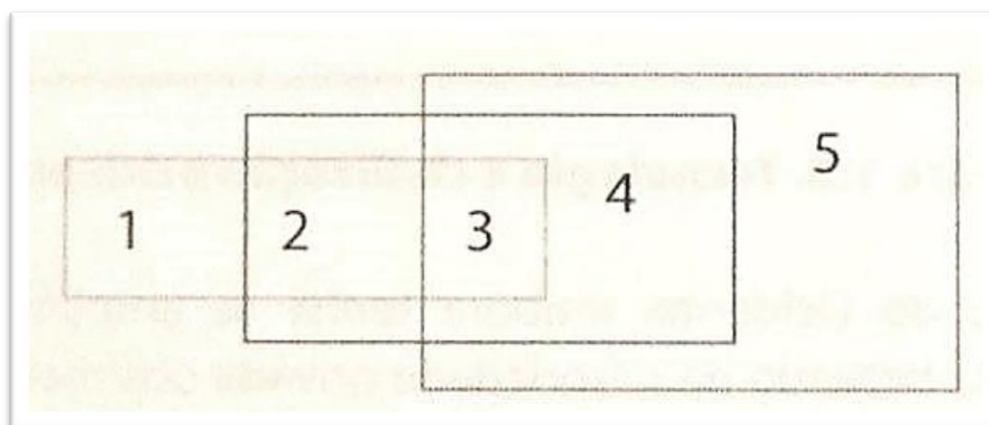


Figura 3 – Modelo de gerações entrelaçadas.  
Fonte: Romeiro (2010, p. 19).

Embora essa forma de transmissão de valores seja funcional nas comunidades, pode ocorrer um processo contrário à preservação e conservação, já que uma geração influencia a outra. Assim, essa transmissão pode ser positiva e/ou negativa quando se trata das questões ambientais.

### 2.2.3 Perspectiva social nas dimensões econômica e ambiental

Ao tratar da perspectiva social, nas dimensões econômica e ambiental, pode-se constatar, na literatura, que a dimensão social vem ganhando importância nas últimas décadas, tanto quanto a dimensão ambiental. Este fato vem ocorrendo especialmente após a qualificação dos países desenvolvidos, subdesenvolvidos e em desenvolvimento, quando foram criados parâmetros para medir os índices IDH<sup>11</sup>, Gini<sup>12</sup>, etc. A partir disso, discussões e pesquisas vêm sendo desenvolvidas no sentido de propor soluções, tanto para a área socioambiental quanto

<sup>11</sup> O Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) é uma medida resumida do progresso a longo prazo, em três dimensões básicas do desenvolvimento humano: renda, educação e saúde. O objetivo da criação do IDH foi de oferecer um contraponto a outro indicador muito utilizado, o Produto Interno Bruto (PIB) per capita, que considera apenas a dimensão econômica do desenvolvimento. Criado por Mahbub ul Haq, com a colaboração do economista indiano Amartya Sen, ganhador do Prêmio Nobel de Economia de 1998, o IDH pretende ser uma medida geral e sintética que, apesar de ampliar a perspectiva sobre o desenvolvimento humano, não abrange, nem esgota, todos os aspectos de desenvolvimento (PNUD, 2017).

<sup>12</sup> O Índice de Gini, criado pelo matemático italiano Conrado Gini, é um instrumento para medir o grau de concentração de renda em determinado grupo. Ele aponta a diferença entre os rendimentos dos mais pobres e dos mais ricos. Numericamente, varia de zero a um (alguns apresentam de zero a cem). O valor zero representa a situação de igualdade, ou seja, todos têm a mesma renda. O valor um (ou cem) está no extremo oposto, isto é, uma só pessoa detém toda a riqueza. Na prática, o Índice de Gini costuma comparar os 20% mais pobres com os 20% mais ricos (IPEA, 2004).

para a economia, mas garantindo que haja melhoria da qualidade de vida (renda, moradia, alimentação, etc.) da população menos favorecida.

Para tanto, parece fazer sentido, e também reforça a não adesão dos países à proposta da Conferência de Estocolmo, de 1972, garantir acesso igualitário aos recursos naturais. Naquela ocasião, todas as discussões reforçavam a importância da prudência ecológica, buscando a equidade para que todos os habitantes (atuais e futuros) da “nave espacial Terra” pudessem usufruir dos recursos naturais (SACHS, 2007, p. 208-209). Nos anos 1980, o relatório da Comissão de Brundtland demonstrou o agravamento dos índices de pobreza ligados ao baixo desenvolvimento de países periféricos e, ambas as questões — sociais e econômicas —, estavam vinculadas à problemática ambiental (CARVALHO, 2006, p. 201-202).

Com isso, a questão ambiental é colocada nas discussões centrais que envolveram os aspectos sociais, fazendo com que fosse reconhecido que o aumento da pobreza e da desigualdade social entre os países eram de fato ameaças ao desenvolvimento socioambiental equilibrado e, por sua vez, este necessário aos países (SCOTTO *et al.*, 2008, p. 29). Outro ponto que reforça essa inclusão da área social nas discussões do tema refere-se à junção da sociedade e natureza, fazendo parte de um todo; se houverem lacunas, estas são no âmbito social e necessitam ser solucionadas, já que são problemas no ambiente. Partindo desse olhar, relegando questões políticas e militares a serem resolvidas, as dimensões social, ambiental e econômica passam a ocupar a pauta das discussões internacionais, pois a fragilidade em qualquer uma dessas áreas trará prejuízos mundiais, de ordem financeira, falências de empresas, demissões em massa, acidentes industriais, alterações no ambiente, qualidade e até falta de alimentos, entre outros (PIRES, 2014, p. 106-107).

As discussões passaram a envolver os ambientalistas, mais conservadores, e os defensores dos direitos humanos. A partir da metade dos anos de 1990, essa vinculação perdeu força nos argumentos e o debate se ampliou e levou a questão social para outros campos, como, por exemplo, a da responsabilidade do governo pela insuficiência de investimentos (MENDES, 2009, p. 54). Nessa nova perspectiva, um mundo justo seria obtido quando os seres humanos puderem viver dignamente, com equidade, sem medos e em condições que satisfaçam as suas necessidades universais. O ponto de partida dessa ideia é a constatação de que, mesmo que nunca tenha existido uma sociedade justa, é possível encontrar sociedades que não são inteiramente injustas. Portanto, no núcleo das sociedades há uma relação entre sua estrutura e seu nível de justiça. A constatação desse nível de justiça ocorre pela medida da distribuição do poder econômico entre os membros dessa sociedade. Sendo assim, quando há

concentração de poder econômico, menos justa é essa sociedade, mas “não seria possível uma alternativa mais humanizada?” (MAX-NEEF, 2011b, p. 9).

O atual modelo de mercado, denominado como desregulado ou livre, favorece uma divisão injusta do poder, justamente porque transfere mais poder e riqueza aos que já os detêm e exclui os que não têm possibilidades de se defender da exploração pela qual são vitimados. Desse modo, o sistema econômico reforça as injustiças sociais e também ameaça todas as formas de vida e também a própria vida (MAX-NEEF, 2011b, p. 10-11).

Buscar novas possibilidades de desenvolvimento passaria pelo que Max-Neef (2012) conceitua como “desenvolvimento à escala humana”. Essa perspectiva tem a centralidade no ser humano e, por isso, é conhecida como “Desenvolvimento Eco-humanista”. O centro de atenção do desenvolvimento eco-humanista está na realização das necessidades humanas, desde que sejam assegurados os recursos naturais, tanto para geração atual quanto para as gerações futuras, advogando também, portanto, a sinergia do homem com a natureza (MAX-NEEF *et al.*, 2012, p. 61). Assim, torna-se imprescindível debruçar-se, da mesma forma, sobre essa perspectiva social, destacando sua importância perante as áreas ambiental e econômica. Esse esforço representará uma importante contribuição para o desenvolvimento conceitual da ecossocioeconomia.

#### **2.2.4 Perspectiva econômica na dimensão socioambiental**

Durante grande parte do processo histórico de desenvolvimento econômico da humanidade, os recursos naturais sequer foram considerados, conforme é possível verificar na Figura 4 (a). Nessa representação, eram considerados apenas o capital e o trabalho nos cálculos de produção, logo, a economia existia sem os recursos naturais. Como os recursos naturais não eram percebidos, é natural que não entrassem qualquer cálculo do processo produtivo e das relações econômicas (ROMEIRO, 2010, p. 8).

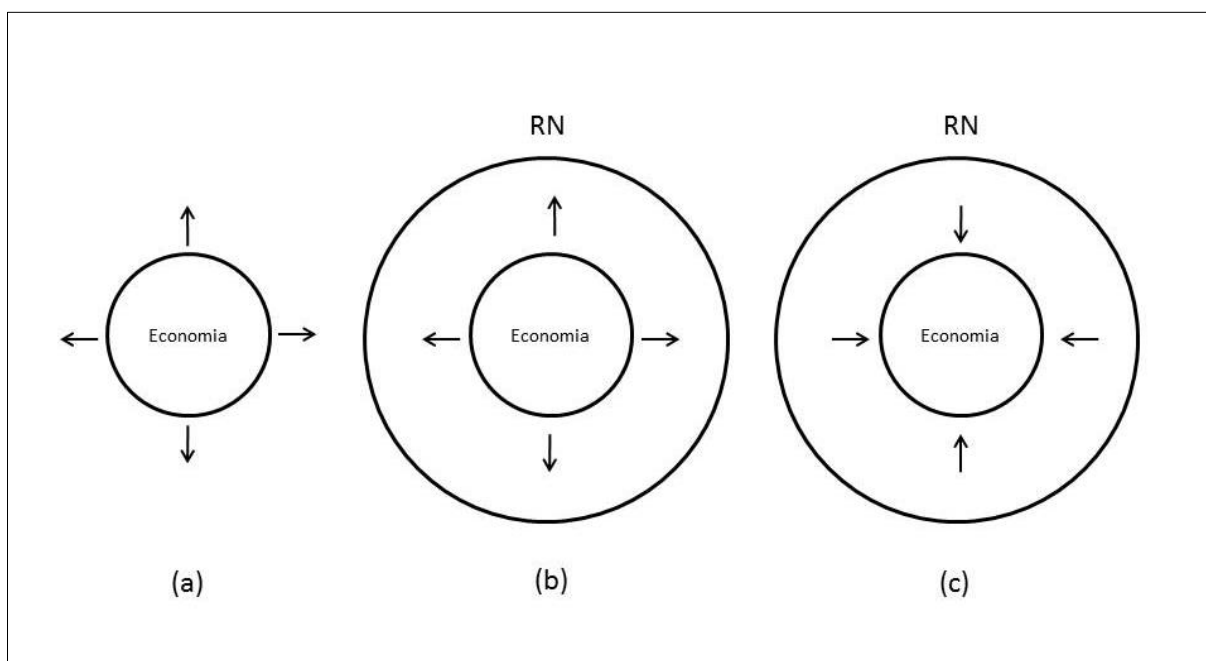


Figura 4 – Evolução das relações econômicas com os recursos naturais (RN).  
 Fonte: Adaptado de Romeiro (2010, p. 8).

Com o tempo, os recursos naturais passam a ter uma função dentro do processo produtivo, mas ainda de uma maneira “multiplicativa” e, onde poderiam ser substituídos pelo “progresso técnico”, na eventualidade da ausência de tais recursos, poderiam ser sobrepostos por capital ou trabalho. O sistema econômico seria, conforme a Figura 4 (b), “suficientemente grande para que a indisponibilidade de recursos naturais (RN) se tornasse uma restrição à sua expansão, mas uma restrição apenas relativa, superável indefinidamente pelo progresso científico e tecnológico” (ROMEIRO, 2010, p. 9).

O sistema econômico poderia, assim, se deslocar livremente, de uma base de recursos para outra, explorando cada uma delas até seu esgotamento. Nesse caso, a ciência e a tecnologia exerceriam papel-chave para garantir que a economia mantivesse e/ou aumentasse seus níveis de expansão a longo prazo. Esse processo ficou conhecido na literatura como “sustentabilidade fraca”, que ocorre quando os investimentos compensam as futuras gerações pelos danos causados nos processos econômicos de produção e consumo. Por fim, na Figura 4 (c), está demonstrada uma nova visão, quando se constata que os recursos naturais imporiam uma barreira ao crescimento desenfreado e sem limites, pois os recursos naturais eram finitos (ROMEIRO, 2010, p. 9).

Verifica-se então que, no processo de formação das sociedades, a consolidação do sistema econômico tendeu a ser voltada para um processo em que a geração de valor levou à degradação do mundo físico. Desde há muito, fazia-se claro, portanto, que tal consequência



difícilmente seria solucionada com a revolução tecnológica, justamente por se tratar de uma questão ampla, na qual são exigidas resoluções sobre algo que foi decidido no passado. Neste contexto, quanto maior a acumulação de capital, maior tende a ser a interdependência do futuro com o passado (FURTADO, 1996, p. 12-13). De todo modo, os países avançam, consolidando seus sistemas econômicos locais, articulando alianças e parcerias estratégicas regionais e internacionais, voltadas para a concepção e sustentação de novos modelos de crescimento.

Por isso, as grandes discussões que permeiam o campo da economia, quando trazidas para o campo socioambiental, dizem respeito ao uso irrestrito dos recursos naturais para o processo produtivo, ao longo da história, e também a fragilidade do argumento de que esses recursos são infinitos. Porém, esse argumento vem sendo desconstruído nos últimos cinquenta anos, a partir das inúmeras construções teóricas, na medida em que se consegue comprovar a finitude dos recursos naturais. Um dos pontos de convencimento está na necessidade de incluir o sistema econômico dentro da biosfera, como um elemento complementar e não dominante, como ocorreu até a atualidade.

De uma maneira geral, a economia, como ciência, não tem conseguido encontrar equilíbrio para as questões que envolvem as relações socioeconômicas e socioambientais. Muito embora seja possível identificar tentativas de desenvolvimento de correntes teóricas que possam aproximar a economia do meio ambiente, como, por exemplo, a Economia de Recursos Naturais difundida nas décadas de 60 e 70, essa perspectiva tinha foco na forma de utilização dos recursos naturais, com o objetivo de utilizar o “ótimo” de recursos renováveis e não renováveis, trazendo, em geral, maior retorno financeiro com menor custo. Porém, isso não evitou a degradação ambiental, levando, desse modo, os recursos naturais à exaustão ou extinção. Outra tentativa foi o desenvolvimento de estudos na perspectiva da Economia Ambiental, na década de 80, que enfatizava a questão da poluição percebida como uma externalidade no processo de produção e consumo. Seria possível, portanto, internalizar os custos ambientais nos preços dos produtos. No entanto, essas duas tentativas se mostraram insuficientes para inserir a temática do ambiente natural na análise econômica, visto que não consideravam uma escala adequada das atividades econômicas em relação aos ecossistemas e à biosfera (MÉRICO, 1996, p. 15-16).

Surge, então, uma nova abordagem, a Economia Ecológica, que insere o uso dos recursos naturais, identificando as externalidades do processo produtivo para enfatizar a utilização dos ecossistemas, levando em consideração a capacidade de suportar essas demandas trazidas pela economia. Nessa nova abordagem, um dos principais pontos debatidos diz respeito

às prospecções econômicas, que têm como base uma escala quase infinita de crescimento e que — quando levadas e escalonadas ao ambiente natural em que estão as principais reservas de matéria-prima — em nada conseguem conciliar seus cálculos e projeções, pois esses recursos são finitos (MERICCO, 1996, p. 13).

A relação entre a entropia<sup>13</sup> e a necessidade de equacionamento entre as relações econômicas e do ambiente natural foi discutida por Nicholas Georgescu-Roegen, um dos precursores da economia ecológica, em 1971, com base na aplicação de princípios da “Lei da Termodinâmica”<sup>14</sup>. Dessa forma, a entropia imporia limites ao crescimento. Herman Daly, ex-aluno e seguidor das ideias de Georgescu-Roegen, também cofundador da Sociedade Internacional da Economia Ecológica, em 1988 (GEORGESCU-ROEGEN, 2012, p. 200), propôs um outro termo, que seria o desenvolvimento da “Economia do Estado Estável”; para isso, levou em conta os princípios da termodinâmica de Georgescu-Roegen (MAY, 1995, p. 6-7).

Desse modo, é consolidado um novo campo para análise científica, conforme defendido por Merico (1996, p. 16), em que se constata a convergência das questões que vinham sendo abordadas em outras perspectivas no campo econômico, que parecem se consolidar nessa visão da Economia Ecológica.

A relação entre a escala da economia e a capacidade de suporte da biosfera, o problema do aumento entrópico gerado pelo processo econômico, a introdução do capital natural na análise econômica, a reestruturação dos macroindicadores com a introdução de contabilidade de recursos naturais, a valoração de elementos do meio ambiente e de funções ambientais, análise dos fluxos energéticos, entre outros, são temas a serem aprofundados e que constituem um campo de análise científica (MERICCO, 1996, p. 16).

O que se configura no campo econômico, portanto, são tentativas de aproximação entre as áreas social e ambiental, nas quais especialistas de cada área apontam para possíveis limites de crescimento ou desenvolvimento. Aparentemente, o grande desafio é manter o

---

<sup>13</sup> “Trata-se de um conceito tão complexo, que um especialista chegou a dizer que ele “não é facilmente compreendido nem mesmo pelos próprios físicos” (HAAR, 1959, p. 37 *apud* GEORGESCU-ROEGEN, 2012, p. 80). Entretanto, para o nosso propósito imediato, podemos satisfazer-nos com a simples definição da entropia como um índice da quantidade de energia não utilizável contida num dado sistema termodinâmico num determinado momento da sua evolução” (GEORGESCU-ROEGEN, 2012, p. 80-81).

<sup>14</sup> “A termodinâmica foi desenvolvida a partir de uma dissertação sobre o rendimento das máquinas térmicas, escrita por um engenheiro francês, Nicolas Sadi Carnot (1824). Primeiramente, ela trouxe a lume, entre outras coisas, o fato de que o homem só pode utilizar uma forma particular de energia. Então, a energia se divide em energia utilizável ou livre, que pode ser transformada em trabalho, e energia não utilizável ou ligada, que não pode ser transformada”. O autor ainda destaca que a “definição técnica da energia utilizável (ou não utilizável) não é exatamente idêntica à da energia livre (ou presa). Mas a diferença tem pouca importância nesta nossa discussão, e podemos ignorá-la sem problema” (GEORGESCU-ROEGEN, 2012, p. 80).

crescimento econômico, mas preservando os recursos naturais, conforme apontado por Sachs (2007, p. 80), quando diz que o economista que se preocupar com a ecologia deverá se dedicar a buscar caminhos que permeiam os processos de criação e de circulação de valores nos processos produtivos.

As mudanças de pensamento no campo econômico necessitariam de revisões profundas no corpo teórico-conceitual, especialmente se a economia passasse a considerar a entropia no raciocínio econômico, conforme apontado por Romeiro (2010, p. 9), a começar “pela representação básica do funcionamento da economia por meio do diagrama do fluxo circular entre firmas e unidades de consumo onde não há lugar para os recursos naturais como insumos e como rejeitos lançados ao meio ambiente”. Outra abordagem, apontada por Max-Neef e Smith (2011a, p. 5), é que a economia não é uma ciência e sim “és una disciplina cuya función es construir modelos matemáticos que pretenden interpretar y representar los procesos del mundo em que vivimos”. Se fosse, de fato, uma ciência,

los economistas actuarían como científicos. Vale decir que si se constata que una teoría o modelo no funcionan, de inmediato se los descarta para buscar otras alternativas. Pues eso es exactamente lo que el economista no hace. Y como resultado tenemos un mundo manejado por políticos, asesorados por economistas que no conocen ni entienden la realidad (MAX-NEEF, 2011a, p. 5).

Nesse esforço histórico e entre as diferentes tentativas disciplinares para compreender e dar diretrizes mais claras sobre o que seria sustentável, evidencia-se a complexidade das discussões que envolvem a aceitação do ambiente natural, pelos sistemas e políticas econômicas, ou vice-versa. Desse modo, mesmo compreendendo que se trata ainda de um tema emergente, a intenção de trazer essas abordagens para esse estudo foi para, de algum modo, tratar dessas divergências e/ou convergências dos estudos do campo econômico, para avaliar como poderiam ser enfrentados no campo da ecossocioeconomia.

### **2.2.5 A ecossocioeconomia e o desenvolvimento territorial a partir das microescalas**

A ecossocioeconomia aponta para possibilidades de desenvolvimento, partindo das relações que ocorrem em microescala e também da interação dinâmica entre crescimento econômico, aumento igualitário do bem-estar social e preservação ambiental. Nesse sentido, já

existem importantes questões levantadas pela comunidade científica e outros por agentes sociopolíticos, para compreender e tentar estabelecer novas abordagens que proporcionem mais possibilidades de equilíbrio das relações econômicas, sociais e ambientais. Os pontos de concordância sobre esses conceitos são a necessidade de equilíbrio das relações econômicas, sociais e ambientais diante da problemática de manter os níveis de crescimento econômico, diminuindo as desigualdades sociais frente ao esgotamento de recursos naturais. O fortalecimento do desenvolvimento local, a partir das atividades das micro-organizações, também se destaca quando se trata de cumprir esses objetivos. E, dentre os pontos de discordância estão os mais fortemente vinculados ao aparato das políticas econômicas, que desconsideram e diminuem a importância dos processos que acontecem no território, ou seja, na microescala, e consideram em suas projeções somente o que a indústria tradicional pode continuar produzindo em grande escala, a partir de matérias-primas dependentes dos recursos naturais, com base nos elementos tangíveis.

Na dimensão urbana, há um esforço para tentar trazer o conceito do desenvolvimento sustentável, especialmente quando se abordam aspectos do planejamento urbano, e também na área técnica ambiental, embora haja divergência na dimensão de análise. Isso ocorre, por um lado, porque os planejadores urbanos levam em conta a coletividade em uma escala ampliada, considerando os grandes centros e, por outro lado, porque na área técnica ambiental são analisados os grandes assentamentos, porém, considerando soluções sustentáveis em pequena escala (COSTA FILHO; SATTTLER, 1999, p. 4). Assim, quando se trata das questões de desenvolvimento urbano sustentável, a ecossocioeconomia tem sua importância justificada por contribuir para o desenvolvimento local, que ocorre na pequena escala, por meio dos arranjos socioprodutivos e organizacionais, que também são considerados, tanto em atividades de autogestão comunitária quanto naquelas que se vinculam à economia de mercado.

Dessa maneira, essa perspectiva de desenvolvimento urbano só será possível se houver o equilíbrio entre as atividades socioeconômicas, criando condições para que o meio ambiente consiga suportar as atividades da vida humana (COSTA FILHO; SATTTLER, 1999, p. 5). Uma das formas é a que se apresenta em pequena escala, nos territórios onde ocorrem as relações inter e extraorganizacionais.

A vinculação da dimensão urbana à sustentabilidade e suas derivações ocorreu a partir das discussões na Conferência Rio 92, onde o entendimento do conceito foi ampliado, passando a considerar novas áreas dentro dessa temática. Com a ampliação da visão e ganhando novas dimensões de análise, indo além da sustentabilidade no âmbito empresarial, inicia-se,

então, o processo de analisar a sustentabilidade no âmbito das cidades e do urbano. Com isso, as discussões começaram a ganhar um novo campo de interesse e de estudos:

[...] a Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento (Rio-92) ampliou este conceito, incluindo a sustentabilidade social, econômica, financeira e institucional, dentre outros aspectos, o que suscitou considerações a respeito de sua aplicação no espaço urbano. Apesar de as cidades apresentarem limitações conceituais, relativamente à obtenção de um verdadeiro desenvolvimento sustentável, as áreas urbanas tornaram-se um tema de maior debate e participação (SANTOS *et al.*, 2004, p. 348).

A consolidação dessa visão ocorreu em 1996, quando foi realizada, em Istambul, a Conferência das Nações Unidas sobre os Assentamentos Humanos - Habitat II. Neste encontro, foi aprovada a Agenda Habitat, documento que explicita os princípios, compromissos e ações voltadas para o desenvolvimento sustentável em áreas urbanas, a serem adotadas pelos atores sociais, entre eles o governo, sociedade civil e iniciativa privada. Nessa perspectiva, o “conceito de cidade ampliou-se, abrangendo os assentamentos humanos, de forma mais ampla, incluindo as formas mais variadas de ocupação do território pela população” (SANTOS *et al.*, 2004, p. 348).

Com isso, as discussões acerca da sustentabilidade urbana passaram a considerar também, junto aos aspectos ambientais, o “desenvolvimento econômico local, a promoção da equidade e a justiça social, a gestão urbana democrática e participativa, a moradia adequada para todos, além, entre outras, das questões essencialmente urbanísticas e as ligadas ao ordenamento territorial e regional”. Porém, há um certo grau de complexidade em estruturar uma agenda para a sustentabilidade urbana<sup>15</sup>, que reside no fato de que as cidades, sendo sistemas abertos que dependem de recursos externos, não conseguem ter condições de atingir a autossuficiência em uma série de recursos essenciais para seu funcionamento e também, no caso do Brasil, pelas próprias características do processo de urbanização rápida e desigual (SANTOS *et al.*, 2004, p. 348-349).

Nesse contexto histórico, enquanto ocorria a formação de uma agenda internacional com acordos entre os países, aqui, no Brasil, que também assinou os tratados e acordos, ocorreu a aprovação da Lei Federal n.º 10.257/2001, do Estatuto da Cidade, regulamentando as

---

<sup>15</sup> Conceitualmente, a sustentabilidade urbana está relacionada com “a autossuficiência em consumo e com a disposição de resíduos sólidos e líquidos, incluindo a disponibilidade de moradia adequada e de transportes públicos eficientes. A busca do desenvolvimento sustentável nas cidades sofre, assim, a contradição imposta por aspectos intrínsecos a esses espaços” (SANTOS *et al.*, 2004, p. 348-349).

políticas urbanas em várias áreas. Estas foram desde a garantia à participação, função social das cidades, até a obrigatoriedade de adoção de instrumentos de gestão urbana, como, por exemplo, o Plano Diretor para municípios com mais de 20 mil habitantes. No Estatuto da Cidade, em seu artigo 2º, I, a cidade sustentável torna-se um direito do cidadão, sendo entendido como “o direito à terra urbana, à moradia, ao saneamento ambiental, à infraestrutura urbana, ao transporte e aos serviços públicos, ao trabalho e ao lazer para as presentes e futuras gerações” (BRASIL, 2001; SANTOS *et al.*, 2004, p. 350).

Com o passar do tempo, perdeu força a visão de que as cidades eram insustentáveis, no sentido de não produzir o que consomem e de eliminar adequadamente seus resíduos. Desse modo, a cidade passa a ser “um espaço social e ambiental com grande potencial de soluções criativas” e onde esses dois aspectos – social e ambiental – passam a ser tratados de modo agrupado (SANTOS *et al.*, 2004, p. 362-365).

Então, ao aproximarmos as temáticas da sustentabilidade urbana com a ecossocioeconomia no espaço urbano, surgem duas possibilidades vinculadas às suas premissas. A primeira delas seria explorar o tema a partir das perspectivas ecológica, social e econômica; a segunda corresponde a uma abordagem em uma perspectiva da ecossocioeconomia das organizações, que trata dos arranjos entre as organizações que atuam em um determinado território. Esta última é a projeção para esse estudo, pois permitirá a aproximação com a atividade comercial da feira urbana, a qual é uma iniciativa de desenvolvimento econômico local em microescala, que se vincula diretamente ao território.

Isso se justifica em razão da importância dessa tipologia de organização dentro da análise dos arranjos ecossocioeconômicos, que se formam nas feiras urbanas, em que também ocorrem processos de autorregulação, provocados pelos atores sociais envolvidos nesses ambientes. Esse recorte, a partir dessas experiências de ecossocioeconomia, que, embora se relacione com a economia de mercado, aponta para outra perspectiva nas relações econômica e organizacional. Essas relações se configuram por meio de arranjos que podem ser interorganizacionais, os quais contemplam as relações entre as organizações, e extraorganizacionais, considerando as relações das organizações em seu respectivo território. Essas relações criam dinâmicas próprias no cotidiano dos territórios, fazendo com que os problemas e soluções sejam resolvidos localmente, por meio desses arranjos organizacionais (SAMPAIO, 2010, p. 17-18; 41).

Esses modelos de arranjos institucionais, na perspectiva da ecossocioeconomia das organizações, promovem processos sociopolíticos, por meio das ações socioeconômicas, que

resgatam as capacidades humanas locais, bem como o sentido valorativo, afetivo, de costumes e dos vínculos nas relações territoriais, o incentivo às práticas de diferentes tipos de ações sociais, que vão além dos interesses meramente econômicos, e a utilização apropriada dos recursos naturais (SAMPAIO, 2010, p. 41-43).

Assim, os arranjos interorganizacionais se configuram por empreendimentos de pequeno porte, que contribuem para a ampliação de iniciativas de geração de trabalho e renda, em agrupamentos urbanos que, geralmente, estão desvinculados da economia de mercado. Esses empreendimentos se relacionam com demais organizações privadas no território e ambas são reguladas pelo poder público. A regulação e legitimação desses arranjos surgem do entendimento entre as partes envolvidas, que devem levar em conta, nos processos de consenso, tanto a visão da microcomplexidade do território quanto a da macrocomplexidade dos demais territórios (SAMPAIO, 2010, p. 18; 41-42). A atividade comercial da feira, no contexto interorganizacional, representa o interesse privado que dialoga com agentes privados locais e com o poder público, para que a atividade possa ser regulada e, desse modo, funcione no cotidiano dos territórios, independentes das outras diferentes atividades comerciais que ocorrem na mesma cidade.

Os arranjos extraorganizacionais se desenvolvem a partir dos arranjos interorganizacionais e se relacionam diretamente com o território. E é no território que ocorrem os acordos sociopolíticos, socioprodutivos e geração de capital social (SAMPAIO, 2010). No contexto extraorganizacional, a atividade comercial da feira, ao se juntar com o poder público, se relaciona, cria os vínculos e interfere no território de diversas maneiras, desde relações sociais e regras de convivência até as relações econômicas entre lojistas concorrentes no mesmo segmento de produtos comercializados pelo feirante.

Todas essas relações estabelecidas na sociedade geram, no mínimo, dois estilos de organização, que são as relações de dependência e de autodependência. As relações de dependência geram processos de dominação e frustração da satisfação das necessidades humanas, pois exercem força e poder de cima para baixo, do macro para o micro, do domínio social para o individual. De outro lado, as relações de autodependência têm efeitos sinérgicos e multiplicadores, já que fluem de baixo para cima, do micro para o macro, do local para o regional, do regional para o nacional, combinando objetivos de crescimento econômico, justiça social, desenvolvimento pessoal e liberdade, atingindo, desse modo, a satisfação individual e social das necessidades fundamentais do ser humano (MAX-NEEF *et al.*, 2012, p. 60;62).

A análise da trajetória dos acordos políticos em prol do desenvolvimento sustentável mostra que, em 2015, em nova assembleia da Organização das Nações Unidas, ocorreu a re-pactuação com os países signatários, momento no qual foram lançadas novas metas, agora em número de 17, para atingir os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável – ODS (ONU, 2018). Ambas convergem numa mesma perspectiva, apontada também por Max-Neef (2012), no sentido de atender a escala humana. Esta ação é constatada nas diretrizes em várias áreas e também na perspectiva social, que se relaciona fortemente às necessidades humanas, de saúde, educação, melhoria da qualidade de vida e justiça, todas dimensões trazidas pelos ODSs.

Essa mesma perspectiva de desenvolvimento, a partir da dimensão local, é defendida pela ONU na chamada Agenda 2030, em que, por meio do envolvimento com governos e sociedade local, será possível atingir as 17 metas dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. A ideia é de que a agenda de ações seja construída de modo integrado e interdependente, entre diversos atores e setores da sociedade (ONU, 2018).

O âmbito social não se separa do âmbito pessoal que, por sua vez, estimula a identidade, capacidade criativa, autoconfiança e necessidade de liberdade nos territórios por meio das ações de autodependência. No âmbito social, a autodependência fortalece a capacidade de gerar maiores espaços de liberdade coletiva. A combinação necessária do pessoal com o social, nessa perspectiva do desenvolvimento, leva a encorajar autodependência nos níveis: individual, local, regional, nacional, onde um nível interfere e fortalece o outro (MAX-NEEF *et al.*, 2012, p. 61-62).

Essas características são facilmente identificadas nas feiras urbanas, tanto nas relações que se estabelecem entre os feirantes, em que um se envolve com o outro nas escalas de trabalho, quanto no vínculo dos clientes com o feirante, que o procuram para adquirir produtos específicos. Nesse contexto relacional é possível identificar a autodependência local e regional, pois, geralmente, os feirantes adquirem produtos nas proximidades e, desse modo, ocorre um significativo arranjo de autodependência, em muitos casos, difícil de ser mensurado.

Assim, quando são planejadas as políticas em nível macro para alcançarem o âmbito microsocial, é necessário superar dois desafios: (I) o esforço em diminuir o risco de reproduzir relações verticais em nome da autodependência local e regional, ou seja, de cima para baixo; (II) fazer com que os processos de autodependência originados nos microespaços sejam menos burocráticos, mais democráticos e mais eficientes na combinação do crescimento pessoal com o desenvolvimento social (MAX-NEEF *et al.*, 2012, p. 62).

Da mesma forma, a autodependência é elemento decisivo para que ocorra a articulação dos seres humanos com a tecnologia, do pessoal com o social, do micro com o macro,



da autonomia com o planejamento e da sociedade civil com o Estado. São, portanto, esses espaços grupais comunitários e/ou locais que possuem uma dimensão mais nítida da escala humana, na qual o social não anula o individual, antes, o individual fortalece o social. São espaços vitais para a criação de um ambiente sinérgico, pois, ao ocorrer de modo complementar nas relações entre micro e macro e entre os microespaços, estimulam e potencializam processos de autonomia, identidade sociocultural e autodependência econômica. E se, ao contrário, os processos não se complementem reciprocamente, o micro pode ser cooptado pelo macro (MAX-NEEF *et al.*, 2012, p. 61-62).

Quando o micro é absorvido pelo macro, desqualifica-se a análise do desenvolvimento à escala humana, visto que as perspectivas se alteram, como, por exemplo, micro ou pequenas atividades comerciais quando estão inseridas em um grande arranjo comercial, como um shopping center. Essas, dificilmente, terão condições de criar relações com seus clientes, do mesmo modo que ocorre na feira, por mais que a atividade comercial seja idêntica. O mesmo ocorre quando uma micro ou pequena atividade torna-se maior, pois, ao alterar a escala de atuação, haverá mudança na forma como se relaciona com o cliente e com o território.

Por isso, além do cuidado, para que o micro não seja cooptado pelo macro, no âmbito da política pública, será de fundamental importância o apoio de planejadores e políticos, por meio de um planejamento global, que mobilize grupos e comunidades, promovendo a autonomia local, transformando estratégias de sobrevivência em opções de vida, articuladas organicamente no tecido social e político do espaço nacional. Somente desse modo haverá impacto real das atividades de grupos locais ou indivíduos isolados, visto que esses passam a agir com autonomia para satisfazer suas necessidades humanas fundamentais (MAX-NEEF *et al.*, 2012, p. 62;64).

A autodependência implica um tipo de regeneração ou revitalização que brota dos esforços, das capacidades e dos recursos de cada pessoa. Estrategicamente, isso significa que o que puder ser produzido, ou resolvido localmente, é o que deveria ser produzido localmente. Esse mesmo princípio é válido para os níveis regionais e nacionais (MAX-NEEF *et al.*, 2012, p. 65).

As feiras têm contribuído para o desenvolvimento local e para essa organicidade relacional nos territórios, por possuírem lógicas próprias, o que pode explicar a sua permanência ao longo dos séculos nas cidades. Essa possibilidade de liberdade coletiva oportunizada nesses espaços das feiras as torna lugares de encontro e também de representação no modo de viver dos indivíduos, clientes e comerciantes, que podem expressar livremente suas escolhas.

### 2.3 ECONOMIA URBANA E ATIVIDADES COMERCIAIS LOCAIS

Nas cidades se aglomeram diferentes tipos de atividades econômicas, que se alteram com o passar do tempo, na medida em que a cidade também se adapta às novas realidades. Desse modo, é comum encontrar atividades econômicas que desapareceram enquanto outras se modificaram e permaneceram. Isso se dá em razão das recorrentes alterações nas dinâmicas político-econômicas e culturais, em que ambos os processos criam práticas espaciais que se entrelaçam e interagem (HARVEY, 2005, p. 166;170). Com isso, as atividades se subdividem e diversificam as funções econômicas na cidade: industriais, comerciais e serviços, alternando os níveis de influência com o passar do tempo. Dependendo do porte de cada cidade, elas podem estar presentes em maior ou menor grau. Nas grandes cidades, todas essas funções estão geralmente presentes, enquanto nas pequenas e médias cidades pode haver apenas uma ou outra dessas funções (SINGER, 1998, p. 139-143).

Para Singer (1998, p. 145-147), a estrutura interna da economia urbana é dividida em duas partes: as atividades econômicas que se destinam ao exterior da cidade e as que se destinam ao interior, ou seja, ao consumo interno. Assim, para que a cidade consiga manter suas funções econômicas, é necessário compreender e criar mecanismos de funcionamento dessas estruturas, respeitando suas dinâmicas para abastecer as demandas externas e internas.

A economia urbana é, portanto, composta por diferentes atividades que integram os territórios e que ocorrem por meio das diferentes relações políticas e produtivas, de modo interdependente. Assim como existem atividades econômicas, coexistem as diferentes formas de organização do trabalho, que se subdividem entre atividades no campo e na cidade, ocorrendo, assim, imprescindíveis relações de troca, num circuito metabólico homem-natureza. Se antes as relações entre a cidade e o campo previam atividades bem distintas entre si, com o passar do tempo, essas relações se alteraram e passaram a incluir funções econômicas de interdependência. Os elementos da natureza, produzidos e transformados no campo, são transmutados na cidade e a relação de dependência se repete na direção contrária, em que a cidade oferece ao campo a possibilidade de consumir diferentes produtos e serviços urbanos (SINGER, 1998, p. 17-18).

As primeiras atividades e relações econômicas urbanas foram estabelecidas, num primeiro momento, por meio das trocas – o escambo e, na sequência, a inserção da moeda como valorização da troca. Outro fator importante é que, desde o início desses processos, a base principal

das relações comerciais foram os bens materiais, tangíveis, valorados por suas diferentes características tangíveis, que entram no mercado. Diante desse contexto das relações econômicas que acontecem na cidade e no meio urbano, são encontradas as atividades econômicas clássicas e também as modernas, que criam vínculos e interdependência em processos que se realimentam e abastecem a cadeia do comércio ou serviços, como é o caso das feiras urbanas.

Além de outros ajustes e novas acomodações, por exemplo, no segmento da indústria, é possível perceber a reconfiguração dos tipos de atividades econômicas, nas quais as atividades tidas como clássicas buscam meios para sua manutenção e as atividades econômicas contemporâneas também ganham espaço para se consolidarem. Nesse contexto, os mercados e as feiras, embora apresentem características de atividades econômicas clássicas, também têm se adaptado às mudanças no meio urbano. Ambos sofreram modificações significativas ao longo do tempo e ajustaram-se às novas exigências legais e também do mercado consumidor. Alguns casos, identificados nas cidades, são as feiras que passam a adotar estratégias para atender ao público turista, por exemplo, aproveitando o fluxo deste novo perfil de consumidor. Pode-se citar a feira do “Largo da Ordem”, em Curitiba (Paraná) e a feira “Ver o Peso”, em Belém (Pará). Ambas as feiras atendiam inicialmente ao público local e, com o crescimento dos serviços em turismo, novos públicos passaram a frequentar esses espaços, fazendo com que ajustes e adaptações fossem necessários para também atender a esse novo perfil de clientela.

Os mercados e feiras também contribuem significativamente para trazer significado aos territórios, criando laços de sociabilidade em áreas urbanas, inclusive em áreas ociosas. Portanto, a permanência e/ou resistência das feiras urbanas é algo que desperta perguntas, especialmente relacionadas ao perfil do feirante e à atuação do poder público. Mesmo com as alterações nos contextos econômicos urbanos, quais os motivos pelos quais elas ainda se mantêm ativas nas cidades? Qual a dinâmica das relações estabelecidas com os clientes e com o território? Além da lógica econômica e do lucro necessário ao feirante, qual outro tipo de ganho, monetário e/ou não monetário existe por trás da permanência da feira nas cidades? Quais as características dos arranjos socioprodutivos vinculados às feiras urbanas?

A observação das feiras como arranjos socioprodutivos vinculados aos territórios urbanos depende da qualificação e aproximação do que se compreende por feiras. Por isso, será abordada no próximo subitem a contextualização e a escolha teórica acerca da economia de microescala, em que se situam arranjos socioprodutivos locais.

### 2.3.1 A economia da microescala na dinâmica urbana

As relações sociais e econômicas se estabelecem mais fortemente em espaços que oportunizam convívio e troca de experiências e estes, por sua vez, se consolidam nos territórios e nas comunidades. Essa configuração do espaço pode ser compreendida como microespaço ou microescala, e também é com base nessa perspectiva que observamos as relações urbanas.

São esses espaços grupais, comunitários e locais que possuem uma dimensão mais nítida da escala humana. São espaços em que o social não anula o individual; antes o individual dá força ao social. São esses espaços vitais para a criação dos satisfatores sinérgicos. Quando há relações entre micro e macro e, entre os microespaços ocorrem de modo complementar, acontece o estímulo e a potencialização de processos de autonomia, identidade sociocultural e autodependência econômica. Mas, ao contrário, caso os processos não se complementem reciprocamente, o micro pode ser cooptado pelo macro (MAX-NEEF *et al.*, 2012, p. 62).

Outro termo utilizado por Sawaya (1986, p. 93-94) é o espaço humanizado que é algo inseparável do homem, ou seja, a relação que se estabelece entre sujeito e objeto, em um dado momento, fazem com que o homem seja ora sujeito, quando tenta decifrar os objetos que o envolvem, e ora objeto, quando faz parte do que deve ser decifrado (SAWAYA, 1986, p. 93-94). O espaço “é membro participante da vida dos indivíduos que o habitam e da coletividade que o mantém” (SAWAYA, 1986, p. 97) e essa característica é, sem dúvida, identificada nas feiras urbanas.

Nessa perspectiva da microescala também são apresentadas outras alternativas que podem contribuir para a transformação estrutural na sociedade, como as “micro-organizações”. Embora estas não possam ser consideradas pilares de uma possível transformação estrutural na sociedade, são fundamentais para se compreender as dinâmicas que ocorrem no mundo da vida e suas práticas na escala humana. Para isso, são apresentadas algumas justificativas: (a) as micro-organizações são protagonistas da vida cotidiana em suas práticas produtivas, que se interligam com estratégias de sobrevivência coletiva, e também se vinculam à identidade cultural e à memória popular; (b) mesmo com as limitações econômicas e culturais, as micro-organizações geram conexões entre práticas econômicas, com outras organizações sociais e perfis culturais, que devem ser considerados nos discursos de desenvolvimento endógeno; (c) as micro-organizações completam outras ações na perspectiva do

desenvolvimento de “baixo para cima”, dando relevância ao que se denomina tradicionalmente como “marginal” (MAX-NEEF *et al.*, 2012, p. 66).

Essa referência a um determinado setor econômico esquecido ou negado pela sociedade é denominada por Santos (2008 [1979]) como “circuito inferior da economia”. É nesse circuito que se enquadram atividades como serviços domésticos e transportes, atividades de transformação, como artesanato, e formas pré-modernas de fabricação. Essas atividades se localizam, portanto, numa espécie de “polo marginal da economia”, também denominado “terciário primitivo” ou “terciário refúgio”, que é um importante elemento nas relações urbanas em países subdesenvolvidos. É nesse polo que se encontra a população empobrecida e marginalizada (SANTOS, 2008 [1979], p. 201).

As micro-organizações também são descritas por Santos (2008 [1979]) quando explica esse segmento como sendo um circuito econômico não moderno, com atividades de pequeno porte para produzir ou comercializar pequenas quantidades de mercadorias. Neste circuito se inserem atividades vinculadas à pequena produção manufatureira, geralmente artesanal, e às pequenas empresas vinculadas ao comércio e com serviços com uma multiplicidade de todos os tipos.

Atividades em microescala abrigam um contingente considerável da população ativa, mesmo que não apareça em indicadores oficiais em razão de se ocupar de trabalhos não assalariados. Por isso, esse setor não pode mais ser tratado como “residual da sociedade” (MAX-NEEF *et al.*, 2012, p. 66). Geralmente, essas atividades pertencem às famílias e também a autônomos que realizam as atividades de modo arcaico ou tradicional, com equipamentos precários, podendo, inclusive, correr o risco de caracterizá-las como atividades de subemprego. Entretanto, em razão do formato, são consideradas pequenas empresas que estão na informalidade (SANTOS, 2008 [1979], p. 197).

Essa perspectiva converge para diversas características identificadas nas feiras urbanas, tais como as micro-organizações e a atuação em microescala urbana, atividades informais e de pequeno porte, participação de famílias, atividades e equipamentos — em muitos casos, precários —, e comercialização de pequenos volumes de mercadoria. Essa contextualização se aproxima da ecossocioeconomia que, com atividades em microescala, vincula-se aos territórios, possibilitando novas alternativas ao desenvolvimento sustentável, conforme é apresentado no próximo subitem.

### 2.3.2 Ecosocioeconomia em arranjos socioprodutivos de feiras urbanas

Na literatura são encontradas referências sobre a origem das feiras<sup>16</sup>, sendo que os apontamentos são divergentes entre si. Mumford (1998, p. 85-86) infere a existência das feiras ainda antes de Cristo; eram num formato de atividades comerciais que se iniciaram dentro do templo. Este, por sua vez, servia de local onde os bens eram trocados e tributados antes de circularem e, a partir desta experiência, houve a expansão da atividade comercial para outros formatos, entre eles os mercados, comércio em praça aberta ou coberta, barracas em ruas ou lojas.

Na Idade Média, as feiras aconteciam anualmente, em pequenos espaços, e eram promovidas pelos viajantes. A base da relação comercial era o escambo. A migração desse padrão para os conhecidos mercados ocorreu na Alta Idade Média, em que, na relação comercial, já se estabelecia o lucro (TAVARES, 2005, p. 17; 20). Os mercadores e produtores realizavam encontros durante o ano, em datas fixas, durante as festas e comemorações religiosas e profanas. Muitas dessas feiras ficaram famosas, como as que ocorriam na França (Troyes, Lagny-sur-marne, Bar-sur-aube e Provins), localizadas no condado de Champagne. Situadas entre as importantes rotas comerciais do Norte e Mediterrâneo, contavam também com o apoio dos Condes de Champagne, que garantiam a segurança, isenção de impostos, apoio para armazenagem das mercadorias, entre outros fatores que foram fundamentais para a expansão dessas atividades. É claro que, nesse apoio, havia interesses quanto ao aumento de ganhos da classe dominante, na época, representada pela burguesia e o clero (GODOY, 2005, p. 3-4).

Portanto, as feiras compõem o tecido urbano há séculos e, mesmo que tenha ocorrido a migração de atividades comerciais para mercados, em estruturas fechadas, e também tenham ocorrido alterações nas legislações locais, que interferem no funcionamento das feiras ao ar livre, esses espaços negociais e de convivencialidade têm permanecido ativos.

Quando se analisa a perspectiva do espaço, o campo econômico tem dificuldade em compreender e integrar a terra e o espaço, mas, este é rico em ensinamentos. Assim, quando se pretende interpretar o espaço, é necessário ter em mente que, muito além dele representar meramente um ambiente onde as relações sociais se estabelecem, é complexo e original, fazendo com que seja necessário um esforço de análise integrativa das relações que ali ocorrem

---

<sup>16</sup> Ao conceituar o tema, Ferretti (2000, p. 41) delimita que as feiras são atividades comerciais eventuais, que acontecem em local descoberto (rua, praça, etc.), com frequência semanal, em um local específico, oferecendo um número maior de produtos do que os mercados.

entre o homem, a terra e o espaço (GUIGOU, 1986, p. 109-110). Portanto, essa perspectiva pode trazer novos elementos na análise da produção do espaço, a partir das feiras urbanas.

Desde o advento da produção do espaço, o sistema econômico deveria adaptar a cidade às suas necessidades próprias, amenizando os conflitos entre os tipos de divisão espacial<sup>17</sup>, em que a adequação progressiva e uma futura fusão da divisão econômica do espaço com a divisão social do espaço traria à cidade um ambiente equilibrado, que reproduziria as relações de produção. Mesmo assim, onde ainda houvesse pontos de conflito demonstrando que os agentes locais não teriam condições de entrar em consenso, o Estado interviria com seu “arsenal jurídico, político e regulamentar” (GUIGOU, 1986, p. 125).

Nas feiras urbanas são identificados diferentes tipos de conflitos, nos quais, em alguns casos, há a intervenção mais marcada pelo Estado e, em outros casos, constata-se que os próprios agentes locais, que incluem feirantes, comerciantes, lojistas, clientes e os diferentes prestadores de serviço entram em consenso e conseguem estabelecer ações de autorregulação desses ambientes.

As feiras de hortifrutigranjeiros também são consideradas canais de distribuição junto com sacolões, varejões e comboios. Essas, porém, com frequências semanais e restritas a um determinado bairro, são importantes para as relações de “contiguidade e vizinhança”. No ano de 1995, por exemplo, em São Paulo, havia 835 feiras livres, que eram distribuídas em 26 pontos da administração regional do município (SANTOS; SILVEIRA, 2011, p. 151).

As feiras de produtos hortifrutigranjeiros serviram, por muitos anos, como principal canal de abastecimento de alimentos e, com o passar do tempo e a criação de outras formas de atividades comerciais, novas maneiras de prover os alimentos na cidade foram sendo elaboradas, como as centrais de abastecimento (ERIMAR SANTOS, 2013, p. 42-46). Mesmo assim, apesar do surgimento de grandes estabelecimentos comerciais, as feiras permanecem nos espaços urbanos, ainda que haja disputa entre feirantes e comerciantes locais por uma mesma clientela nos territórios.

As feiras urbanas apresentam algumas características do circuito inferior (SANTOS, 2008 [1979]) e constam em estudos como os de Godoy (2005), Porto (2005), Rocha *et al.* (2010), Queiroz e Azevedo (2012), Santos (2013) e Brugger (2014), que reafirmam as

---

<sup>17</sup> A partir do conceito da divisão do trabalho, que separa trabalhadores dos meios de produção, sendo Divisão Técnica do Trabalho - DTT e Divisão Social do Trabalho - DST, quando projetada a análise para o espaço urbano, é definida por Divisão Econômica - DEE, que abrange a separação entre o habitat, indústria e comércio e a Divisão Social do Espaço - DSE, que considera o espaço a partir da DST, a segregação social e todas as consequências dessa perspectiva (GUIGOU, 1986, p. 125).

características presentes nesse circuito da economia urbana, como a personalização de atendimento ao cliente e a barganha nos preços, práticas comuns nas feiras urbanas, além da baixa escolaridade do feirante e/ou comerciante.

No circuito inferior da economia é comum encontrar iniciativas de reaproveitamento e reutilização dos materiais como, por exemplo, “o jornal usado torna-se embalagem, o pedaço de madeira se transforma em cadeira, as latas, em reservatórios de água ou vasos de flores, etc.”. Da mesma forma, a reutilização ocorre com peças de vestuário, peças de veículos, materiais e utensílios utilizados na construção de casas e o reaproveitamento se dá com peças inutilizadas de motores de veículos ou equipamentos domésticos que ganham nova função pelas mãos dos artesãos. Essas funções são consideradas sustentáveis atualmente, tanto para materiais em geral quanto para o aumento da vida útil de equipamentos e veículos (SANTOS, 2008 [1979], p. 199).

As feiras urbanas apresentam aspectos muito peculiares, em que a relação estabelecida neste ambiente vai além da dimensão econômica, abrangendo também a dimensão social, desde o estabelecimento de vínculos relacionais, que incluem a convivência, vínculos de solidariedade, compartilhamento, laços de confiabilidade, até a dimensão negocial, a partir das relações negociais, vinculadas ao valor de troca, clientelização, lucro e circulação do dinheiro. Desse modo, todas as características citadas figuram e são fatores essenciais para o funcionamento da feira (MOURA JUNIOR, 2010, p. 154).

As feiras representam um importante elo entre o sistema produtivo e o sistema de consumo, além de compor o cotidiano de pequenas, médias e grandes cidades brasileiras. Em termos de contexto, as feiras não podem ser comparadas aos pequenos mercados, pois seguem outra forma de organização. As feiras em conjunto com pequenos mercados, armazéns e empórios, representavam, num passado recente, o principal meio de comercialização da produção agrícola. Na atualidade, parece que as feiras têm perdido espaço, de forma crescente, para os super e hipermercados, conforme apontado no estudo de Carmo (1996, p. 222-223).

O crescimento da população nas cidades, e a conseqüente demanda por serviços e produtos, fez com que houvesse o avanço de grandes redes de varejo no espaço urbano, denominado “segmento diversificado”, como os super e hipermercados. Embora as feiras façam parte de uma dinâmica específica, não sendo passíveis de inclusão em dados como esses apresentados por Carmo (1996), o que se vê no Brasil, ao longo das últimas décadas, é que houve uma fragilização no modelo de comércio urbano, no ramo de hortifrutigranjeiros, por exemplo, no



varejo que inclui pequenos empórios, armazéns, e também nas feiras livres. Apesar disso, esse modelo persiste, principalmente por razões e motivações sociais.

Quando se trata da comercialização de produtos agrícolas, a título de exemplo, deve ser levado em conta um sistema complexo de apoio e logística, que vai muito além da circulação das mercadorias. Desse modo, esse tipo de feira possui peculiaridades que a difere das demais. Nesse sistema, considera-se uma série de funções a serem cumpridas, para que os bens ou serviços do produtor primário possam chegar até o consumidor final, “no local e tempo certo, na forma e quantidade requeridas (GODOY, 2005, p. 71). Assim sendo, para que o processo de comercialização ocorra, são realizadas uma série de atividades que a precedem, denominadas “funções”. De acordo com Hoffmann *et al.* (1987), são divididas em três classes, conforme a Figura 5.



Figura 5 – Classes das funções no processo de comercialização agrícola.  
Fonte: Adaptado de Hoffmann *et al.* (1987, p. 161).

As feiras são arranjos socioprodutivos, na medida em que se utilizam de uma lógica comercial singular e específica, “como a solidária (no sentido substantivo, valorativo), a utilitária (no sentido clássico da ciência política, na maximização de ganhos coletivos) e econômica individual (maximização de ganhos individuais)” (GRIMM *et al.*, 2016b).

O esforço para definição da concepção de arranjo socioprodutivo parte dos modelos empresariais dos arranjos produtivos locais, em que há interação e cooperação entre empresas que produzem bens e serviços, com fornecedores de insumos e equipamentos, prestadores de serviços em diferentes áreas e segmentos, comerciantes, clientes, bem como instituições públicas e privadas que promovem ações de formação e capacitação de recursos humanos, na pesquisa, desenvolvimento, promoção e financiamento (GRIMM *et al.*, 2016b).

Os arranjos socioprodutivos seguem o conceito híbrido de empreendimento comercial, que considera dois conjuntos de características empreendedoras: formalidade e relacionamento do empreendimento com a economia de mercado. Esse mesmo conceito é identificado em feiras urbanas, tanto nos aspectos de formalidade, em que temos feirantes com empresa formalizada, quanto feirantes não formalizados, e também a relação com a economia de mercado, pois encontramos em uma mesma categoria de feira, por exemplo a Feira do Largo da Ordem, iniciativas comerciais que se relacionam com a economia de mercado e feirantes vinculados com a economia solidária, que segue uma perspectiva não econômica, desvinculada do mercado. A possibilidade para essa tratativa híbrida inicia em estudos aplicados por membros do Núcleo de Pesquisas em Ecosocioeconomia (NEcos)<sup>18</sup>, que têm mapeado e identificado diferentes iniciativas urbanas e que também consideram essas características, bem como outras pesquisas acessadas no período desse estudo.

As pesquisas perpassaram enfoques em arranjos socioprodutivos em diferentes áreas, tais como turismo de base comunitária (ZAMIGNAN *et al.*, 2011), economia solidária, ecosocioeconomia e cooperativismo (DOMINGUES JR. *et al.*, 2013), empreendimentos econômicos e solidários e arranjos institucionais (RIBEIRO DOS SANTOS, 2016), serviços ecossistêmicos (OLIVEIRA *et al.*, 2017), ecosocioeconomia organizacional (GARCIA *et al.*, 2017) e arranjo socioprodutivo de base territorial (GRIMM *et al.*, 2016b; GRIMM *et al.*, 2018).

Frente às controvérsias que os embates sobre diferentes perspectivas da ecosocioeconomia suscitam, Sampaio (2010, p. 40) defende, por exemplo, que os problemas contemporâneos somente poderão ser resolvidos de maneira multidisciplinar, também entre as organizações, ou seja, a partir da reintegração do conhecimento dos múltiplos campos do saber. A ecosocioeconomia das organizações permite, pois, a ampliação de oportunidades de geração de renda e trabalho, por meio de “empreendimentos compartilhados”, tanto para grupos das áreas urbanas quanto para os grupos da área rural (SAMPAIO, 2010, p. 18). O arranjo socioprodutivo é, portanto, aquele que privilegia grupos organizados, ou quase organizados, que se articulam. São também denominados empreendimentos compartilhados, que têm a dependência da economia de mercado, porém, mantêm sua dinâmica comunitária. Esse tipo de arranjo também oportuniza a participação de indivíduos ou grupos economicamente vulneráveis, que

---

<sup>18</sup> O Núcleo de Ecosocioeconomia (NEcos) está vinculado ao Programa de Pós-Graduação em Meio Ambiente e Desenvolvimento (PPGMade) e ao Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Territorial e Sustentável (PPGDTS), ambos da Universidade Federal do Paraná (UFPR). Foi criado em 2010 pelo Prof. Dr. Carlos Alberto Cioce Sampaio, a partir da sua participação no Núcleo Transdisciplinar de Meio Ambiente e Desenvolvimento, vinculado ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política da Universidade Federal de Santa Catarina (PPGSP/UFSC).

conseguem se inserir em ações de geração de trabalho e renda (SAMPAIO; DALLABRIDA, 2009a; GRIMM *et al.*, 2016b).

O recorte teórico realizado para esse estudo ocorreu em razão de que, embora existam diversas iniciativas comerciais no espaço urbano, o ambiente das feiras não se enquadra tão facilmente em categorias como as dos empreendimentos sociais ou solidários, que se relacionam com o mercado de modo diferente, com os empreendimentos lucrativos. Estes geralmente são formais e necessitam de diversas licenças e autorizações para funcionar, fato que não se encontra normalmente nas feiras. Logo, as feiras se utilizam desses dois critérios, a “quase” formalidade e a relação com a economia de mercado, mas com uma autonomia diferente dos empreendimentos em geral.

As feiras também se articulam com o território numa perspectiva de microescala e são consideradas micro-organizações de atividades familiares, que atuam de modo complementar nos territórios urbanos (GRIMM *et al.*, 2016b). Outros estudos, realizados por Vasques (2016), Godoy (2005) e Gomes *et al.* (2013), trazem dados acerca das características socioeconômicas e das relações do trabalho nas feiras. As feiras urbanas se vinculam à identidades dos territórios, ofertando especializações produtivas, que são facilmente inseridas em mercados locais por serem produzidos em pequena escala, permitindo também a difusão dos mesmos em escalas maiores (FREDER *et al.*, 2018).

Os arranjos socioprodutivos configurados a partir das feiras urbanas formam, portanto, agrupamentos interorganizacionais de atividades que são executadas coletivamente, para que, desse modo, seja possível operacionalizar microempreendimentos formalizados, ou não, e que influenciam na organização e identidade socioespacial na trama urbana (PROCOPIUCK *et al.*, 2017a). Diante disso, nesse estudo, é considerada essa concepção do termo “arranjo socioprodutivo”, que passa a delinear o recorte teórico escolhido.

A observação de cada atividade, dentro de suas funções específicas, mostra que as relações se consolidam em cada uma delas e isso ocorre nos territórios, tanto na origem, onde ocorre a troca, quanto no território de destino, onde ocorrem outras atividades que vão além das complementares. É possível vincular também que, em cada uma das funções, as articulações acontecem em microescala, tal como preconiza a perspectiva dos arranjos socioprodutivos, sendo as feiras importantes estruturas que estimulam os diferentes atores, em cada território onde ocorre sua influência.

As feiras são, portanto, formas complexas de organização territorial e que, a partir das relações cotidianas, formam um fenômeno sociológico numa rede socioeconômica de interconexão,

que é formada por diferentes ocupações no mercado de trabalho, muitas vezes precárias, que vão desde os comerciantes, carregadores até fornecedores, além de trazer novas “tendências do capitalismo informacional: dinamicidade, flexibilidade e cooperativismo (interdependência)”. Essa rede de interconexão vai além da “informalidade de sobrevivência”, conceito que se vincula às ocupações originadas de formas próprias de trabalho, e não tem, necessariamente, origem da desarticulação de outras ocupações de trabalho formal (MOURA JUNIOR, 2010, p. 149).

Essa reflexão de Moura Junior (2010, p. 149) parte de importantes levantamentos de Portes e Haller (2004), com tentativas da construção teórica para o conceito. Das dificuldades na definição de parâmetros e posterior conceituação estão o grau de encobrimento das atividades informais, fazendo com que elas não sejam uniformes, portanto, difíceis de parametrizar e medir; nas sociedades onde essas atividades estão ocultas, inseridas em redes sociais estreitas e fechadas, as medições ocorrem por métodos de aproximação, sem a possibilidade de se obterem dados precisos; por fim, nas sociedades onde o aparato do Estado utilizado em fiscalizações é confiável, será ainda mais difícil identificar o montante dessa economia informal (PORTES; HALLER, 2004, p. 37-39). Na Figura 6, está demonstrada a visão dos autores quando afirmam que quanto maior a regulação, maior é a amplitude das atividades informais.

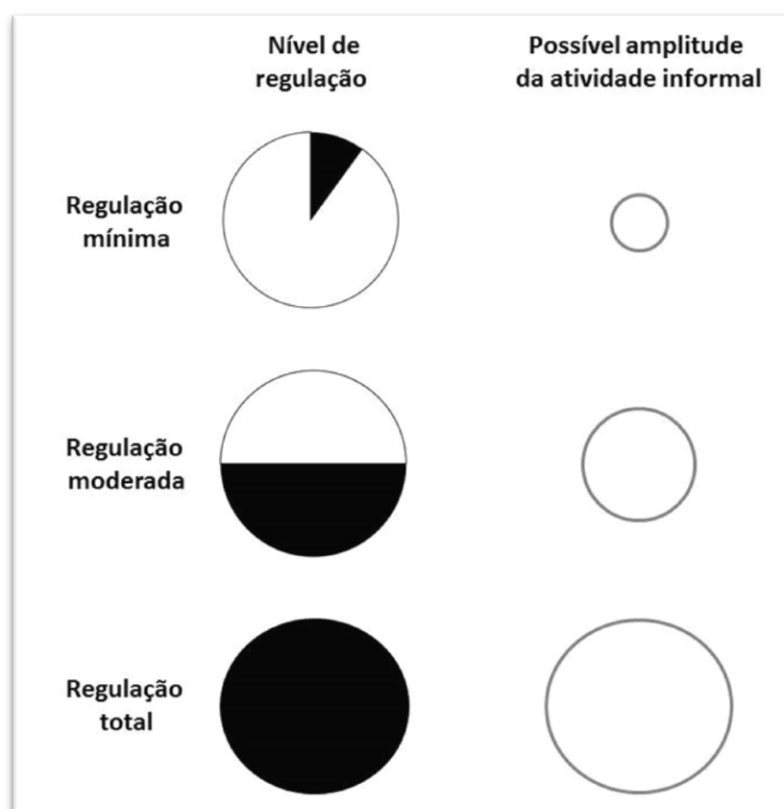


Figura 6 – Regulação do Estado e a amplitude da economia informal.  
Fonte: Portes e Haller (2004, p. 23).

As feiras também influenciam a formulação de políticas públicas, aplicadas ao seu segmento; nesse caso, atividades comerciais urbanas ou comércio de rua. A formulação ocorre tanto no contexto autorregulado, quando os comerciantes demandam por soluções junto ao poder público, quanto no contexto regulado, quando o poder público estabelece as regras, a partir de demandas estabelecidas em programas de governo ou até mesmo a partir de demandas pontuais para resolver as diferentes questões que surgem no cotidiano dessas atividades. Sendo assim,

[...] não existe um modelo de política pública ‘ideal’ ou ‘correta’, pois elas são respostas contingentes à situação de uma cidade, região ou um país. Ou seja, o que pode funcionar em dado momento da história, em um determinado país, pode não dar certo em outro lugar, ou no mesmo lugar em outro momento (p. 15). [...] Uma das características importantes das políticas públicas é que se constituem ‘de decisões e ações que estão revestidas da autoridade soberana do poder público’ [...] (p. 16) (DIAS; MATOS, 2012, p. 15-16).

Quanto mais uma determinada atividade econômica se vincule com o próprio território, mais dependerá da sociedade próxima e das relações sociopolíticas locais, mantendo conexões horizontais em suas atividades (SANTOS; SILVEIRA, 2011, p. 151). Esses aspectos são facilmente identificados nas feiras que se relacionam com a vizinhança e mantêm significativas articulações entre os feirantes e comerciantes locais, onde estabelecem diferentes acordos e regras que nem sempre constam nos regulamentos e/ou políticas públicas.

Nessa perspectiva, pode-se dizer que, nas feiras, ocorre a formação de capital relacional descrito por Vale (2007, p. 53-54; 62-71; 74-95), que consiste em considerar diferentes aspectos das relações que se estabelecem em um determinado território, apresentados no Quadro 3 a seguir. A partir dessas relações é que se configuram as mais diversas redes entre os feirantes, cliente e poder público local, que, conseqüentemente, formam o capital relacional local.

Níveis de análise	Elementos básicos
Plano conceitual	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Noção de capital social como um “ativo” ou um “recurso” de um ator social, individual ou coletivo (conjunto de atores), derivado de sua inserção em redes sociais</li> <li>· O papel da cooperação e da interação na dinâmica territorial</li> </ul>
Plano das proposições teóricas	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Ator em redes formadas por vinculações, com distintas gradações de intensidade, situadas em nível interno e/ou externo</li> <li>· Dinâmica entre vínculos internos e externos</li> <li>· Estrutura social condicionando oportunidades e sendo afetada pela ação de atores</li> </ul>
Características e propriedades	<ul style="list-style-type: none"> <li>· O reconhecimento das interfaces e interações entre as dimensões sociais e econômicas (enraizamento ou <i>embeddedness</i>)</li> <li>· O papel dos laços fortes na proposta de enraizamento</li> <li>· As interações entre o local e o global e entre os laços mais fracos e os laços mais fortes</li> <li>· A natureza dos recursos enraizados (<i>embedded</i>) nas redes: informação; solidariedade; influência, poder e controle</li> <li>· Avaliação dos benefícios associada ao contexto social, à natureza do resultado ou propósito pretendido pelo grupo, ou ao nível de análise pretendido pelo pesquisador</li> <li>· O reconhecimento do capital relacional como um tipo particular de capital</li> </ul>
Princípios norteadores	<ul style="list-style-type: none"> <li>· A dinâmica entre redes locais e redes externas no desenvolvimento territorial/competividade empresarial</li> <li>· A noção das relações sociais de um ator constituindo um dado estoque de capital relacional, capaz de sofrer alteração via adição, supressão, etc.</li> <li>· O papel da ação empreendedora e da inovação na reconfiguração das redes e seu impacto no estoque de capital relacional local</li> <li>· As interações entre estrutura, ação empreendedora e ambiente</li> <li>· Empresas como plataformas de relacionamentos</li> <li>· O papel relevante das instituições locais</li> </ul>

Quadro 3 – Concepção geral de capital relacional.

Fonte: Vale (2007, p. 94).

Para o desenvolvimento local e regional, os ativos relacionais, que compõem o capital relacional, são tão ou mais importantes do que os recursos produtivos, históricos e culturais, do que a qualidade da mão de obra encontrada em determinado território. Por esse motivo, devem ser incluídos quando se pretende analisar um determinado fenômeno territorial, pois interagem de maneira dinâmica (VALE, 2007, p. 95).

Constata-se, assim, a importância significativa do recorte teórico escolhido, dentro do tema ecossocioeconomia, que são os arranjos inter e extra organizacionais, tanto no contexto regulado quanto no autorregulado, bem como na perspectiva relacional e negocial, para que fosse possível trazer um novo olhar acerca dos tradicionais comércios de rua e/ou feiras urbanas. No próximo capítulo será explicada a abordagem metodológica escolhida para que fosse possível realizar a pesquisa.

### 3 ABORDAGEM TEÓRICO-METODOLÓGICA

#### 3.1 METODOLOGIA

Metodologicamente, parte-se da premissa de que as feiras urbanas são iniciativas com características da ecossocioeconomia, pois apontam para possibilidades de desenvolvimento, tanto a partir das relações de sociabilidade em microescala quanto da perspectiva da interação dinâmica entre crescimento econômico, aumento igualitário do bem-estar social e preservação ambiental. Pretende-se, então, verificar quais são os arranjos organizacionais que se estabelecem nesses ambientes e também quais são as características e o perfil ecossocioeconômico predominante de indivíduos e organizações envolvidos nas feiras urbanas pesquisadas. Ainda, as abordagens escolhidas permitem analisar as feiras que, com diferentes intensidades, podem se vincular a características dos arranjos ecossocioeconômicos, na perspectiva inter e extraorganizacional, tanto no contexto regulado quanto no autorregulado.

Para compreender as relações organizacionais e comparar ou confrontar os casos, neste estudo de natureza exploratória optou-se pela utilização da coleta de dados de múltiplas fontes, como: observação, documentos (contratos, editais, etc.), legislação, material visual (fotografias), entrevistas e questionários. Por isso, foi escolhida a utilização de múltiplas fontes de dados, de natureza mista (qualitativa e quantitativa), já que envolvem a coleta, análise e integração dos dados que estavam separados e que serão tratados e analisados por meio da triangulação concomitante (SAMPIERI *et al.*, 2013). Para a análise dos dados, feita por meio do *Software SPSS* (Versão 25), foi empregada a estatística descritiva e a análise documental e de fotografias, utilizando a triangulação concomitante para detectar as similaridades e divergências dos casos estudados.

A escolha das cidades de Curitiba e Varsóvia ocorreu por apresentarem similaridades, como a distribuição espacial das feiras, indicadores socioeconômicos e populacionais, bem como diferenças nas políticas públicas e nos sistemas de regulação para a atividade comercial das feiras. Em termos de caracterização, ambas as cidades possuem uma população próxima de 1.800.000 habitantes e têm em seu perfil atual a prevalência de arrecadação municipal voltada majoritariamente para os setores do comércio e serviços. Quanto à tipologia de comércio das feiras livres, as duas cidades possuem tradição nessa prática, com diferentes categorias de produtos (hortifruti-granjeiros, artesanato, feiras de troca, entre outras).

Inicialmente, foram buscadas informações sobre a atuação do poder público em relação às feiras urbanas livres em Curitiba e Varsóvia, com o levantamento na internet por meio de domínios de topo (*country-code top-level domains* ou *ccTLD*)<sup>19</sup>. Esse levantamento foi realizado a partir dos termos apresentados no Quadro 4, tendo como elemento de pesquisa os websites das prefeituras das duas cidades. Foram definidos como critérios de pesquisa, em português e polonês, as expressões “feiras livres” e “feiras urbanas”, para Curitiba, e “*handel uliczny*” (comércio de rua) e “*bazar*” (feiras diversificadas), para Varsóvia.

Contexto	Domínio de topo	Expressões	Ocorrência
Prefeitura de Curitiba	“curitiba.pr.gov.br”	“feiras livres”	623
Prefeitura de Curitiba	“curitiba.pr.gov.br”	“feiras urbanas”	1.270
Prefeitura de Varsóvia	“warszawa.pl”	"handel uliczny"	14.200
Prefeitura de Varsóvia	“warszawa.pl”	“bazar”	19.000

Quadro 4 – Bases para mapeamento de discussões na internet.

Fonte: A autora.

Esse levantamento apontou para importantes dados em termos contextuais para o volume de ocorrência dos temas vinculados às feiras livres em cada cidade, trazendo elementos interessantes para serem averiguados em campo. Com base no levantamento, avançou-se no desenho do estudo, que contempla três unidades de observação: (a) as feiras enquanto espaço e arranjo organizacional; (b) o feirante enquanto agente negocial que, além das relações econômicas, também estabelece as relações sociais e simbólicas típicas nesses territórios; e (c) o gestor (público e/ou privado) do espaço da feira como agente que intermedia e regula as relações territoriais. Portanto, define-se como universo da pesquisa a verificação de atividades negociais, convivenciais, regulatórias e autorregulatórias, nas cidades de Curitiba e Varsóvia. Para compreender o fenômeno investigado, as feiras foram concebidas como arranjos inter e extraorganizacionais ecossocioeconômicos, que albergam atividades negociais e dinâmicas convivenciais nos campos políticos, culturais, econômicos e sociais.

Os dados empíricos foram levantados por meio de *surveys* com os feirantes e entrevistas semiestruturadas com os gestores dos espaços das feiras, nas duas cidades estudadas. O detalhamento para operacionalização dos objetivos geral e específicos e das técnicas de levantamento e de análise dos dados consta no Quadro 5.

<sup>19</sup> Esses domínios, atualmente em número de 250, são definidos pelo código ISO 3166-1 alpha-2, publicados e atualizados pela *International Organization for Standardization*. Aplicado para organização da internet, o domínio de topo é a sigla que serve para localizar e identificar conjuntos de computadores em cada país e em suas dependências. Esses códigos, quando utilizados de acordo com regras de programas de busca, como o *Google*, possibilitam isolar o número de ocorrências em consultas por país, de acordo com parâmetros formados por palavras, termos, frases, etc.



<b>Pergunta de Pesquisa:</b> Como ocorrem as relações formais e informais em arranjos institucionais ecossocioeconômicos e como incidem sobre atividades convencionais e negociais nas microssociedades, chamadas feiras livres urbanas?				
<b>Objetivo Geral:</b> Avaliar como ocorrem as relações formais e informais em arranjos institucionais ecossocioeconômicos e como incidem sobre atividades convencionais e negociais nas microssociedades, chamadas feiras livres urbanas, nas cidades de Curitiba e Varsóvia.				
Objetivos específicos	Fonte dos dados	Fase	Técnica de pesquisa	Procedimento metodológico
OE1 – Coletar e sistematizar os dados das atividades negociais e convencionais das feiras urbanas nas cidades de Curitiba e Varsóvia.	Documentos, observação, fotografias e notas de campo.	Exploratória e Descritiva.	Pesquisa documental e observação, junto a organizações públicas, privadas e agentes das atividades comerciais.	Busca de informações por meio de pesquisa documental, com consulta a documentos técnicos para identificar se existe e quais são os tipos de contrato e/ou processos para permissão e controle da atividade de feirantes urbanos.
				Observação e fotografia dos ambientes em que ocorrem as feiras, como base informacional para caracterização do território, do espaço físico, da infraestrutura das feiras e das relações cotidianas de convivência em tais espaços urbanos.
				Sistematização das informações levantadas em bancos de dados para serem exploradas qualitativa e quantitativamente.
OE2 – Descrever os arranjos institucionais incidentes sobre as atividades negociais e convencionais das feiras urbanas no contexto da ecossocioeconomia.	Documentos, observação, fotografias, entrevistas, questionários e notas de campo.	Exploratória e Descritiva.	Pesquisa documental, observação, entrevistas e questionários junto a organizações públicas, privadas e agentes das atividades comerciais.	Busca de informações por meio de pesquisa documental que envolverá a consulta de documentos e contratos, bem como websites.
				Observação e fotografia do ambiente onde ocorrem as feiras para levantar informações acerca do tipo de território e espaço físico das bancas.
				Aplicação de questionários a feirantes escolhidos por amostragem aleatória simples e realização de entrevistas semiestruturadas aos gestores das feiras, com questões desenvolvidas a partir de variáveis constitutivas e operacionais.
OE3 – Identificar o perfil e perspectivas dos feirantes e como se sujeitam às influências de arranjos inter e extraorganizacionais, incidentes sobre as suas atividades negociais e convencionais nas feiras urbanas.	Bibliografia, documentos, entrevistas e questionários.	Descritiva e Analítica.	Análise documental; Técnicas estatísticas.	Observação e fotografia do ambiente onde ocorrem as feiras para levantar informações acerca do tipo de território, espaço físico, estrutura das bancas.
OE4 – Compreender como os arranjos institucionais reguladores formais e informais de atividades negociais e convencionais influenciam na conformação ecossocioeconômica de contextos inter e extraorganizacionais, formados por feiras livres urbanas.	Dados da pesquisa; Notas e fotografias de campo.	Descritiva e Analítica.	Avaliação dos dados levantados.	Avaliação dos dados levantados por meio das técnicas de análise de dados qualitativos e quantitativos; Comparação dos dois casos.

Quadro 5 – Objetivos e fases da pesquisa.

Fonte: A autora.

No OE1, foram realizadas ações de coletas de dados vinculados às atividades negociais e convivenciais das feiras urbanas, nas cidades de Curitiba e Varsóvia, por meio de consulta aos portais das prefeituras locais, observação e fotografia de campo, notas de campo, bem como algumas conversas com os feirantes. Ao mesmo tempo em que a coleta acontecia, os dados obtidos foram sistematizados e organizados para que, na sequência, fosse possível criar o banco de dados. Para o cumprimento do OE2 foram realizadas as leituras dos documentos e dados encontrados, para que, desse modo, pudessem ser descritos os arranjos institucionais localizados, que estivessem vinculados às atividades negociais e convivenciais das feiras urbanas, no contexto da ecossocioeconomia. Para isso, tanto no OE2 quanto no OE3 (Quadro 5) optou-se pela aplicação de questionários e entrevistas porque essa técnica permite a obtenção de informações diretamente com o entrevistado, sobre um problema ou assunto específico, com o intuito de compreender fatos acerca do contexto das feiras nas duas cidades, tendo em vista a indisponibilidade de pesquisas e estudos prévios nessa área. As perguntas dos questionários foram elaboradas a partir das variáveis constitutivas e operacionais, conforme detalhado no Quadro 6, tendo como base o referencial teórico. Por fim, no OE4, foi realizada a análise e avaliação das informações encontradas por meio das técnicas de análise de dados qualitativos e quantitativos.

Para a aplicação dos questionários, definiram-se dois públicos específicos. O primeiro foi o grupo de feirantes que responderiam a questões abertas e fechadas dos questionários. A definição do número de entrevistados foi feita com base em cálculo amostral, demonstrado na Tabela 1 (para a cidade de Curitiba) e na Tabela 2 (para a cidade de Varsóvia). O segundo grupo, entrevistado com base em roteiro semiestruturado de questões, foi composto por agentes do poder público ou privado local, para o caso de Varsóvia, e público, para o caso de Curitiba. A definição dos entrevistados se deu por meio de amostra não probabilística e o critério de seleção em razão da importância de ambos terem algum tipo de vínculo com a gestão, controle e/ou acompanhamento das feiras livres urbanas. A necessidade de qualificar os agentes nas categorias público e privado decorreu do fato de ter sido identificado, na pesquisa exploratória, o controle das feiras como sendo feito, em Curitiba, pelo poder público e, em Varsóvia, por agentes públicos e privados, onde ambas seguem a regulação pública.

Em Curitiba foi considerado o número total de 738 feirantes atuantes nas 123 feiras, para fins de amostragem aleatória simples (SCHEAFFER *et al.*, 2006). A partir disso, considerando erro amostral de 5% e de coeficiente de confiança 95%, foi delimitado o grupo de

253 feirantes para obtenção de questionários válidos respondidos, sendo que o número aplicado foi maior, totalizando 334 questionários.

Tabela 1 – População e tamanho da amostra das feiras convencionais em Curitiba.

Feiras	Total de feiras	Total de feirantes
Nossa Feira	15	90
Orgânicos	14	84
Feira volante diurna	39	234
Feira volante noturna	12	72
Gastronômica	03	18
Litoral	01	6
Direto da Roça e do Mar	09	54
Artesanato	20	120
Antiguidades	01	6
Artes plásticas	01	6
Feiras Especiais	08	48
<b>Quantidade total</b>	<b>123</b>	<b>738</b>

Fonte: A autora, com base em IMT (2017) e SMAB (2017).

Da mesma forma, para o cálculo da amostra de feirantes atuantes na cidade de Varsóvia, tomou-se como base as 476 feiras, utilizando-se também de amostragem aleatória simples (SCHEAFFER *et al.*, 2006). Do total de 592, considerando erro amostral de 5% e o coeficiente de confiança 95%, foram aplicados 233 questionários.

Tabela 2 – População e tamanho da amostra das feiras convencionais em Varsóvia.

Feiras	Total de feiras	Total de feirantes
Feiras Fixas Permanentes em mercados (Targowisko stałe)	57	140
Pontos de venda (Stanowisko handlowe)	408	408
Feiras de um dia (Targowisko jednodniowe)	11	44
<b>Quantidade total</b>	<b>476</b>	<b>592</b>

Fonte: A autora, com base em Targowiska (2017).

A aproximação da realidade empírica com os fundamentos teóricos ocorreu a partir das categorias amplas vinculadas aos temas principais do estudo: (a) atividades comerciais urbanas e (b) ecossocioeconomia. A partir disso, foram definidas três categorias analíticas: **(C1) Configuração relacional interna nas feiras urbanas**, para compreender o perfil das feiras nas duas cidades; **(C2) Arranjos interorganizacionais**; e **(C3) Arranjos extraorganizacionais**, detalhadas a seguir e sistematizadas no Quadro 6.

Na categoria “Configuração relacional interna às feiras urbanas” – C1 –, as bases para a construção das variáveis foram as perspectivas: de que as feiras contemplam atividades de pequeno porte, geralmente familiares ou autônomas, que produzem ou comercializam pequenas quantidades de mercadorias (SANTOS, 2008 [1979], p. 197); são atividades em

microescala, que abrigam um contingente considerável da população ativa (MAX-NEEF *et al.*, 2012, p. 66); são consideradas canais de distribuição junto com sacolões, varejões e comboios (SANTOS; SILVEIRA, 2011, p. 151); apresentam algumas características, como a personalização de atendimento ao cliente e a barganha nos preços (GODOY, 2005; PORTO, 2005; QUEIROZ; AZEVEDO, 2012; ERIMAR SANTOS, 2013; BRUGGER, 2014).

Para tanto, foram estabelecidas as seguintes variáveis: **(a) Variável Relacional** – identificar o perfil do feirante e de seu grupo imediato, bem como as características e categorias das feiras comuns para as duas cidades, tendo como unidade de análise o indivíduo, sua família, colaborador, funcionário e/ou vínculo com diarista; **(b) Variáveis Operacionais** – definir os perfis de acordo com a faixa etária, escolaridade, sexo, nível de formalização, razões para escolher a feira, número de pessoas envolvidas na atividade, bem como o tipo de vínculo para formalização do trabalho e o perfil geral da microssociedade, representada pela feira urbana. Assim, por meio desse delineamento, esta categoria oportuniza a caracterização das feiras para averiguar quais informações são significativas para compreender, e depois comparar, os dois contextos socioeconômicos em que se inserem as feiras nos territórios de cada cidade.

A categoria “Arranjos interorganizacionais”, tem por base o conceito que se refere às relações que ocorrem entre organizações (SAMPAIO, 2010), os feirantes e o poder público, no contexto regulado e autorregulado, em Curitiba (PADILHA, 2017, p. 19) e em Varsóvia (WITKOWSKI, 1993; KLIMA; ZAJACZKOWSKI, 2008, p. 143).

Para isso, foi definida uma subdivisão com o objetivo de facilitar a análise do contexto regulado e autorregulado. Para o contexto regulado, foram estabelecidas as seguintes variáveis: **(a) Variável Relacional** – Arranjos institucionais formais, considerando o contexto regulado, tendo como unidade de análise a Secretaria Municipal do Abastecimento (SMAB) e o Instituto Municipal de Turismo (IMT); **(b) Variáveis Operacionais** – Avaliação da influência do gestor, público e/ou privado (para o caso da Polônia), no espaço da feira, como agente que intermedia e regula as relações territoriais, bem como quais as ações de regulação, fiscalização e controle realizadas para a atividade comercial da feira. Este delineamento oportunizou apreender o modo como se estabelecem as relações entre as organizações públicas e privadas no território, também como se dá os delineamentos dos arranjos institucionais no contexto regulado.

Para o contexto autorregulado, foram estabelecidas as seguintes variáveis: **(a) Variável Relacional** – Arranjos institucionais informais, no contexto autorregulado, tendo como unidades de análise os mecanismos utilizados na gestão dos diferentes interesses; as organizações e formas de representação; editais (representação formal); Leis e Decretos; **(b) Variáveis**

**Operacionais** – Tipologia e perfil dos arranjos organizacionais que atuam no território; se existem ações de incentivo ou de controle para a atividade da feira; qual a forma de participação do feirante (independente ou associado/cooperado); e se existem e quais são as formas de participação do feirante na formulação e proposição das regulações, com seu papel de agente negocial no território (contexto autorregulado).

Do mesmo modo, na categoria “Arranjos extraorganizacionais” (SAMPAIO, 2010) foi estabelecida uma subdivisão para facilitar a análise dos aspectos negociais e convencionais das feiras (GODOY, 2005, p. 3-4; TAVARES, 2005, p. 17;20). Nesses arranjos extraorganizacionais, verificou-se de que maneira os arranjos interorganizacionais influenciam as relações territoriais, trazendo impactos no modo de vida do feirante, nas suas relações com a clientela e com o território, também no contexto dos arranjos institucionais autorregulados. Com isso, buscou-se compreender se ocorre e como ocorre a participação do feirante como agente regulador no território, na formulação e proposição das regulações.

No contexto negocial, foram determinadas as seguintes variáveis: **(a) Variável Relacional** – Relações negociais, tendo como unidade de análise as relações concorrenciais, critérios para a formação do preço de venda, permanência ou sentido de pertencimento do feirante ao território; **(b) Variáveis Operacionais** – Estratégias de gestão utilizadas na banca e quais os meios de participação e influências dos feirantes na formulação das regulações de sua atividade comercial.

Já para o contexto convivencial, foram estabelecidas as seguintes variáveis: **(a) Variável Relacional** – Relações convivenciais, tendo como unidades de análise os conflitos, quais os interesses individuais e coletivos que prevalecem no cotidiano e de que modo ocorre a relação com o território; **(b) Variáveis Operacionais** – qual a influência das organizações – públicas e privadas – nas relações territoriais e como ocorre o “modo de vida do feirante”, a partir da relação com os demais feirantes, com a clientela e com o território.

<b>Categorias analíticas</b>	<b>Variável relacional</b>	<b>Unidade de análise</b>	<b>Variável operacional</b>
Configuração relacional interna das feiras urbanas	Perfil do Feirante e de seu grupo imediato (família, colaboradores, funcionários, diaristas); Características e categorias das feiras comuns para as duas cidades.	Indivíduo; Família; Colaborador/ funcionário/ diarista.	Definição de perfis a partir das variáveis: faixa etária, escolaridade, sexo, nível de formalização, razões para escolher a feira, número de pessoas envolvidas na atividade; Tipo de vínculo para formalização do trabalho; Perfil geral da microssociedade representada pela feira urbana.

continua

conclusão

<b>Categorias analíticas</b>	<b>Variável relacional</b>	<b>Unidade de análise</b>	<b>Variável operacional</b>
Arranjos interorganizacionais	Arranjos institucionais formais, no contexto regulado.	SMAB; IMT.	Avaliação da influência do gestor (público e/ou privado), no espaço da feira, como agente que intermedia e regula as relações territoriais (contexto regulado); Ações de regulação, fiscalização e controle são realizadas para a atividade comercial da feira.
	Arranjos institucionais informais, no contexto autorregulado.	Mecanismo de gestão de interesses; Organizações e formas de representação; Edital (representação formal); Leis e Decretos.	Tipologia e perfil dos arranjos organizacionais que atuam no território; As ações de incentivo ou de controle para a atividade da feira; Forma de participação do feirante na feira (independente ou associado/cooperado); Formas de participação do feirante na formulação e proposição das regulações, com seu papel de agente negocial no território (contexto autorregulado).
Arranjos extraorganizacionais	Relações negociais.	Relações concorrenciais; Formação do preço; Permanência.	Estratégias de gestão utilizadas na banca; Meios de participação e influências dos feirantes na formulação das regulações de sua atividade comercial.
	Relações Convivenciais.	Conflitos; Interesses individuais; Interesses coletivos; Relação com o território.	Influência das organizações – públicas e privadas – nas relações territoriais; Modo de vida do feirante a partir da relação com os demais feirantes, com a clientela e com o território.

Quadro 6 – Categorias analíticas.

Fonte: A autora.

Partindo da definição das categorias analíticas e das variáveis, foram estabelecidas as perguntas que compuseram os questionários, conforme apresentadas no Quadro 7. A versão completa dos questionários, em português e polonês, aplicados para serem respondidos pelos feirantes, estão no Apêndice I e o roteiro de entrevista para o gestor da feira está no Apêndice II.

<b>Categorias analíticas</b>	<b>Questões para o feirante (Apêndice I)</b>	<b>Questões para o gestor da feira (Apêndice 2)</b>
Configuração relacional interna das feiras urbanas	Questões de 1 a 10; 14; 16 a 21; 24-29.	Questões número 1 a 3; 17.
Arranjos interorganizacionais - contexto regulado e autorregulado	Questões número 15; 22; 36 e 38.	Questões número 4 a 8; 15.
Arranjos extraorganizacionais - relações negociais e convivenciais	Questões número 11 a 13; 23; 30 a 35; 39.	Questões número 9-14; 16.

Quadro 7 – Questões das entrevistas.

Fonte: A autora.

Por fim, o detalhamento de cada caso, bem como as fases, procedimentos e critérios utilizados em cada uma das cidades estão descritos no próximo capítulo em específico.

## 4 APRESENTAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DOS CASOS

No Brasil e na Polônia, as feiras urbanas surgiram e se desenvolveram a partir de diferentes contextos econômicos e políticos. Entretanto, mais recentemente, as mesmas têm sido ressignificadas e reordenadas a partir de novas regulações locais, que alteram as permissões e o funcionamento, além de sofrerem o impacto das relações comerciais internacionais, advindas dos acordos comerciais globalizados, os quais impactam diretamente nesta atividade comercial, como a vinda das redes de supermercados.

### 4.1 AS FEIRAS URBANAS NO BRASIL E NA POLÔNIA

No Brasil, as feiras compõem a cultura das cidades e têm suas origens no período colonial, desde a influência de Portugal (ALMEIDA, 2009, p. 22). As primeiras referências sobre essa prática comercial, com estrutura similar ao que ocorria na França, remonta ao ano de 1687, em São Paulo. Nessa época, a prefeitura autorizou a venda de “gêneros da terra, hortaliças e peixe, no terreiro da Misericórdia” (PMSP, 2013). Com o passar do tempo, o formato e a estrutura das feiras em São Paulo foram se modificando e, no período que corresponde ao final do século XVIII e início do século XIX, as feiras ganharam estruturas que se mantêm até os dias atuais. A partir desse período, as feiras se expandiram para todo o território brasileiro, passando a desempenhar funções no abastecimento das cidades (GODOY, 2005, p. 4). Desde então, os diferentes tipos de feiras se consolidaram nas cidades brasileiras e também se adaptaram aos variados tipos de realidades territoriais.

As feiras brasileiras já perderam os aspectos mais tradicionais, no que diz respeito à circulação de mercadoria e no sentido de formação de comunidade (TAVARES, 2005, p. 20). Também perderam o protagonismo no comércio local, nos grandes centros urbanos; mesmo assim, as feiras resistem às mudanças no sistema econômico e às várias influências dos agentes comerciais, sendo ainda representativas no espaço urbano. Quanto ao papel de formação de comunidade, houve a migração para um outro papel que faz com que as feiras estabeleçam variados tipos de relações de sociabilidade.

Embora as feiras possam ser caracterizadas, de modo geral, como atividades econômicas não modernas, em alguns casos, as características delas se alteram completamente, fazendo com que passem a fazer parte de uma atividade contemporânea. Isso se deu pelo fato de o capital se apropriar da dinâmica das feiras, fazendo com que o perfil das mesmas se alterasse. Um exemplo é quando são transformadas em atrativos turísticos, passando a ofertar produtos com valores maiores e atraindo um outro tipo de público. É o caso da Feira de Caruaru (PE), a Feira do Ver-o-Peso (PA) (ERIMAR SANTOS, 2013, p. 40) e a Feira do Largo da Ordem (PR). Porém, do ponto de vista das relações regionais, há um importante aspecto que faz da feira um elemento legítimo de interação entre rural e urbano. No Brasil, as feiras livres ainda representam papel importante em outros aspectos, entre eles, a geração de renda e a construção de territorialidades.

Aspectos parecidos, acerca da importância e da permanência das feiras, também são identificados na Polônia que, com a alteração dos regimes políticos e econômicos no ano de 1989, em sua história mais recente, vivencia alterações significativas para a população em geral e nas relações comerciais. As feiras, que são tradicionais na Europa, seguem em funcionamento, mesmo com as alterações no sistema econômico.

Na Polônia, os mercados públicos e mercados ao ar livre são as principais formas de comércio de produtos da agricultura tradicional, mesmo com a existência de comércios fixos, como supermercados e hipermercados. A origem desses produtos é, em geral, de pequenas propriedades, sendo que algumas delas fazem a extração de modo sustentável, com volumes pequenos, inclusive de fontes da natureza selvagem, como é o caso das frutas silvestres: cogumelos, plantas medicinais e ervas (PAKOSZ *et al.*, 2016). A comercialização direta desses produtos, que ocorre entre o produtor e o consumidor, é uma das formas mais populares e ainda mantém a preferência na Polônia (WAWRYSZUK e GOLEBIEWSKI, 2014). Possivelmente, aí reside uma das justificativas da permanência das feiras ao longo dos séculos: a itinerância das feiras e a comodidade de levar os produtos mais próximos do consumidor, por funcionarem nos bairros, são fatores de fidelização junto aos consumidores. Isso ocorre apesar de os mercados públicos, ou mercados municipais, oferecerem uma variedade de produtos muito maior do que as feiras livres.

Em Varsóvia, recentemente, as feiras e bazares têm sido pauta de diferentes discussões quanto à sua ressignificação diante dos processos de reconfiguração urbana e, em alguns casos específicos, quanto à extinção, o que divide a opinião dos moradores. A questão principal é a de que os bazares resistiram “à guerra, ao comunismo e até à expansão dos hipermercados.



Eles cairão sob a pressão da gentrificação?” (WOŚ, 2018). Um caso recente, da Feira de Wolumen, no distrito de Bielany, em que os comerciantes estão se mobilizando para mantê-la frente às notícias de um novo plano urbano para a construção de um conjunto habitacional no mesmo local, mostra como estratégia o envolvimento do vice-prefeito, do referido distrito, que está preparando um projeto para registrar a feira como patrimônio e, desse modo, tentar preservá-la (WOŚ, 2018).

A feira, com seu jeito próprio de existir, conforme ilustrado na Figura 7, não agrada a todos e, com isso, alguns movimentos de “modernização” da Polônia, frente a todo o processo de entrada no capitalismo a partir de 1989, têm vencido pautas políticas que já ocasionam o encerramento de algumas feiras, como, por exemplo, uma grande feira que ocorria nas proximidades do Estádio Nacional, em Varsóvia.



Figura 7 – Comerciante na Polônia.

Fonte: Woś (2018).

Autoria: Kornelia Głowacka-Wolf, para o jornal Agencji Gazeta.

Os mercados, também conhecidos por “bazar”, embora ofereçam atendimento em maior número de dias na semana e com maior conforto e em locais fechados, acabaram ficando em áreas mais centrais, com o crescimento das cidades, dificultando o acesso de grande parte dos moradores, especialmente os que residem em bairros periféricos. Este fato fez com que o perfil da clientela nos mercados públicos ou municipais também se alterasse ao longo do tempo. Quanto às feiras urbanas, existem pressões contrárias à permanência delas no espaço urbano, tais como a concorrência do comércio local, os vizinhos que reclamam do barulho, da sujeira e das alterações no fluxo de trânsito. Mesmo assim,

as pressões favoráveis se sobressaem, instigando perguntas sobre quais os motivos que levam à permanência das mesmas ao longo das décadas.

A permanência das feiras no espaço urbano tem sido alvo de pesquisas, como as de Mumford (1998); Ferretti (2000); Tavares (2005); Mascarenhas e Dolzani (2008); Erimar Santos (2013), e apontam como fatores de sua sustentação: os vínculos econômicos e comerciais com os mercadores; a comercialização de produção local excedente; a função simbólica na troca de saberes e fazeres no cotidiano das cidades e no intercâmbio entre o campo e a cidade; a função social na geração de trabalho e renda; a função socioespacial na apropriação do território pelos interessados, fortalecendo vínculos; e o sentido de pertencimento. Além disso, todos esses fatores interferem na ocupação e na produção do espaço urbano, como a configuração dos arranjos socioprodutivos que se configuram a partir das feiras.

Existem duas razões principais para a permanência das feiras nas cidades: população suficientemente grande, que cria vínculos comerciais com os mercadores e esses, por sua vez, estabelecem ligações distantes para ofertar uma diversidade grande de produtos, embora, em muitos casos, os valores sejam mais altos; e a produtividade local, que permite que os excedentes possam ser comercializados ao público em geral e de diferentes formas (MUMFORD, 1998, p. 84-85). Para o caso brasileiro, uma das razões para a permanência das feiras ocorre em razão das desigualdades na distribuição de renda, que faz com que as populações de baixa renda se torne clientela fiel desse tipo de comércio, sendo a feira uma instituição ainda necessária (FERRETTI, 2000, p. 63). Para o caso da Polônia, mesmo com o comércio local e as novas políticas econômicas, as feiras continuam tendo sua importância no contexto urbano. As feiras ao ar livre são sazonais e ocorrem no período da primavera e do verão. Desse modo, enquanto não é possível adquirir os produtos ao ar livre, a população recorre aos mercados e feiras em locais fechados, que acontecem no período do outono e inverno.

Ao analisar as feiras, Godoy (2005) aponta para as diferentes dimensões e funções: (a) funções mercantilistas, representando um segmento do varejo; (b) função simbólica, que vai além da economia, consagrando a separação do mundo urbano e o mundo rural; (c) função social, que fortalece a agricultura familiar, agregando valor aos produtos por encurtar a cadeia comercial, e oportuniza maior controle de procedência dos produtos e a geração de emprego e renda; (d) consolidação de um espaço formador de relações socioafetivas, pelos vínculos entre o feirante e o consumidor final.

Outro aspecto importante que prevalece no ambiente das feiras diz respeito às relações de sociabilidade e de construção do território que, se intensificadas, fazem com que as pessoas

se apropriem culturalmente dessa prática e, desse modo, persista culturalmente a existência desse elemento urbano clássico (MASCARENHAS; DOLZANI, 2008). “A feira local é um dos poucos lugares onde você ainda pode se reunir em igualdade de condições” (WOŚ, 2018). Assim sendo, uma das funções das feiras é permitir a apropriação coletiva de um espaço, o que está diretamente vinculado ao modo de vida dessa coletividade urbana. Portanto, as feiras livres urbanas vão muito além da função meramente econômica, pois o espaço oportuniza variadas experiências.

O dinamismo de uma feira ocorre de acordo com o que os interessados se apropriam, pois é nesse ambiente que acontece o fluxo e interação das identidades, dos vínculos e sentimentos de pertencimento, interferindo na ocupação do espaço urbano (TAVARES, 2005, p. 98). Essa construção nem sempre é simples, já que envolve inúmeros interesses explícitos e velados desses atores sociais e as tensões também podem ser detectadas em alguns territórios específicos, entre os feirantes e o comércio local.

É importante destacar que, embora existam as feiras tradicionais, constata-se também um fenômeno urbano espontâneo em ambas as cidades, que são os grupos de pessoas que se organizam para vender diferentes produtos. Exemplo: hortifrutigranjeiros num modelo de compras coletivas e também cooperativas ou associações que recebem os pedidos e entregam os produtos na casa dos clientes, como a Chácara Flor de Laranjeira, ou combinam um local central de entrega e o cliente retira neste local, como faz a Casa da Videira.

Em Curitiba, foi identificado, nos últimos dois anos, um crescente movimento espontâneo de eventos de bazares informais, de itens usados e também de itens novos, como as peças confeccionadas e criadas por artesãos e designers, que ocorrem em diferentes bairros e épocas do ano. Entre eles, existem os bazares de pequeno porte: Santa Feira (no restaurante Dom Antônio), Fancy & Fun (Juvevê), Casa 102 (Cabral), Feito em Curitiba (Juvevê). Bazares porte médio ou grande, que acontecem duas ou três vezes ao ano, com média entre 80 a 100 expositores: Emporium Handmade, Manoo, Cute Cute.

Além disso, existem as feiras de grande porte, organizadas por grandes empresas de eventos, em que, em muitos casos, os mesmos feirantes tradicionais do bairro também expõem seus produtos. A diferença é que pagam um alto valor pela locação do espaço para dois ou três dias de feira. Nesta categoria, no segmento de artesanato, existem as feiras: Feiart (nacional), Quilt Craft (nacional), Santa Rita (local). As demais feiras de grande porte, com característica mista, que permitem a venda de produtos artesanais e industrializados, são: Feira das Malhas (Parque Barigui e Morumbi), Bebê e Gestante

(Morumbi), Feira das Noivas (Barigui), entre outras pequenas feiras temáticas, que ocorrem nos espaços do Parque Barigui e Morumbi.

Na Polônia, no período de observações, foi constatada a ocorrência da ação de cooperativas de produtores de hortifrutigranjeiros, que, por meio de grupos de pessoas, disponibilizam os alimentos que são adquiridos coletivamente, a exemplo da *Warszawska Kooperatywa Spożywcza*.

O universo das feiras, portanto, é bem variado e é constituído por diferentes agentes e atores: desde agricultores, artesãos, artistas, colecionadores e designers, que vendem e negociam a própria produção; diferentes tipos de feirantes formais e informais; consumidores de baixa renda e de classe média; envolvimento do poder público, que é diferente em cada modalidade de feira e em cada município.

#### **4.1.1 O contexto de Curitiba**

A cidade de Curitiba, capital do Estado do Paraná, está localizada na região sul do Brasil, foi fundada em 29 de março de 1693 e possui uma população estimada de 1.908.359 mil habitantes (IBGE, 2017). Ao longo de sua história, a cidade recebeu contingentes de imigrantes, desde europeus, asiáticos e africanos, que influenciaram e contribuíram em sua configuração socioeconômica e sociocultural. A vinda de imigrantes, especialmente os europeus, se intensificou a partir da segunda metade do século 19<sup>20</sup>, com o incentivo governamental à

---

<sup>20</sup> “Os poloneses chegaram em 1871 e criaram as colônias de Tomás Coelho (Araucária), Muricy (São José dos Pinhais), Santa Cândida, Orleans, Lamenha, Pilarzinho e Abranches. Atuaram basicamente na lavoura e no comércio. Hoje, formam em Curitiba a maior colônia polonesa no Brasil. Em 1872, segundo registros históricos, a presença dos alemães no núcleo urbano já era notável. Eles iniciaram o processo de industrialização – metalurgia e gráfica –, incrementaram o comércio, introduziram modificações na arquitetura e disseminaram hábitos alimentares. Difundiram, também, a noção de associativismo. Os italianos vieram para Curitiba em 1872 e, em 1878, criaram a Colônia Santa Felicidade. Os oriundos do norte da Itália eram, em sua maioria, operários, artesãos, profissionais especializados e comerciantes. Os provindos do sul dedicavam-se à lavoura e introduziram novos implementos agrícolas. Assim como os poloneses, eles vendiam na cidade, de carroça, sua produção de hortaliças.

Os ucranianos vieram em 1895. Estabeleceram-se no Campo da Galícia e foram expandindo suas propriedades ao longo da atual Avenida Cândido Hartmann e por todo o bairro Bigorriho. Os japoneses marcaram presença em Curitiba a partir de 1915, com a chegada de Mizumo Ryu. Em 1924, deslocaram-se para cá em maior número e se fixaram na cidade e redondezas - nos bairros Uberaba, Campo Comprido, Santa Felicidade e o município de Araucária. Os sírios e libaneses, no início do século XX, estabeleceram-se no comércio de roupas, sapatos, tecidos e armarinhos. Em função das características de suas lojas, ocuparam a área central da cidade. Os primeiros imigrantes vendiam as novidades para as colônias mais distantes, viajando em lombo de burro e batendo de porta em porta. Curitiba também guarda marcas da presença negra, embora esta seja pouco documentada. Auguste de Saint-Hilaire, naturalista francês que andou pela cidade em 1820, fez levantamentos sobre a população da província: em 1818, havia 1.587 escravos

colonização e também devido à emancipação política do Estado do Paraná, em 1854 (PREFEITURA MUNICIPAL DE CURITIBA, 2018a).

Nesse mesmo período, tiveram origem as feiras urbanas em Curitiba, quando esses imigrantes, especialmente os alemães, poloneses e italianos, deram início a esse tipo de comercialização de hortifrutigranjeiros. Os alimentos eram produzidos em suas chácaras distantes do centro urbano e o transporte ocorria por meio de carroças (PREFEITURA MUNICIPAL DE CURITIBA, 2016).

No início do século XX, na primeira República, o cenário urbano recebe influências de movimentos intelectuais em prol da modernização e Curitiba também adere com projetos realizados nos anos seguintes. Desde então, houve uma melhoria em infraestrutura no alargamento e asfaltamento de ruas, calçamentos em algumas vias públicas, ações de melhoria no policiamento, políticas econômicas para incentivo às indústrias e ao comércio, movimentos espontâneos com o surgimento de edifícios mais modernos, além de lugares e clubes para lazer e espaços culturais (CRUZETTA, 2010, p. 7-9; 11-14).

Entre os anos de 1915 a 1937, entrava em funcionamento o Mercadinho do Batel, que cumpria as demandas de abastecimento da cidade nesse período. Após sua demolição, o município permaneceu sem um prédio público para abastecimento, por 21 anos. Para resolver essa situação, a prefeitura implementou uma regulação autorizando o funcionamento das feiras livres itinerantes; desse modo, os feirantes poderiam percorrer os bairros da capital. Mas as feiras não agradaram a população, que exigia “um Mercado Municipal, à maneira das grandes e pequenas cidades do País”. Somente a partir do Plano Agache<sup>21</sup>,

---

contra 1.941, 20 anos depois, em 1838. Nos mesmos anos, a população total era de 11.014 e de 16.155 habitantes, respectivamente. Ou seja: a população cresceu em 5.141 pessoas e os escravos, em 354. Mas, apesar dos poucos documentos existentes, a escravatura existiu no Paraná ao longo dos ciclos econômicos e na construção de obras gigantes como, por exemplo, a Estrada de Ferro Paranaguá-Curitiba, entre 1880-85, ligando o Litoral ao Primeiro Planalto e com a engenharia dos irmãos Antônio e André Rebouças, ambos mulatos” (PREFEITURA MUNICIPAL DE CURITIBA, 2018a).

<sup>21</sup> A história formal do planejamento urbano inicia em 1943, com o Plano Agache. O Plano Diretor de Urbanização de Curitiba, como também era conhecido, estabeleceu diretrizes e normas para ordenar o crescimento da cidade, com ênfase no tráfego e no zoneamento das funções urbanas. Centros especializados são definidos para cidade, como: Militar - no bairro Bacacheri, Esportivo - no bairro Tarumã, de Abastecimento - Mercado Municipal no Centro, de Educação - Centro Politécnico, Industrial - no bairro Rebouças e Administrativo - no bairro Centro Cívico, cuja construção é iniciada em 1955. Crescimento radial para a cidade, estabelecendo princípios de circulação, interligando os diversos centros propostos. Por este motivo, o plano também era chamado de Plano das Avenidas (IPPUC, 2018). Também teve influência francesa o segundo grande plano urbanístico de Curitiba, encomendado em 1941, pela firma paulista Coimbra Bueno & Cia, que, por sua vez, contratou o arquiteto e urbanista francês, Alfredo Agache. O plano foi entregue à Prefeitura de Curitiba em 23 de outubro de 1943. Pelo Plano Agache, foi adotado um sistema radial de vias ao redor do centro. Deixou marcas que permanecem: as grandes avenidas, como Visconde de Guarapuava, Sete de Setembro e Marechal Floriano Peixoto; as galerias pluviais da Rua XV de Novembro; o recuo obrigatório de 5 metros para construções novas; a concentração de fábricas na Zona Industrial atrás da Estação Ferroviária; a previsão de áreas para o Centro Cívico e para o Centro Politécnico; o Mercado Municipal. O Plano Agache orientou as autori-

em 1956, foi iniciada a construção de um novo Mercado Municipal<sup>22</sup> para essa função. O que se notou de diferente, especialmente em relação ao grupo de atores interessados ao comparar os arranjos para a formação dos mercados públicos anteriores para esse novo mercado, foi o envolvimento de “arquitetos urbanistas, engenheiros, prefeitos, etc.”, que traziam contribuições com “ideias modernistas, textos legais e planos urbanísticos” (PADILHA, 2017, p. 64-66).

Nos anos de 1970, a escassez de alimentos fez com que o governo estadual adotasse o tabelamento de preços para produtos básicos, medida que afetou Curitiba e demais cidades do estado (PADILHA, 2017, p. 40). Entre os anos de 1970 e 1980, diversos movimentos governamentais deram início à institucionalização das feiras.

Muitas das feiras existentes foram sendo institucionalizadas e permanecem como um espaço de acomodação, no sentido mais político, sendo que parte delas surgiu de pensamentos livres e de sociabilidades entrecruzadas, formando campos de batalhas intensas e de reinvenção de uma sociedade permeada pela industrialização em massa, globalização e frenesi de consumo (BONZATTO; POLICHUK, 2014, p. 97).

Ao longo das décadas seguintes, as feiras foram se modificando e recebendo novas regulações. Fato compreensível, tendo em vista o avanço das legislações brasileiras, que abrangem os níveis federal, estadual e municipal. Pode-se destacar a feirinha hippie, que surgiu nos anos de 1970, e que, aos poucos, se consolidou com o agrupamento de artesãos, bancas com serviços e alimentos, até que recebe o novo nome: Feira do Largo. No ano de 1989, começaram a funcionar três barracas com a venda de produtos orgânicos. Com o aumento de barracas de orgânicos, em 1993, ocorre a organização de uma nova feira, no Passeio Público, a Feira Verde. Nos anos posteriores, quatro novas feiras foram renomeadas como Feiras Orgânicas (PADILHA, 2017, p. 19).

Atualmente, as diferentes feiras livres estão distribuídas em 41 pontos da cidade e acontecem nas ruas e praças do município, de terça a domingo. As diurnas ocorrem entre 7h e 12h30, também das 14h às 20h; as noturnas, entre 16h e 22h, variando de acordo com

---

dades municipais até 1958, quando foi criado o Departamento de Urbanismo da Prefeitura, junto com a Coplac - Comissão de Planejamento de Curitiba (PREFEITURA MUNICIPAL DE CURITIBA, 2018d).

<sup>22</sup> Fundado em 02 de agosto de 1958, o Mercado Municipal de Curitiba é o principal e mais tradicional endereço para compras de Curitiba. Nas bancas de hortigranjeiros, nas lojas de *delicatessens* e setor orgânico, o consumidor encontra produtos, como: bebidas, queijos e vinhos de diversas procedências, ervas medicinais, temperos e especiarias, iguarias, conservas, pescados, embutidos, carnes exóticas e com cortes especiais. Também são vendidos produtos de decoração, utensílios domésticos, produtos de limpeza, armarinhos, presentes, entre outros. Pode-se curtir momentos agradáveis nos restaurantes étnicos na praça da alimentação, ponto de encontro dos curitibanos de diversas gerações, e ainda participar de eventos realizados regularmente dentro do Mercado (MERCADO MUNICIPAL DE CURITIBA, 2018).

o bairro. Nessas feiras, 60% das vendas é de hortifrutigranjeiros e o percentual restante é composto por produtos de uso doméstico, lanches, conservas, temperos, armarinhos e sementes. Elas geram um montante de comercialização próximo de 900 toneladas de alimentos por semestre (PREFEITURA MUNICIPAL DE CURITIBA, 2016).

Para ilustrar a distribuição das feiras no município de Curitiba, buscou-se algum mapa ou informação no website da Prefeitura Municipal e, na ausência desse, foi possível elaborar o mapa a partir do Guia de Feiras, do Portal Gazeta do Povo, apresentado na Figura 8. O que podemos perceber, pelos números destacados, é que as feiras volantes semanais ocorrem em diferentes bairros. Notamos que a distribuição não é homogênea, havendo uma concentração maior de feiras na região central.

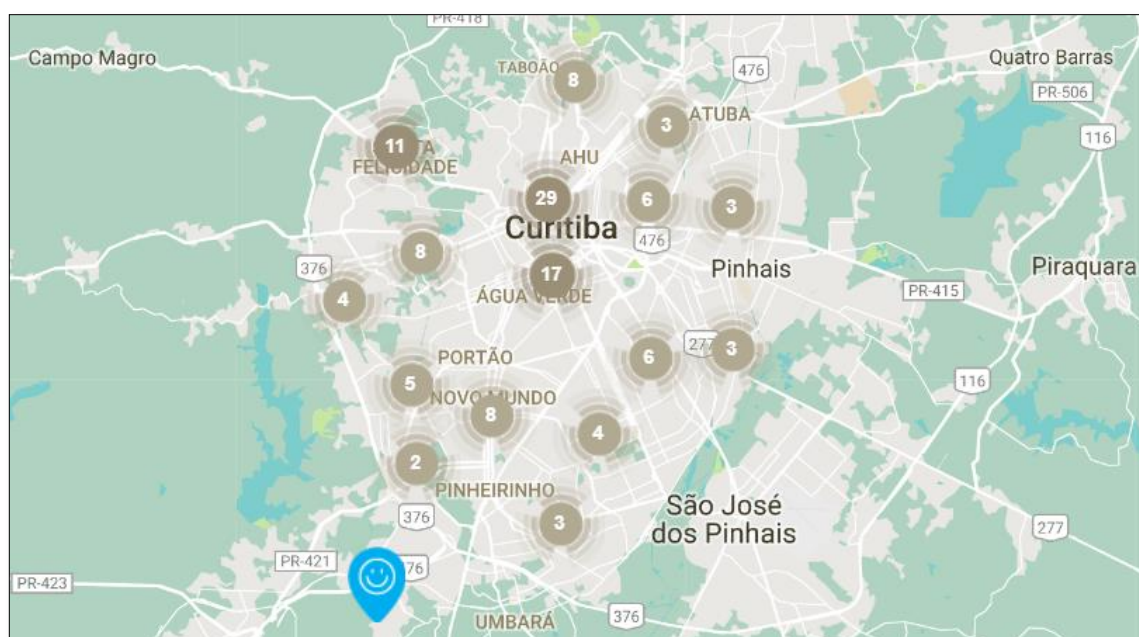


Figura 8 – Mapa das feiras em Curitiba (Brasil).  
Fonte: Gazeta do Povo (2018b).

Além dessas feiras volantes, existem outras 81 feiras, em outras categorias, que funcionam mensalmente, nos bairros de Curitiba, e seguem diferentes cronogramas e horários. Essas são feiras diversificadas e estão distribuídas da seguinte forma: 12 feiras gastronômicas (noturna e diurna); 13 feiras com venda de produtos orgânicos; 22 feiras de artesanato; 13 feiras Direto da Roça; e a mais recente, Programa Nossa Feira, que comercializa produtos com o valor fixo de R\$ 2,29 por quilo e, em 2016, no início da pesquisa, totalizava 21 feiras (PREFEITURA MUNICIPAL DE CURITIBA, 2016). Ao voltar a campo, em dezembro de 2018, para aplicar questionários complementares em Curitiba, foi constatada a diminuição das

feiras desta categoria, caindo para um número de dez (PREFEITURA MUNICIPAL DE CURITIBA, 2018e). Na Tabela 3 estão apresentados dados atualizados, com o período de fechamento da pesquisa, em que havia um total de 117 feiras em Curitiba.

Tabela 3 – Feiras urbanas em Curitiba.

<b>Categoria</b>	<b>Agente público responsável</b>	<b>Quantidade de feiras</b>	<b>Estimativa do número de bancas/feirantes</b>
Nossa Feira	SMAB	10	50
Orgânicos	SMAB	14	84
Feira volante diurna	SMAB	38	342
Feira volante noturna	SMAB	14	126
Gastronômica	SMAB	03	18
Litoral	SMAB	01	2
Direto da Roça e do Mar <sup>23</sup>	SMAB	07	14
Artesanato	IMT	20	1.490
Antiguidades	IMT	01	4
Artes plásticas	IMT	01	6
Feiras Especiais	IMT	08	200
<b>Número total de feiras/feirantes</b>		<b>117</b>	<b>2.336</b>

Fonte: A autora, com base em IMT (2018) e SMAB (2018).

A seguir, são apresentadas as fotos das visitas realizadas em algumas feiras, por categorias. Não foram visitadas as seguintes categorias: Litoral, Artes Plásticas, Feiras Especiais e Gastronômicas.

A feira denominada “Nossa Feira” faz parte de um programa que procura integrar os produtores agrícolas da Região Metropolitana de Curitiba com a capital, para incentivar as vendas diretas ao consumidor, com produtos vendidos a preço único. As regras gerais para participação do feirante é que eles têm de fazer parte de uma cooperativa e essa deve gerenciar a banca, ofertando diferentes produtos, a cada dia de trabalho. Aqueles que atendem na banca são agricultores cooperativados e há o cuidado para que se ofereça variedade de produtos. Também há a autonomia, por exemplo, de revenderem produtos de outros fornecedores, com valores diferenciados, para manter a variedade, pois, em alguns casos, não há produção de determinado produto por cooperativados.

Mesmo sendo um programa interessante, no sentido de fortalecer a agricultura familiar, ao longo da pesquisa, constatou-se o encerramento de algumas feiras. Na pesquisa de campo,

<sup>23</sup> O Programa Direto da Roça e do Mar tem como objetivo dar oportunidade para o produtor rural da região metropolitana, para que comercialize diretamente os produtos de sua lavoura. É autorizada a montagem de, no máximo, três barracas em locais predeterminados da cidade, preferencialmente em bairros onde não existam feiras livres. Este tipo de feira funciona normalmente, das 8 às 12 horas, nos seguintes locais: Direto da Roça Abranches; Direto da Roça Butiatuvinha; Direto da Roça Conjunto Abaeté; Direto da Roça Orleans; Direto da Roça Pilarzinho; Direto da Roça Santa Felicidade; Direto da Roça Santa Felicidade - Jardim Itália (SMAB, 2018).



os relatos apontavam para um desentendimento da cooperativa com a prefeitura, visto que, logo após iniciarem as bancas em alguns bairros, rapidamente surgiram pequenos comércios vendendo as mercadorias a preço único, porém ainda menor do que o preço da cooperativa, fazendo com que, segundo esses relatos dos feirantes, a cooperativa entrasse em falência. Desse modo, no momento atual, a prefeitura está reorganizando o programa, para continuar atendendo os territórios, mas já não se trata do mesmo grupo que iniciou o programa.

Nessa reorganização fragilizada, com diferentes conflitos entre os cooperados, a prefeitura e os territórios, nota-se que, em alguns bairros, onde não será possível a continuidade dessa modalidade de feira, estão sendo convidados feirantes das feiras volantes, que já têm banca em outros bairros e que estejam ociosos em determinado dia da semana. Estes já estão começando a ocupar o espaço do programa, não sendo possível saber qual o futuro do mesmo. No Bairro Uberaba, apresentado na Figura 9, segundo relato de alguns clientes, não existem supermercados nas proximidades e isso faz com que a feira se mantenha por mais algum período.



Figura 9 – Conjunto de fotos da feira “Nossa Feira”, no Bairro Uberaba.

Fonte: A autora.

Já na feira na região central, na Praça 19 de Dezembro, como consta na Figura 10, existe fila e controle de acesso para evitar confusão, visto que há um grande movimento de clientes para adquirir os produtos, especialmente no horário de final da tarde, quando as pessoas deixam o trabalho em direção a suas casas (antes de acessarem o transporte público, adquirem produtos na feira). No mesmo espaço, ainda funcionam duas bancas que servem

lanches e, segundo comentários dos feirantes, a inclusão destes foi dentro dessa proposta de reorganização, em que estão convidando novos feirantes para ajudar a manter a feira.



Figura 10 – Conjunto de fotos da feira “Nossa Feira”, na Praça 19 de Dezembro.  
Fonte: A autora.

Outra modalidade de feiras, com produtos orgânicos, ocorre em menor número e possuem público fiel. Na Figura 11 são apresentadas algumas imagens da Feira de Orgânicos, no Passeio Público (acima) e Portão (abaixo). A feira do Passeio Público acontece aos sábados pela manhã e é reconhecida como a maior e mais tradicional. Foi neste local que se originaram as feiras orgânicas. Segundo relatos dos feirantes, a feira atende o público que reside na região central, mas não se restringe a ele.

A feira do Portão acontece na terça-feira, ao lado de um terminal de ônibus. Trata-se de uma feira pequena. No dia da visita, havia somente cinco bancas funcionando e, segundo os feirantes, os clientes são em sua maioria o público de passagem e alguns moradores locais.



Figura 11 – Conjunto de fotos da feira “Orgânicos”.  
Fonte: A autora.

Na Figura 12 são apresentadas imagens da Feira “Água Verde A”, de sexta-feira (acima); Feira do Rebouças, de terça-feira (ao centro); Feira da Praça 29 de Março, de domingo (abaixo), todas pertencentes à categoria “Feira Volante Diurna”. Estas acontecem em dias de semana específicos e muitos feirantes itineram entre as mesmas, estendendo essa itinerância para outras feiras diferentes.

Na imagem da Feira “Água Verde A”, é possível ver um cartaz convidando os clientes a visitarem a outra feira de sábado, do Alto da Glória, pois haverá promoções e brincadeiras para as crianças, alusivas ao Dia das Crianças, importante data para o comércio. O cartaz é custeado por feirantes, que estão na Feira “Água Verde A”, e que também participam da Feira do Alto da Glória.

A feira do Rebouças acontece na Rua Nunes Machado e é distribuída ao longo de quatro quadras. Transversalmente, existem dois cruzamentos com vias de alta velocidade e com pouca sinalização para os veículos, situação que pode oferecer risco em potencial aos usuários da feira. Em cada quadra, vê-se nitidamente a diferença nas bancas, pois é como se houvesse uma “quadra mais nobre”, que atrai mais clientes, e é nessa quadra que os feirantes disputam espaço. Segundo relato dos mesmos, já aconteceram casos de feirantes que desistiram da banca nessa área mais nobre, então, é aberto um tipo de sorteio para ver quem assume o espaço

livre. No entanto, nos relatos, há insatisfação, pois afirmam que não é um processo muito justo e acham que deveria ser aberta chamada pública.

A Feira da Praça 29 de Março, que acontece aos domingos, é muito frequentada por moradores locais e das proximidades, atraindo também um público de passagem e até mesmo turistas, visto que oferece diferentes tipos de produtos alimentícios e também algumas bancas de artesanato.



Figura 12 – Conjunto de fotos da feira “Volante Diurna”.

Fonte: A autora.

Na Figura 13 são apresentadas algumas imagens de feiras que fazem parte da categoria “Volante Noturna”; são elas: a Feira da Praça da Ucrânia (acima) e a Feira de Santa Felicidade (abaixo). O que se vê nessa categoria são feiras híbridas, pois nos últimos anos

aconteceram desistências de feirantes de hortifruti e, para não extinguir a feira, segundo relatos dos feirantes, aos poucos, vieram novas permissões para feirantes da área gastronômica. No dia da visita à feira da Praça da Ucrânia, por exemplo, não havia nenhuma banca de hortifruti; estavam apenas as bancas e trailers de feirantes da área gastronômica. No espaço, há um misto de bancas simples e trailers modernos, que vendem todo tipo de alimentação, desde a comida étnica, polonesa, alemã, árabe, japonesa, etc., até a comida gourmet, com pequenas porções de pratos famosos nos restaurantes, com hambúrgueres artesanais ou frutos do mar. Esse movimento de comida de rua, dentro da nova legislação do urbanismo que permite o funcionamento dos *food trucks*, parece “invadir” o espaço da feira, que é de responsabilidade da SMAB. De acordo com o relato da prefeitura, há o cuidado para permitir o trailer somente para quem tem permissão para ser feirante, até mesmo para valorizar esse tipo de comércio, desse modo, é possível separar os tipos de empreendimentos entre os demais comerciantes que possuem permissão do urbanismo para *food trucks*.

A feira em Santa Felicidade funciona ao lado do terminal de ônibus e possui mais bancas de hortifruti, com algumas bancas que servem lanches e também bancas de artesanato. Na aplicação das entrevistas, os feirantes estão satisfeitos com o formato e têm clientela fixa. A maioria deles participa de outras feiras nos bairros mais periféricos.



Figura 13 – Conjunto de fotos da feira “Volante Noturna”.  
Fonte: A autora.

A feira “Direto da Roça” foi criada com a intenção do produtor rural comercializar sua produção diretamente para os clientes. Na Figura 14, estão apresentadas imagens da feira do Capão Raso, que funciona somente aos sábados, dentro do Shopping Popular, no mesmo espaço onde existem outras bancas fixas com hortifruti, flores e produtos naturais. Segundo os feirantes e comerciantes das bancas, “um não atrapalha o outro”, pois vendem produtos muito diferenciados e há clientes para todos os tipos de produtos. Aos sábados, dia da feira, os comerciantes das bancas fixas alteram os valores dos seus produtos, mas não se preocupam muito com isso, já que há clientes que preferem e confiam nos seus produtos.

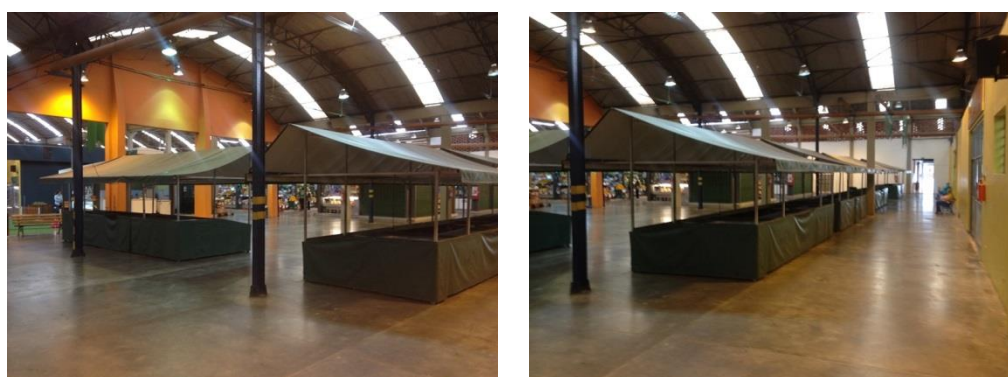


Figura 14 – Conjunto de fotos da feira “Direto da Roça”.  
Fonte: A autora.

As demais feiras em Curitiba estão vinculadas à área cultural, de turismo e, da mesma forma, acontecem de terça a domingo, em menor número, quando comparadas com as feiras de hortifrutigranjeiros. Porém, cabe citar a exceção que é a Feira do Largo da Ordem, conforme a Figura 15 e o mapa na Figura 16, que atrai cerca de 17.500 visitantes a cada domingo, segundo pesquisa do Instituto Municipal de Turismo, no ano de 2012 (IMT, 2012). Esses dados estão em processo de atualização (PREFEITURA MUNICIPAL DE CURITIBA, 2018c), pois, de 2012 até 2018, aconteceram muitas mudanças e também alteração no número de feirantes, o que possivelmente alterou o fluxo de visitantes, inclusive aumentando o seu número. Para se ter uma ideia do montante de visitantes nessa feira, é feita a comparação, por exemplo, com o Jardim Botânico, que é o ponto turístico de Curitiba que mais recebe pessoas, cerca de 20.000 por mês. Na Feira do Largo, são cerca de 18.000 visitantes em 5 horas, a cada domingo, totalizando um público próximo de 72.000 pessoas, mensalmente.



Figura 15 – Conjunto de fotos da feira “Artesanato Largo da Ordem”.  
Fonte: A autora.

Na Figura 16 está demonstrado o mapa com um traçado para pedestres, com aproximadamente 800 metros, para que se tenha ideia da área ocupada pela feira, que acontece na área principal do centro histórico.

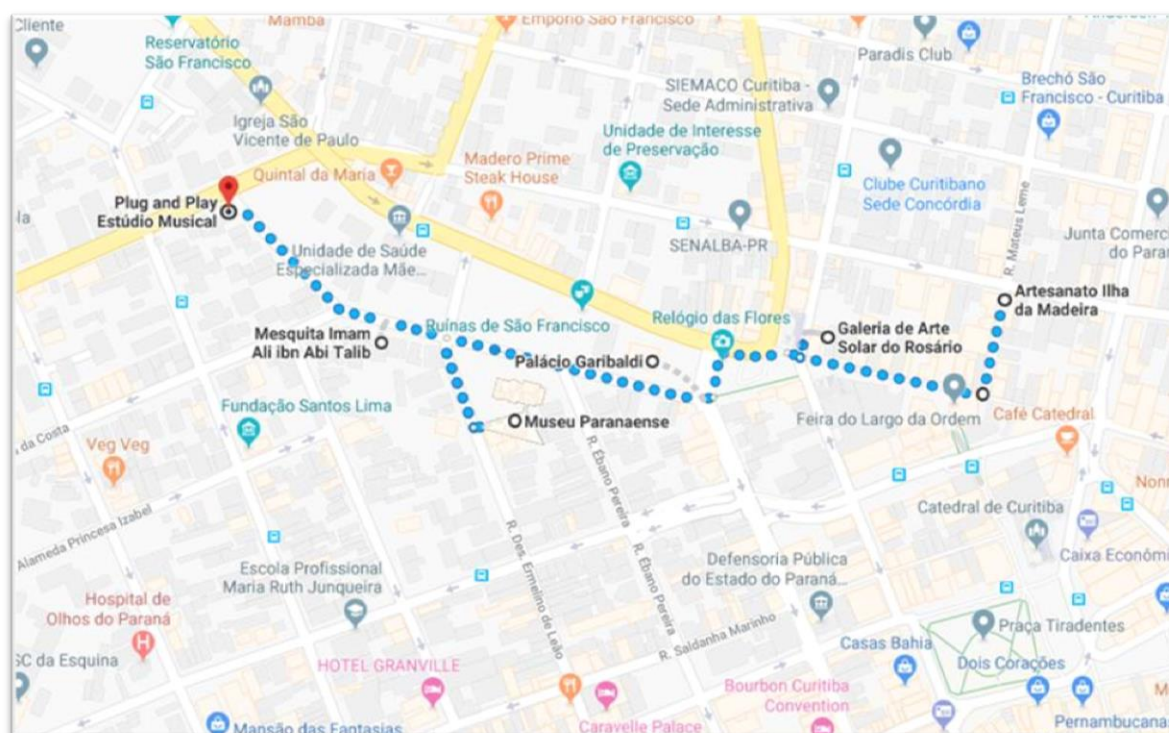


Figura 16 – Mapa da Feira do Largo da Ordem.

Fonte: A autora, utilizando o *Google Maps*.

As feiras de artesanato que acontecem nos bairros possuem clientela fixa e, geralmente, participam de feiras em bairros vizinhos. Na Figura 17 estão imagens da feira no Bairro Pinheirinho, ao lado do terminal e da Rua da Cidadania. Recentemente, após reivindicarem mais apoio e também espaço junto à Feira do Largo da Ordem, conquistaram um espaço na mesma, no trecho da Rua Kellers, próximo à Mesquita. Participam feirantes de artesanato de todos os bairros, na modalidade por escala, e, normalmente, dois feirantes dividem o espaço da mesma banca. Ao aplicarmos as entrevistas, muitos deles relatam que achavam que a feira traria mais clientes, mas não é isso que acontece, e há domingos que não vendem nada. Alguns atribuem essa situação ao fato de estarem isolados em uma rua que já está no final da feira e que as pessoas nem sempre circulam até esse ponto. Outros afirmam que a dificuldade é porque não há escala todos os domingos e, quando o cliente retorna, o feirante que procura não está lá, o que faz com que percam a venda.





Figura 17 – Conjunto de fotos da feira “Artesanato de Bairro”.

Fonte: A autora.

Legenda: Feira de artesanato de bairro, no Pinheirinho.

As feiras em Curitiba são reguladas pelo poder municipal, porém, são geridas por diferentes secretarias municipais, fato que acaba diferenciando as feiras entre si, em aspectos vinculados a governança e editais de convocação diferenciados aos permissionários. As feiras de hortifrutigranjeiros, gastronômicas, diurnas e noturnas, estão sob a responsabilidade da Secretaria Municipal de Abastecimento (SMAB), e as feiras de artesanato, artes plásticas, especiais e antiguidades estão sob a responsabilidade da autarquia do município, o Instituto Municipal de Turismo (IMT), conforme consta na Tabela 3.

Diante dessa contextualização, vê-se a relevância das feiras para a cidade e o modo como os arranjos foram se estabelecendo e influenciando no aperfeiçoamento das legislações, para que essas possam atender aos vários interesses, desde o poder público, o feirante, até a população consumidora dessa atividade comercial.

#### 4.1.2 O contexto de Varsóvia

As feiras urbanas que ocorrem em Varsóvia vêm sofrendo modificações ao longo das últimas décadas e as transformações mais significativas ocorreram a partir de 1989, quando houve o processo de transformação política, constitucional e econômica (em escala macro e micro) no país<sup>24</sup>. A agricultura também sofreu transformações, especialmente a partir de 2004,

<sup>24</sup> Após a Segunda Guerra Mundial, por quase 50 anos, a Polônia sofreu forte influência da União Soviética e pertenceu ao bloco de países socialistas. A economia, subordinada às necessidades da União Soviética, desenvolvia-se nas áreas da indústria pesada, bélica e energética. As plantas industriais eram de propriedade do Estado, que produziam produtos de baixa qualidade, tanto pela baixa concorrência quanto pelo atraso tecnológico, quando o país era compa-

quando a Polônia aderiu à União Europeia, adequando-se às exigências desta e resultando, com isso, em um aumento no volume de produção e, conseqüentemente, na venda interna e externa de produtos nesse segmento (WESOŁOWSKA, 2012, p. 21).

As feiras, que antes funcionavam de maneira informal, não legalizadas, a partir dos anos de 1992-1993, passaram a ter o funcionamento regulamentado, tanto em termos do espaço físico, devendo funcionar somente em dias e locais permitidos, quanto ao cadastramento e escolha dos expositores (KLIMA; ZAJACZKOWSKI, 2008, p. 143). No ano de 1993, constata-se o surgimento de novas relações comerciais informais em mercados de rua. Esse processo se fundiu com os tradicionais mercados públicos existentes, que mantinham o comércio de frutas, verduras e bazares de itens usados, mas agora trazendo inúmeros produtos industrializados a serem comercializados, alterando a lógica, especialmente do comércio de rua (WITKOWSKI, 1993).

Ao buscarmos o referencial histórico na Polônia, desde os anos de 1970 até 1989, constatamos inúmeras ondas de protestos, greves e enfrentamentos entre civis, militares e milícias, conforme apontam Kaminski e Korkuc (2016, p. 102-116), para que fosse possível derrubar o comunismo, vigente na época, já que este adotava medidas extremistas, impedindo melhores condições de vida à população.

A repressão sangrenta aos protestos operários foi usada como pretexto para mais uma mudança de lideranças no partido comunista. Mais uma vez foram feitas concessões para a sociedade. Seguiu-se uma moderada liberalização política, o que trouxe significativa melhora no nível de vida. Porém, não houve reformas na economia de controle centralizado. O crescimento da economia foi fruto dos empréstimos concedidos por credores ocidentais. Outra crise não era somente questão de tempo. A tentativa de aumento dos preços de 1976 levou a mais greves e manifestações. Os comunistas retrocederam dos aumentos, mas usaram de muita violência contra os manifestantes. Isto acelerou o surgimento de organizações de oposição [...] que davam apoio a pessoas sob repressão, editava imprensa clandestina e organizava educação independente (KAMINSKI; KORKUC, 2016, p. 102-103).

Até 1989, o comércio de rua limitava-se a quiosques com itens diversificados, vendedores de flores e artistas que atendiam o turismo. Após a queda do governo comunista, houve a proliferação do comércio de rua, com imensa diversificação de itens, mas também com a vinda de novos vendedores independentes de frutas e verduras. Nesse período, um dos maiores mercados de rua situava-se no centro de Varsóvia, na Praça da Defilad, próxima ao Palácio da

---

rado com os países da Europa Ocidental. Com a queda do comunismo, em 1989, o país torna-se livre e democrático e iniciam-se os processos econômicos voltados ao mercado. As indústrias, então obsoletas, entram em colapso com a entrada de capital e tecnologia estrangeira, que implanta processos de modernização da produção (WESOŁOWSKA, 2012, p. 19;21).

Cultura (um arranha-céu “gótico socialista”, dado por Stalin ao povo polonês, na década de 1950). Nos anos de 1990, a maior parte desse comércio de rua se reunia no lado norte e, menos de um ano depois, uma nova aglomeração se formou no lado leste, próximo da Estação Ferroviária Central (WITKOWSKI, 1993).

Com as novas políticas econômicas, os mais variados bens podiam ser adquiridos mais facilmente no Ocidente e estes produtos eram comercializados nesse comércio improvisado, que acontecia na rua, em praças, galerias e também em carros. Tratava-se de produtos alimentares, industrializados, brinquedos, cigarros, eletrônicos, fitas para cassetes de áudio e vídeo, tipologia, que inclusive se assemelha à caracterização do comércio inferior da economia urbana preconizada por Santos (2008 [1979]). Nesse momento, surgem variadas empresas, por exemplo, as vinculadas aos processos de importação e os atacadistas. Com isso, os vendedores ambulantes, na maioria dos casos pessoas que estavam desempregadas, passam a fornecer, em canais improvisados de distribuição, havendo, desse modo, o crescimento do varejo informal que, de maneira muito ágil, colocava as mercadorias à venda em locais privilegiados, em que havia grande concentração do público consumidor (WITKOWSKI, 1993).

Em 1991, o governo local impôs uma nova regulamentação, fazendo com que esses vendedores tivessem que encontrar outro local para seu comércio de rua e eles se espalharam em galerias subterrâneas e em locais próximos ao centro histórico (cidade velha). Para moradores locais, essas mudanças nas relações econômicas de compra e venda, que passaram a acontecer, eram difíceis de ser compreendidas, por vários motivos, mas também porque, com o novo regime econômico, precisavam aprender a comprar, comparar preços, avaliar mercadorias e fazer escolhas, e não estavam habituados a essa prática. Era o início do período de transição e, naturalmente, não agradou a todos, especialmente a população residente nas áreas rurais, os mais idosos e as classes mais pobres (WITKOWSKI, 1993).

Nesse contexto, o processo de gentrificação também é verificado em diferentes cidades da Polônia. Isso se dá a partir dessas transformações econômicas, sociais e espaciais, que têm se configurado no país de modo mais intenso, nos últimos 25 anos. A partir dos anos de 1990, ocorre uma alteração na legislação de direito da propriedade e no uso do solo; desse modo, foi dada abertura para que empresas do mercado imobiliário passassem a explorar diferentes tipos de investimento em áreas urbanas e rurais (FORYŚ, 2013).

Para os agricultores de pequenas propriedades, uma das dificuldades enfrentadas atualmente é que a venda de seus produtos a um preço baixo não permite obter retorno financeiro satisfatório. Uma das possibilidades de valorizar e melhorar os preços para esses produtores é

fortalecer ou criar iniciativas de produção e comércio local e, assim, diminuir o número de intermediários, aumentando as possibilidades da venda direta aos consumidores finais e também o incentivo para a diversificação na oferta de produtos (WAWRYSZUK; GOLEBIEWSKI, 2014).

Nas últimas décadas, na Polônia, ocorreram alterações na regulamentação das políticas agrícolas com o estabelecimento de programas específicos, que valorizam e incentivam os sistemas alimentares de produção local e de vendas ao ar livre. Essas alterações são consequência também das políticas em nível macro, advindas da União Europeia<sup>25</sup>. O consumo de alimentos que têm origem na produção local, além de melhorar os cuidados com a saúde, promove o desenvolvimento rural sustentável, contribui para a valorização do patrimônio e identidade cultural daquela região e representa importantes indicadores econômicos locais (WAWRYSZUK; GOLEBIEWSKI, 2014).

Possivelmente em razão da construção dessas políticas agrícolas e econômicas, ocorre uma contribuição para o desenvolvimento local e, com isso, um tipo de comércio vem ganhando força em toda a Europa e também na Polônia, que são as “redes agroalimentares”, de produção orgânica, que tem por base a segurança alimentar e nutricional, justiça social e sustentabilidade ambiental (WAWRYSZUK; GOLEBIEWSKI, 2014).

Pelos dados levantados, o comércio ao ar livre representa de 5 a 10% de participação no varejo. Em termos de população, quase metade dos consumidores poloneses costumam comprar frutas e verduras nos mercados ao ar livre, enquanto a média da população da União Europeia é de 33%. Para o caso dos produtos à base de carne cerca, 29% dos consumidores poloneses declaram as compras em mercados ao ar livre e a média para os países da União Europeia é de 11% (WAWRYSZUK; GOLEBIEWSKI, 2014).

O comércio em mercados abertos é uma prática que ocorre há séculos na Polônia. Em geral, essa modalidade de mercados abertos era utilizada como ambientes de comercialização, tanto pelos produtores agrícolas quanto para os pequenos varejistas, o que fazia com que o consumidor tivesse ampla oferta de alimentos frescos. Porém, desde os anos de 1990, com a entrada de grandes redes varejistas e a criação de diferentes tipos de lojas e comércios de rua, essas novas modalidades de comércio têm alterado a lógica das feiras e mercados. Mesmo assim, esses ainda representam importante complemento à dinâmica econômica, que acontece nos bairros das cidades polonesas.

---

<sup>25</sup> Política Agrícola Comum para 2014-2020, estabelecida pela Comissão Europeia.

Na Figura 18 são apresentados dados sobre os mercados abertos permanentes e os sazonais, em todo o país. O montante total de mercados sazonais representa um número muito maior do que os mercados permanentes e estão fortemente ligados à produção agrícola. Manteram um número elevado ao longo do período analisado (2002 a 2011) e, em 2008, atingiu um montante próximo de 9000. São mercados localizados em praças ou ruas, funcionam, normalmente, por um período de seis meses e estão relacionados ao aumento de demanda por feriados, datas comemorativas e férias. Os mercados permanentes acontecem em áreas comerciais e o número flutua numa média de 2000, apresentando decréscimo global entre os anos 2003 e 2011. De qualquer forma, representavam 14 milhões de metros quadrados em 2011 (WAWRYSZUK; GOLEBIEWSKI, 2014).

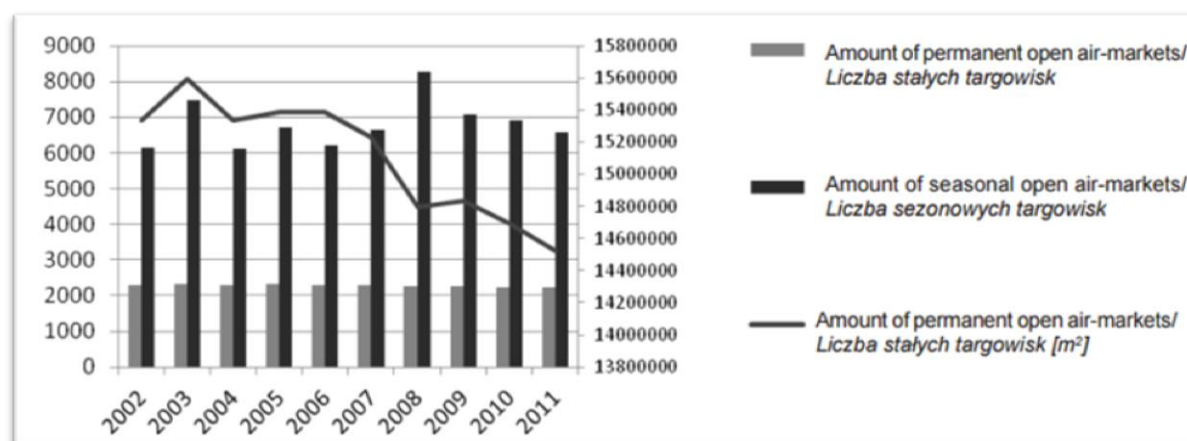


Figura 18 – Montante dos mercados permanentes e sazonais na Polônia, em 2002-2011.

Fonte: Wawryszak Golebiewski (2014, p. 23).

Diante dessa contextualização apresentada sobre o tema das feiras e mercados em Varsóvia, e as ocorrências na Polônia nessas últimas décadas, preliminarmente, é possível constatar a relevância que esse tipo de atividade representa na economia do país.

Desde o ano de 2006, em Varsóvia, vem sendo realizadas uma série de ações por parte da prefeitura, para reorganizar o comércio de rua em Varsóvia. Entre elas estão a orientação para que os comerciantes saiam da informalidade e, em contrapartida, o município tem aberto permissão para novos espaços de comércio de rua, distribuídos em diversos Distritos da Capital. Outra ação é a reconfiguração de feiras e bazares atuais, como conceitos contemporâneos, envolvendo faculdades e universidades de arquitetura e design, que promovem concurso entre os alunos (NASZEMIASTO, 2010). Os dados e informações gerais sobre as feiras em Varsóvia estão no website oficial da cidade, destinado ao

comércio de rua<sup>26</sup>, e é nomeado como Warszawskie Targowiska (Mercados de Varsóvia). O mapa oficial das feiras permanentes e temporárias em Varsóvia<sup>27</sup>, bem como a legislação que regula o funcionamento dos mercados<sup>28</sup> com as regras a serem cumpridas pelos comerciantes, também estão localizados no mesmo website oficial do governo municipal.

Uma das principais leis é a n. 1153/2008<sup>29</sup>, que regula o comércio de rua ou os mercados. Os locais permitidos para o comércio de rua são definidos pelo Presidente da Cidade de Varsóvia, que se baseia nas informações organizadas pelos Conselhos dos 18 Distritos<sup>30</sup> - o comerciante firmará o acordo com este conselho local do Distrito onde ele implantará sua atividade comercial.

Ao longo das décadas, os mercados e feiras foram se modificando para atender às diversas alterações econômicas e políticas da cidade. Atualmente, a administração de Varsóvia permite três tipos de atividades comerciais de rua, que são as feiras permanentes, pontos de venda e feira de um dia, apresentados a seguir, na Tabela 4, em que constam os Distritos da cidade e a quantidade de cada tipo de feira nos Distritos.

---

<sup>26</sup> <http://www.targowiska.um.warszawa.pl/>

<sup>27</sup> <http://www.targowiska.um.warszawa.pl/TargowiskaMapa.aspx>

<sup>28</sup> <http://www.targowiska.um.warszawa.pl/TargowiskaArticle.aspx?article=aktyPrawne>

<sup>29</sup> [http://www.targowiska.um.warszawa.pl/Pliki/tj%20zarz%C4%85dzenia\\_nr\\_1153\\_2008\\_1.doc](http://www.targowiska.um.warszawa.pl/Pliki/tj%20zarz%C4%85dzenia_nr_1153_2008_1.doc)

<sup>30</sup> Em Varsóvia, os bairros são nomeados como Distritos, desse modo, para que haja uniformização no termo, passará a ser adotada somente a nomenclatura “Distrito” para referir-se aos bairros da cidade de Varsóvia.

Tabela 4 – Quantidade de mercados e feiras em Varsóvia.

<b>Distrito</b>	<b>Feiras Fixas Permanentes (Targowisko stale)</b>	<b>Pontos de venda (Stanowisko handlowe)</b>	<b>Feira de um dia (Targowisko jednodniowe)</b>
Bemowo	02	05	-
Praga Południe	06	34	01
Wawer	02	05	01
Białołęka	04	16	01
Praga Północ	04	16	02
Wesoła	-	08	01
Bielany	07	08	-
Sródmieście	03	53	02
Wilanów	-	08	-
Mokotów	11	34	01
Targówek	06	31	-
Włochy	02	13	-
Ochota	03	20	-
Ursus	-	15	-
Wola	02	52	01
Rembertów	-	07	01
Ursynów	03	56	-
Żoliborz	02	27	-
<b>Total</b>	<b>57</b>	<b>408</b>	<b>11</b>

Fonte: A autora, com base em Targowiska (2017).

As feiras permanentes, sinalizadas em azul no mapa da Figura 19, totalizam 57 pontos de comércio distribuídos em diversos Distritos da cidade de Varsóvia. Dos 18 Distritos, três deles não possuem mercados fixos: Wesoła, Wilanów e Rembertów. No Apêndice VI, constam os mapas detalhados de cada Distrito e a localização das feiras permanentes. Os pontos em amarelo sinalizam os pontos de venda, com maior número, que são lojas fixas com apenas um comerciante por ponto. Os pontos vermelhos representam as feiras de um dia, em que o produtor rural vende sua pequena produção diretamente ao consumidor final. As maiores concentrações de comércios de rua estão, portanto, nos bairros mais populosos.

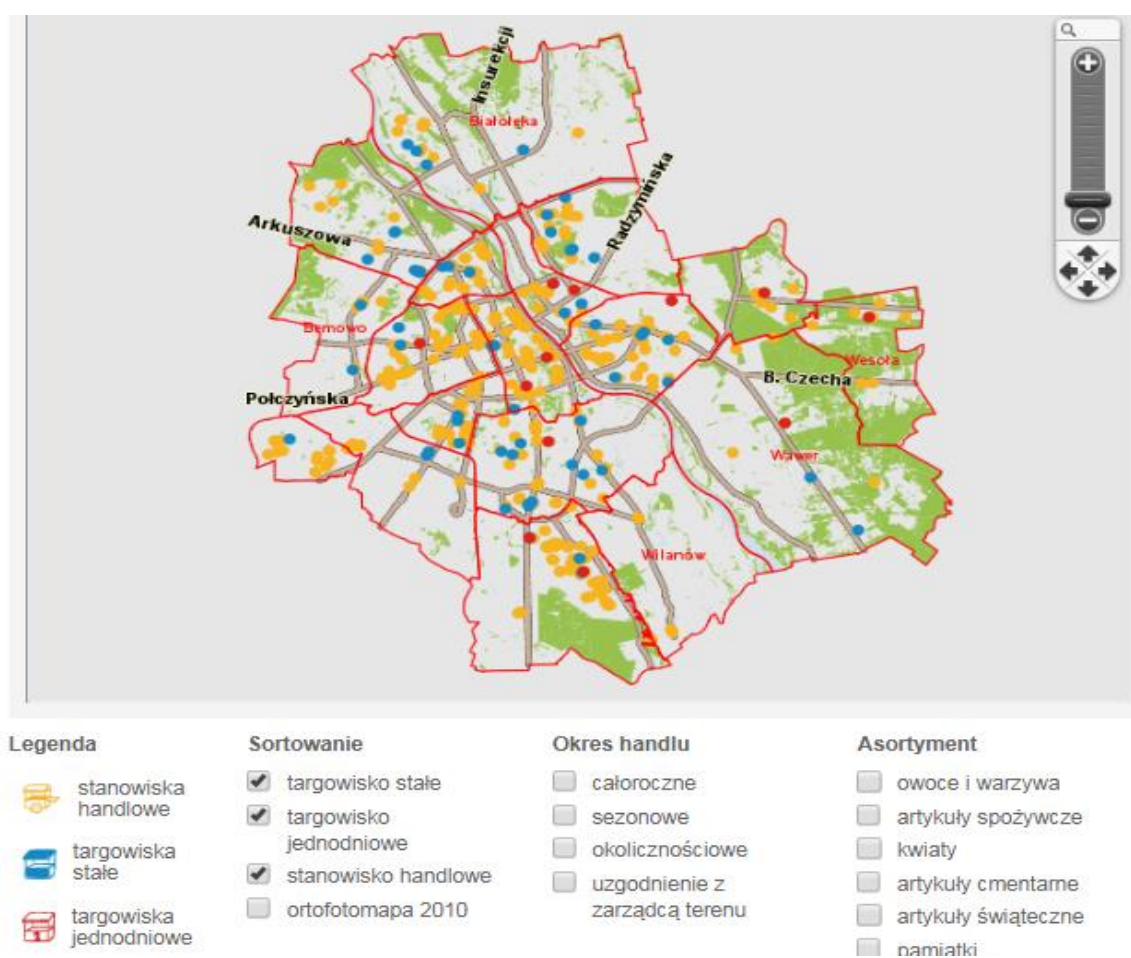


Figura 19 – Mapa das feiras urbanas em Varsóvia (Polônia).

Fonte: Targowiska (2017).

Para acessar o mapa, foi realizada consulta no website oficial da Prefeitura de Varsóvia e, ao selecionarmos as categorias de comércios de rua, logo surgia a figura com marcas coloridas, que sinalizavam a localização dos comércios. O que foi constatado é que a maioria desses comércios se concentra na área central da cidade. Foram realizadas visitas de observação e fotografias nas feiras fixas com maior representatividade, em Bielany: Bazar Wolumen; em Mokotów: Bazar Lotników e Bazar Wałbrzyska; em Praga-Północ: Bazar Rózyckiego; em Śródmieście: Hala Mirowska; e em Ochota: Hala Banacha. As fotografias são apresentadas a seguir, conforme números: Foto 10 até a Foto 15.

Nos últimos anos, os tradicionais mercados em Varsóvia vêm sofrendo algumas alterações. Em alguns casos, têm recebido nova infraestrutura e permanecem no mesmo local e com as mesmas funções; em outros casos, a alteração é mais significativa, fazendo com que a função se altere completamente. É o que ocorreu com um dos barracões do Mercado Hala Mirowska, representado na Foto 14, em que apenas algumas atividades comerciais anteriores se mantiveram – o prédio recebeu nova infraestrutura e agora abriga um grande restaurante.



Dos 18 Distritos, 15 dispõem de estruturas de mercados, que são estruturas permanentes e funcionam de segunda a sexta-feira, em horários diferentes a cada período do ano. A tabela completa com os endereços e demais informações dos mercados estão no Apêndice VIII.

A Feira de Wolumen, mostrada na Figura 20, apresenta um formato de feira com bancas fixas, com comerciantes que revendem mercadorias e bancas móveis, com comerciantes que são produtores agrícolas e revendem sua produção diretamente ao consumidor final. Para manter a variedade de produtos, os feirantes das bancas móveis possuem parcerias com outros produtores ou adquirem produtos junto à central de distribuição. Eles revendem em suas bancas, tudo para fidelizar a clientela.

É uma feira de grande porte, bastante movimentada e tem sido alvo de discussões nos últimos anos, primeiramente por causa da construção de uma nova estação de metrô, o que ocasionou mudanças na região, mas ainda não havia afetado a feira. O que ocorre atualmente são discussões do poder público com a comunidade local, tendo em vista os novos processos urbanísticos e a especulação imobiliária que trarão novas modificações no bairro e, agora sim, afetará a feira. O novo plano urbano concede a permissão de construção de novos edifícios para moradias, já que é uma região com potencial de crescimento para essa finalidade, mas, o proprietário do terreno onde acontece a feira quer vendê-lo para incorporadoras imobiliárias, fazendo com que a feira mude de lugar. A comunidade local defende a permanência desta e, por saber o que já ocorreu em outras feiras em Varsóvia, ao mudar de lugar, a feira tende a enfraquecer e até a desaparecer.

Trata-se, portanto, de uma feira antiga, com fortes laços de sociabilidade entre os feirantes e clientes que percebem a força desse vínculo, também com o território. O prefeito local se envolveu na discussão e pretende apresentar um projeto para protegê-la, tornando-a um patrimônio da cidade. No entanto, as discussões ainda estão em fase inicial, não sendo possível saber o que acontecerá.



Figura 20 – Conjunto de fotografias da Feira Permanente “Wolumen”.  
Fonte: A autora.

Nas duas próximas Figuras, 21 e 22, são apresentadas as imagens de duas feiras permanentes, denominadas “Bazar”, que funcionam no mesmo cruzamento viário e ferroviário, num importante entroncamento que divide bairros com concentração de moradias. O primeiro deles, Bazar Lotników, representado na Figura 21, reúne comerciantes, muitos deles imigrantes, que revendem produtos industrializados em diversas categorias, desde papelaria, brinquedos, acessórios para casa e peças de vestuário. Algumas bancas funcionam de segunda a sexta e outras somente nas terças e quintas, por isso, no dia da visita, haviam algumas bancas fechadas.



Figura 21 – Conjunto de fotografias da Feira Permanente “Bazar Lotników”.  
Fonte: A autora.

O segundo mercado, Bazar Wałbrzyska, mostrado na Figura 22, reúne comerciantes em bancas fixas, que revendem diferentes itens industrializados, incluindo vestuário, itens

para casa, também açougue e mercearia. Alguns feirantes móveis, que possuem bancas de itens frescos de hortifruti, trabalham somente alguns dias na semana. O espaço do mercado possui cobertura precária, mas protege do calor e do frio. O espaço entre as bancas é pequeno e apertado, trazendo uma situação complicada para os clientes e comerciantes nos momentos em que há maior circulação de pessoas. Esses aspectos de infraestrutura precária formaram o maior volume de queixas dos feirantes, em diferentes feiras, no momento da aplicação dos questionários.



Figura 22 – Conjunto de fotografias da Feira Permanente “Bazar Wałbrzyska”.  
Fonte: A autora.

Na Figura 23 são apresentadas algumas fotografias do mercado tradicional, o Bazar Różyckiego, que resiste aos diferentes planos urbanísticos e intenções do mercado imobiliário. Nas proximidades, foram feitas obras de grande porte para reorganização das linhas de ônibus, metrô e bonde, como forma de restaurar a região. Atualmente, os movimentos mais agressivos são por parte das construtoras com novos edifícios, que circundam o Bazar. O conflito entre os feirantes, a prefeitura e as incorporadoras já dura, aproximadamente, uns cinco anos e ainda não foi solucionado. Já surgiram propostas de universidades a pedido da prefeitura, com concursos entre os estudantes de arquitetura para que apresentassem novos projetos para o Bazar, mas nenhum desses agradou os comerciantes e o impasse permanece. Na foto ao meio, à direita, é possível ver um guia turístico com um grupo de turistas, que vieram para conhecer o Bazar. Em termos de infraestrutura, as bancas são fixas, mas possuem instalações precárias e a maioria delas não funciona mais. Os poucos feirantes que estão por ali revendem vestidos para festas, vestidos de noiva, calçados, antiguidades.

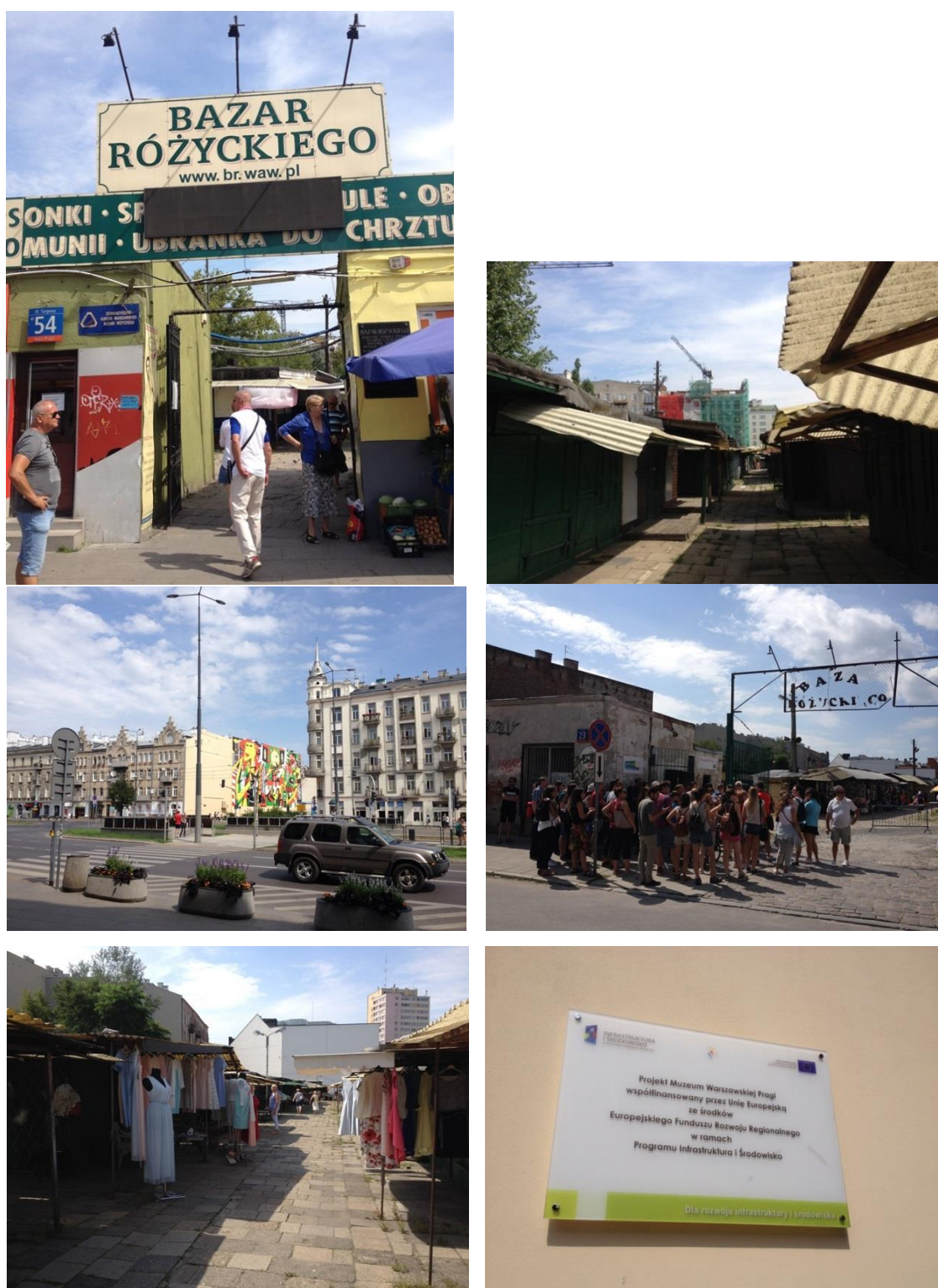


Figura 23 – Conjunto de fotografias da Feira Permanente “Bazar Różyckiego”.  
Fonte: A autora.

O Bazar Hala Mirowska, que pode ser visto na Figura 24, é um mercado na região central de Varsóvia, que também vem sendo reorganizado. São dois grandes barracões antigos, concluídos em 1902, onde funcionam, em um deles, uma grande praça de alimentação

que funciona só à noite, no espaço chamado Hala Gwardii, e o segundo barracão que reúne o grande mercado. As bancas são fixas e funcionam de dois modos: as bancas mais novas, numa nova proposta de comércio, ficam dentro do barracão; e as bancas mais antigas, com os feirantes tradicionais, estão do lado externo, ao fundo do mercado.

O foco da visita foram as bancas do lado externo. Estas são construídas sem um padrão definido e reúnem todos os tipos de produtos, desde industrializados até *in natura*, convencionais e orgânicos. Em algumas bancas, foi possível encontrar filas para atendimento, pois estas tinham menor preço das mercadorias. A região central é um bairro que abriga muitos edifícios e, portanto, moradores fixos, que são os que mais frequentam estes mercados.



Figura 24 – Conjunto de fotografias da Feira Permanente “Hala Mirowska”.  
Fonte: A autora.

O mercado ou feira permanente Hala Banacha, retratado na Figura 25, funciona no bairro de Ochota, mais afastado do centro e recentemente reconstruído, perdendo suas características originais. Este fato agradou uns e desagradou outros. No mesmo espaço, funcionam os comércios dentro do barracão, algumas bancas fixas precárias, na parte dos fundos, e, no dia da visita, ainda estava funcionando uma feira móvel de hortifrutigranjeiros. Como se viu, há público para todos os tipos de mercado e produtos e há, também, de forma sutil, o conflito

entre os feirantes, pois ali foi detectada a presença de alguns imigrantes que, mesmo regulares, causam desconforto aos feirantes mais tradicionais, fato constatado em diferentes momentos na aplicação dos questionários.



Figura 25 – Conjunto de fotografias da Feira Permanente “Hala Banacha”.  
Fonte: A autora.

Uma outra categoria de comércio de rua, que não foi considerada na aplicação dos questionários, mas identificada, são os chamados “pontos de venda”. São pequenos comércios, regulados e autorizados pelo poder público, que funcionam em áreas próximas a pontos de ônibus e praças, ou seja, próximos a locais com grande circulação de pessoas. Geralmente, são constituídos de uma ou duas bancas, com estrutura fixa, funcionamento regular ao longo de todo o ano e que comercializam frutas, verduras e, em alguns casos, flores. Eles estão distribuídos em toda a cidade e identificados nos pontos em azul, conforme mapa da Figura 26.

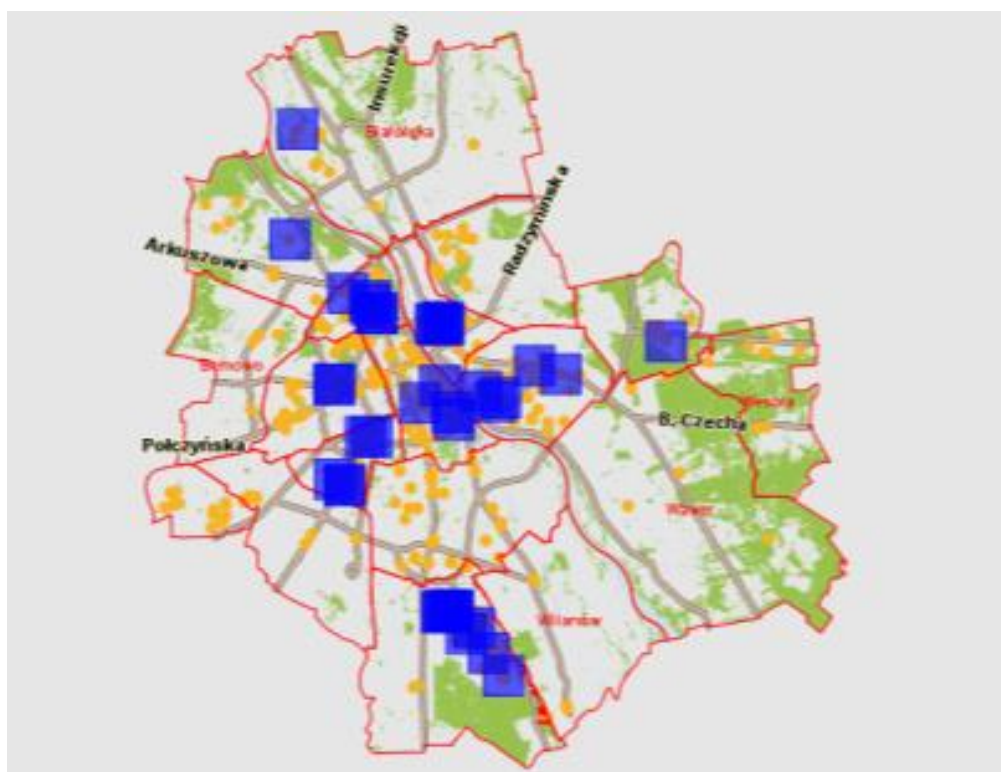


Figura 26 – Mapa dos pontos de venda.  
Fonte: Targowiska (2017).

Segundo informações do website da prefeitura de Varsóvia, e que constam na Tabela 5, são 408 pontos de venda. Nas observações de campo, esses pequenos comércios são considerados pontos de feiras pelos moradores e consumidores.

Tabela 5 – Quantidades de pontos de venda por Distrito.

<b>Distrito</b>	<b>Pontos de venda por Distrito</b>
Bemowo	05
Praga Południe	34
Wawer	05
Białołęka	16
Praga Północ	16
Wesoła	08
Bielany	08
Śródmieście	53
Wilanów	08
Mokotów	34
Targówek	31
Włochy	13
Ochota	20
Ursus	15
Wola	52
Rembertów	07
Ursynów	56
Żoliborz	27
<b>Total</b>	<b>408</b>

Fonte: Targowiska (2017).







Figura 28 – Conjunto de fotografias da Feira de um dia “Mokotów”.

Fonte: A autora.

Na Figura 29, guiada pelo mapa da prefeitura, chegou-se ao local da visita e qual não foi a surpresa ao constatar que a feira de um dia funciona dentro de uma outra grande feira, popular e muito conhecida na região. No terreno ao lado, no mesmo dia da visita, estava funcionando um grande bazar, em que cidadãos comuns poderiam vender pertences usados, mediante pagamento de taxas diárias.



Figura 29 – Conjunto de fotografias da Feira de um dia, em Praga Północ (Ulica Namysłowska 8).

Fonte: A autora.

A feira de um dia em Wesola, mostrada na Figura 30, Distrito recém incorporado ao município de Varsóvia, funciona em um terreno. No dia da visita, havia nove bancas grandes. A maioria dos feirantes revende produtos da central de distribuição, mas há alguns produtos de fabricação própria. Os feirantes se deslocam com caminhões e furgões para levarem as mercadorias, visto que alguns realizam vendas fora de Varsóvia, em outros dias da semana.



Figura 30 – Conjunto de fotografias da Feira de um dia, em Wesola.

Fonte: A autora.

A feira de um dia, no Distrito de Praga Pólnoc, é pequena, funciona em um terreno e, no dia da visita, havia cinco feirantes que vendiam sua própria produção. Do lado de fora do portão, conforme a Figura 31, havia um feirante informal, vendendo duas sacolas de cogumelos. Ele não recolhe taxas para o município e vende cogumelos e pequenas frutas silvestres encontradas nos bosques da região.

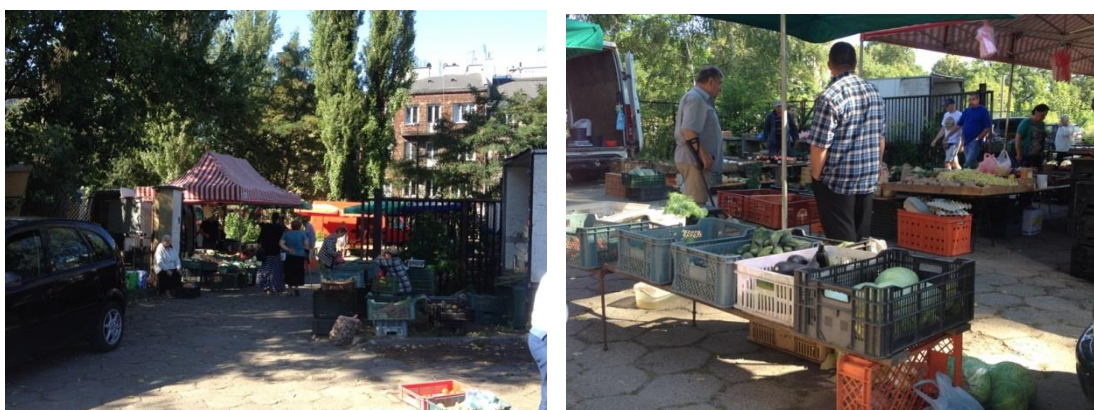


Figura 31 – Conjunto de fotografias da Feira de um dia, em Praga Pólnoc (Ulica Szwedzka).

Fonte: A autora.

A feira de um dia da região central, em Śródmieście, representada na Figura 32, funciona embaixo do viaduto. Possui permissão de funcionamento por parte da prefeitura e, no dia da visita, havia dois veículos de feirantes com produtos mistos, de revenda e produção própria de conservas de pepino e doces caseiros.



Figura 32 – Conjunto de fotografias da Feira de um dia, em Śródmieście.  
Fonte: A autora.

A feira de um dia, no Distrito de Wawer, reproduzida na Figura 33, é de médio porte e funciona aos sábados, na região mais periférica de Varsóvia, em um terreno de estacionamento da prefeitura. No dia da visita, havia muitas bancas que vendiam produtos variados, desde naturais até industrializados. Foram encontrados produtos em conserva, itens de vestuário e acessórios para casa, também móveis, e era bem movimentada pela população local e das proximidades, já que é de fácil acesso a linhas de ônibus e trens.

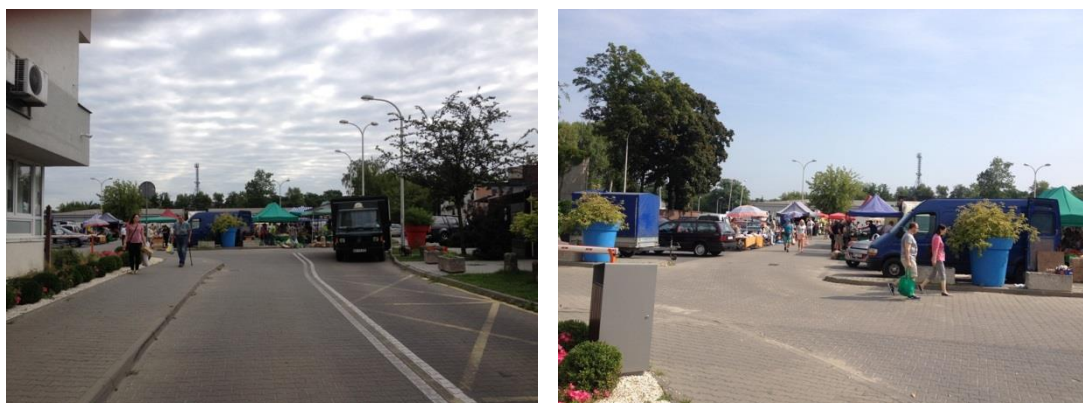


Figura 33 – Conjunto de fotografias da Feira de um dia, em Wawer.  
Fonte: A autora.

A feira de um dia do Distrito de Wola, retratada na Figura 34, também funciona dentro de outra grande feira da região. De todas as feiras visitadas, essa foi a maior e mais

movimentada. Funciona em um grande terreno e, no espaço, há um misto de bancas fixas, móveis, vendedores de itens usados e diversificados, móveis e itens de mercearia. Do lado de fora, há diversos vendedores informais, que não recolhem taxas e se arriscam ofertando seus produtos. Esses são os casos de conflito, relatados pelos feirantes nas entrevistas, visto que não há fiscalização suficiente e estes acabam atrapalhando as vendas dos comerciantes regulares, que pagam suas taxas em dia e estão expostos a todas as regulações.



Figura 34 – Conjunto de fotografias da Feira de um dia, em Wola.  
Fonte: A autora.

A feira do Distrito de Rembertów consta no mapa da prefeitura e, ao realizar a visita de observação, foi constatada que a mesma está desativada, conforme a Figura 35.



Figura 35 – Feira de um dia, em Rembertów.  
Fonte: A autora.

Nas visitas de observação, foi constatado que o ponto localizado no distrito de Białołęka encontra-se desativado e não foi possível conhecer o motivo. Os demais pontos estavam funcionando, conforme dias e horários obtidos via website da prefeitura de Varsóvia. O quadro detalhado com endereços e horários de funcionamento das Feiras de um dia estão no Apêndice VII.

Outra modalidade de feira foi identificada no website da Prefeitura de Varsóvia, a “Pequena Feira”, que acontece a partir de um acordo firmado com o coordenador e/ou proprietário, que é o responsável pela gestão do terreno, também denominado *Uzgodnienie z zarządcą terenu*. Essas seriam iniciativas residuais, ainda do período socialista, em que as famílias tinham autorização para plantar em pequenos espaços, em seus terrenos e, se houvesse excedente de produção, poderiam vender em frente ao terreno; daí provém o termo “pequenas feiras”.

Porém, mesmo que essas iniciativas constem no mapa da prefeitura, ao realizar as visitas, nenhuma dessas iniciativas foi encontrada. Algumas visitas apresentadas nas Figuras 36 até 39 são descritas a seguir.

No Distrito de Wola, de acordo com o website, constam quatro pontos de pequenas feiras, visualizadas no mapa da Figura 36.



Figura 36 – Mapa com a localização das feiras, em Wola.  
Fonte: Targowiska (2017).

Ao realizar a visita no dia 16 de agosto de 2017, seguindo as diretrizes do mapa que apontava para dois pontos de comércio, foi encontrado um ponto de comércio de frutas e verduras em Wola, no endereço indicado no mapa, na Ulica Okocimska, esquina com a Ulica Górska, conforme apresentado na Figura 37. Porém, o que foi encontrado não condiz com a descrição do que seria essa “pequena feira”, mas um “Ponto de Venda”, que é uma banca fixa. Na sequência, foi feita a tentativa de encontrar o segundo ponto de comércio em Wola, que estaria próximo desse endereço, mas esse não foi localizado. Os demais endereços não foram visitados, tendo em vista as informações recebidas de que esses tipos de feira estão sendo extintos e dificilmente seriam encontrados ativos.



Figura 37 – Conjunto de fotografias da pequena feira, em Wola.  
Fonte: A autora.

No distrito de Praga Poludnie, conforme consta no website oficial da Prefeitura e de acordo com a imagem reproduzida na Figura 38, está apenas uma “Pequena Feira”.



Figura 38 – Mapa com a localização da Feira em Praga Poludnie.  
Fonte: Targowiska (2017).

Ao realizar a visita no dia 16 de agosto de 2017, seguindo as diretrizes do mapa, não foi possível localizar a área onde ocorreria esse comércio ou feira, com a permissão do proprietário do terreno. No local, conforme a Figura 39, só havia uma edificação, ainda com entulhos da obra. Não foi possível localizar o histórico ou dados oficiais do que pode

ter ocorrido com tais feiras, mas, ao que parece, por meio de alguns relatos informais recebidos nas visitas, as mesmas estão extintas.



Figura 39 – Terreno para uso da feira, no Distrito de Praga Poludnie.  
Fonte: A autora.

Por fim, buscou-se também conhecer e visitar as feiras com produtos orgânicos, tendo em vista que, na literatura, havia referência dessa categoria de feira. Entretanto, o que se constatou é que existe a comercialização de produtos orgânicos, mas isso ocorre em grandes redes de supermercados e num espaço denominado Bio Bazar. O Bio Bazar é uma feira orgânica, da iniciativa privada e funciona em três cidades da Polônia (Varsóvia, Katowice e Gdańsk). Em Varsóvia, a visita foi realizada no endereço da Rua Żelazna 51/53. Nesse espaço funcionava uma antiga fábrica e toda essa área foi comprada por uma empresa de empreendimentos imobiliários, conforme está na Figura 40. Essa região da cidade vem passando por um processo de especulação imobiliária e, conseqüentemente, vem recebendo diversas novas edificações, com prédios residenciais e comerciais, além de uma nova linha do metrô. Essa edificação onde funciona o Bio Bazar é uma área protegida pelo patrimônio histórico e não pôde ser demolida, assim, o espaço foi cedido para essa iniciativa.

O valor dos produtos é bem superior aos encontrados no comércio da redondeza e esse foi um comentário geral dos consumidores, que se queixam e informam que até tem interesse



em adquirir produtos orgânicos, mas o preço é muito alto. Os dias e horários de funcionamento são: quarta-feira, das 10h às 18h; sexta-feira, das 16h às 20h; e sábado, das 8h às 16h.

Na Figura 40 são apresentadas algumas imagens que demonstram o modelo de funcionamento da feira, onde as bancas estão, dentro e fora dos barracões, em estruturas fixas e barracas móveis. Neste espaço são encontrados uma infinidade de produtos orgânicos industrializados e *in natura*, além da oferta de cafeterias com produtos orgânicos.



Figura 40 – Conjunto de fotos do Bio Bazar Warszawa.  
Fonte: A autora.

## 5 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

Neste capítulo, serão apresentados os dados coletados por meio dos questionários semi-estruturados nas cidades de Curitiba e Varsóvia, bem como a análise dos dados, a partir de cada categoria analítica, estabelecida para esse estudo. Em ambas as cidades, foi realizada a aplicação do teste dos questionários e, na sequência, foram realizados os ajustes necessários.

Em Curitiba, foram coletados dados durante os meses de abril e junho de 2017, e outubro de 2018, totalizando 334 feirantes participantes da pesquisa. Em Varsóvia, os dados foram coletados no mês de outubro de 2017, totalizando 233 feirantes que participaram da pesquisa.

Foi identificada a ocorrência de uma diversidade de feiras que se apresentam em ambas as cidades; entre elas, estão as de hortifrutigranjeiros, pescado, arte, artesanato, produtos industrializados, itens usados, feiras comemorativas e, em ambas as cidades, existem as diferentes tipologias dessas feiras: permanentes, móveis, produtos convencionais, produtos orgânicos e produtos alimentícios preparados de modo artesanal.

Os dados serão apresentados a partir de cada uma das três categorias analíticas, definidas nesse estudo, que são: (a) Configuração relacional interna das feiras urbanas; (b) Arranjos interorganizacionais, nos contextos regulado e autorregulado; (c) Arranjos extraorganizacionais, nos contextos das relações negociais e conviviais.

### 5.1 CONFIGURAÇÃO RELACIONAL INTERNA DAS FEIRAS URBANAS

Esta categoria analítica foi estabelecida para apontar como ocorrem as atividades de pequeno porte e quais características gerais prevalecem no cotidiano das feiras. Embora todas as questões tenham sido pensadas numa perspectiva de que, hipoteticamente, os achados em campo seriam previsíveis, algumas questões, especialmente em Varsóvia, não foram compreendidas por parte dos feirantes. Por exemplo, nas questões pertinentes ao relacionamento do feirante com o poder público, entre outras situações relatadas ao longo desse capítulo descritivo. Por isso, antes de efetivamente apresentar os resultados, serão citados alguns relatos e apontamentos trazidos pelos alunos que realizaram as entrevistas e observações em campo, tais como:

**a) Incômodo em falar sobre o local de sua moradia e sobre os ganhos e renda da família, conforme anotações de campo:**

Os feirantes se sentiram incomodados em responder a algumas perguntas do questionário, tais como o bairro ou distrito de moradia, sobre os ganhos familiares e também sobre os integrantes da família que trabalhavam na atividade da feira.

Em Varsóvia, foi constatado que *“as pessoas não querem falar sobre o dinheiro que ganham”*, não se sentem à vontade em fornecer *“informações sobre as finanças e sobre a família”*, *“falar sobre os locais onde moravam, nem sobre a renda da família”*, bem como sobre ser *“impossível estimar ganhos”*. A aplicação dos questionários para obter informações sobre o conteúdo da questão 8 (Qual a origem da renda de sua família?) mostrou, portanto, um contexto em que prepondera um clima de medo de fiscalização ou penalidade com taxas sobre as vendas, além do receio em confirmar a ausência de controles financeiros, que acarreta em imprevisibilidade do volume de movimentação nas feiras. Isso ocorre porque há despreparo em gerir o negócio e também por se tratar de negócio informal ou não formalizado. Este fato se mostrou nos contextos das feiras urbanas e a descrição de outros depoimentos desses tópicos está no Apêndice IX.

**b) Percepção dos entrevistadores quanto à receptividade em participar da pesquisa:**

Outra constatação importante foi o grande número de questionários que retornam em branco ou, parcialmente, sem respostas. Nos relatos e apontamentos dos alunos que realizaram as entrevistas, constam diversos comentários acerca disso. Uma das razões era o momento da aplicação dos questionários, com grande movimento de público: *“o vendedor foi muito simpático, mas estava muito ocupado”* e *“muitos clientes, por isso os feirantes não queriam participar, estavam ocupados”*. Em outros, mesmo o entrevistador sendo conhecido, não foi possível coletar as respostas: *“embora eu seja um cliente regular da feira, o vendedor não queria conversar; ele não queria falar sobre o que o incomoda e não gosta na feira”*. Por fim, havia o medo de que fosse alguém da fiscalização e, naquele momento, *“mesmo com poucos clientes, não quis responder; havia desconfiança do feirante, que era uma pessoa reservada, fechada”*.

Foi possível constatar que, em diferentes feiras, os comerciantes estão bastante preocupados com o futuro: *“os proprietários parecem ser um grupo bem fechado; eles não têm*

*certeza de que a feira funcionará no futuro; é por isso que eles são desconfiados*". Esta é outra razão das recusas em participar da pesquisa.

Existiram também relatos dos alunos, que aplicaram os questionários, que, mesmo com a disponibilidade em participar da pesquisa, alguns não entendiam as perguntas: *"a maioria estava disposta a falar, mas não sabia muito bem como responder a algumas perguntas"* ou *"as pessoas não entendem algumas questões"*; também que *"as pessoas reclamam que a pesquisa é muito longa"* e, por fim, *"somente quando explicamos que é um trabalho importante para nós, para que sejamos aprovados na disciplina da faculdade, é que as pessoas aceitavam responder"*.

Também aconteceram alguns relatos em que os feirantes foram muito receptivos: *"o feirante estava disponível para responder às perguntas; quis ajudar com a pesquisa e teve paciência"*; *"o feirante respondeu com disposição, parecia contente que seu trabalho interessou a alguém"*; *"a feirante foi simpática e interessada na pesquisa e no resultado da mesma"*; e alguns *"feirantes estavam dispostos a responder às perguntas; faziam perguntas adicionais para entender do que se tratava"*. A descrição de outros depoimentos desse tópico está no Apêndice IX.

A explicação para as recusas em participar da pesquisa foi em razão do movimento da clientela, por medo da fiscalização e também pelo cenário atual de incerteza em relação às feiras em Varsóvia.

### **c) Relatos dos entrevistadores acerca dos estrangeiros que trabalham nas feiras:**

Ao longo da pesquisa, soubemos que alguns estrangeiros possuem permissão legal para trabalharem nas feiras, mesmo que isso seja alvo de conflitos locais. Mas, em alguns casos, os estrangeiros agem de maneira ilegal e, no momento dos entrevistadores se aproximarem, aconteceram relatos de receio em responder às perguntas: *"os feirantes tiveram medo de responder às perguntas, em especial os ucranianos"*. Houve até situações em que o feirante fechava a banca ou se escondia para não responder às questões, imaginando que os entrevistadores eram autoridades locais: *"feirantes asiáticos fugiam das entrevistas"* e *"os vendedores asiáticos fecharam as bancas para não responder"*.

Mesmo sem indagar os feirantes sobre a razão de estarem na feira, um fez questão de reforçar que *"a motivação é o desemprego em seu país, disse o feirante ucraniano"*. Outro comentário da percepção do aluno, quanto à banca de outro imigrante: *"o vendedor vietnamita de uma banca de roupas; uma feira bem organizada com bancas e produtos modernos"*.

Sem dúvida, da mesma forma que ocorre em todos os países, a situação de legalizar o trabalho do imigrante gera conflitos com a população nativa, que se vê concorrente em seu próprio território. Esses relatos quanto ao convívio e comentários dos nativos, quando se referem aos imigrantes, poderão ser constatados ao longo da apresentação e análise dos dados.

A seguir, a apresentação dos dados obtidos em campo, nas duas cidades.

### 5.1.1 Apresentação dos dados dos questionários aplicados aos feirantes

A apresentação dos dados a seguir refere-se às questões de 1 a 10; 14; 16 a 21; 24 a 29, do questionário que consta no Apêndice I. Na questão 1, em ambas as cidades, nem todos responderam à pergunta e, desse modo, a questão foi invalidada, não sendo considerada na análise dos dados.

A questão 2 tratou da faixa etária dos feirantes. Na sequência, são apresentados os resultados, a partir da análise da Tabela 6.

Tabela 6 – Dados de faixa etária em Curitiba e Varsóvia.

	Nome da cidade		Total
	Curitiba	Varsóvia	
16 a 20 anos	12	7	19
21 a 30 anos	46	20	66
31 a 40 anos	78	50	128
41 a 50 anos	85	57	142
51 a 60 anos	68	55	123
Mais de 60 anos	43	37	80
Não informou	2	2	4
Total	334	228	562

Fonte: A autora.

Em Curitiba, a maior parte dos respondentes encontra-se na faixa etária de idade produtiva<sup>31</sup>, ou seja, entre 16 e 60 anos, conforme parâmetro estabelecido no questionário, com base em critérios do IBGE. Nos resultados, não houve respostas no item que identifica participantes com idade entre 10 e 16 anos, mas somente a partir dos 16 anos.

Os resultados mostram que há equilíbrio entre as faixas de 16 a 20 anos e mais de 60 anos, com 14% e 13%, representando um número menor de pessoas que trabalham com a atividade comercial da feira. Quanto às faixas etárias entre 31 a 60 anos, há um número maior de comerciantes, com quase 70% dos respondentes, confirmando diferentes estudos, que demonstram a opção do trabalho na feira em detrimento da ausência de trabalho em outra área. Em Varsóvia, a maior parte dos respondentes encontra-se na faixa etária de idade produtiva<sup>32</sup>, entre 16 e 60 anos, conforme parâmetro estabelecido no questionário. Esta escolha se deu em razão de manter a base de dados, que pudesse permitir comparações com as duas cidades estudadas. Porém, na Polônia, são adotados outros critérios para definir a idade produtiva. De acordo com o Instituto Geral de Estatística (Główny Urząd Statystyczny - GUS), a idade produtiva para homens é de 18 a 64 anos e, para mulheres, de 18 a 59 anos (GUS, 2018).

Dos recortes de faixa etária há equilíbrio no montante de respondentes entre as idades de 31 a 40 anos, com 22%, 41 a 50 anos, com 25%, e 51 a 60 anos, 24%, totalizando 71%; portanto, um número maior de pessoas trabalha com a atividade comercial da feira. As faixas etárias entre 16 a 20 anos, correspondente a 3%, e 21 a 30 anos, 9%, representam um número menor de comerciantes, totalizando 12%. Quando somados, ainda é um número menor de respondentes, quando comparada com a faixa etária acima dos 60 anos, que é de 16%. Nos resultados, não foram obtidas respostas no item que identifica participantes com idade entre 10 e 16 anos, mas somente após os 16 anos, por questões de maioridade civil. Há, portanto, uma concentração no montante de feirantes, com faixa etária entre 31 e 60 anos, totalizando 71%, convergindo para as respostas abertas, em que os feirantes afirmam não terem outra opção de renda em sua formação profissional, que há falta de outras oportunidades, também que os imigrantes que não conseguem outra ocupação complementam a renda da família trabalhando na feira. Tudo isso demonstra que a feira oportuniza fácil acesso ao trabalho e que muitos optam por essa atividade por não terem outra opção e necessitarem de renda.

---

<sup>31</sup> O IBGE considera como população potencialmente ativa a faixa etária entre 15 a 64 anos de idade. Em 2012, o IBGE alterou a faixa etária de idade produtiva, que passou de 10 anos ou mais para 15 anos ou mais (IBGE, 2018).

<sup>32</sup> Na Polônia, a idade produtiva é estabelecida pelo Instituto Geral de Estatística (Główny Urząd Statystyczny – GUS).

Ao compararmos as duas cidades, para este item da faixa etária, em termos percentuais, os dados encontrados são muito similares. Esse resultado se compara ao que foi encontrado nos estudos de Vasques (2016), Godoy (2005) e Gomes *et al.* (2013), em que a maioria dos feirantes estava na faixa etária acima dos 40 anos de idade e opta por essa atividade por não conseguir outra opção remunerada.

A questão 3 trata do nível de escolaridade dos feirantes e os resultados são apresentados a partir da Tabela 7.

Tabela 7 – Escolaridade dos feirantes em Curitiba e Varsóvia.

	Nome da cidade		Total
	Curitiba	Varsóvia	
Ensino Fundamental	91	12	103
Ensino Médio	181	175	356
Ensino Superior	53	24	77
Pós-graduação	1	11	12
Não informou	8	6	14
Total	334	228	562

Fonte: A autora.

A maioria dos respondentes de Curitiba, com 54%, possui Ensino Médio, seguidos dos respondentes que possuem formação no Ensino Fundamental, sendo 27%, e a minoria possui nível superior, 15,9%. Apenas um respondente possui formação em pós-graduação.

Em Varsóvia, o nível de escolaridade é elevado e a maioria dos respondentes, 76%, possui Ensino Médio completo. Muitos deles responderam possuir a formação técnica que é considerada um nível de formação equivalente à graduação. Outro percentual é a formação em nível superior, 10%, e pós-graduação, 4,8%. Em número pequeno, 5,3%, possui Ensino Fundamental. Ao analisarmos, em termos qualitativos de ensino, o nível médio com formação técnica equivalente ao nível de graduação no Brasil, vê-se que o índice de escolaridade dos feirantes é maior em Varsóvia.

Em termos de escolaridade, algumas diferenças foram constatadas quando comparadas as duas cidades; estas apontam para um percentual maior de feirantes em Curitiba, que possuem Ensino Fundamental e Superior, e, em Varsóvia, há um número maior de feirantes que possui Ensino Médio, em sua maioria formados em curso técnico, e feirantes que possuem pós-graduação. Para o caso polonês, não foram localizados estudos que

abordem a escolaridade dos feirantes. Já para o caso brasileiro, o resultado contraria, por exemplo, os estudos de Rocha *et al.* (2010), Godoy (2005) e Gomes *et al.* (2013), que apontaram uma maioria de feirantes apenas com Ensino Fundamental. A conclusão é a de que, em Curitiba, embora um percentual importante figure entre os que possuem Ensino Fundamental, a maioria dos feirantes possui Ensino Médio e, outro grupo, possui Ensino Superior, dados que diferem das pesquisas anteriormente realizadas em outras cidades brasileiras.

O que se constatou nas observações de campo é que a maioria dos feirantes em Curitiba tem se dedicado ao comércio, tanto por tradição de família quanto por gostarem da atividade comercial. Nos últimos anos, segundo relato de muitos feirantes, eles têm estudado mais e também fazem questão de incentivar os filhos a estudarem. Isso justifica o número mais elevado de escolaridade em Curitiba.

A questão 4 mensura o número de homens e mulheres que trabalham nas feiras e os resultados são apresentados a partir da Tabela 8.

Tabela 8 – Gênero dos feirantes em Curitiba e Varsóvia.

	Nome da cidade		Total
	Curitiba	Varsóvia	
Feminino	141	133	274
Masculino	193	94	287
Não informado	0	1	1
Total	334	228	562

Fonte: A autora.

Em Curitiba, os resultados mostram números próximos de respondentes homens e mulheres, 42% e 57%, sendo que ainda prevalece a presença masculina nesta atividade comercial. Porém, a Figura 41 demonstra uma crescente participação de mulheres nos últimos 30 anos e uma tendência, nos últimos dez anos, a equalizar o número de homens e mulheres que atuam nas feiras. Esse dado converge com os indicadores do aumento da inserção das mulheres no mercado de trabalho, nas mais diversas áreas e segmentos, e nisto se inclui a atividade comercial urbana da feira. Isso se deve ao fato de que a presença das mulheres é aceita em diferentes espaços profissionais e porque as feiras abrigaram um contingente importante de população trabalhadora. Sendo assim, o aumento da presença das mulheres pode ser percebido como um processo natural.



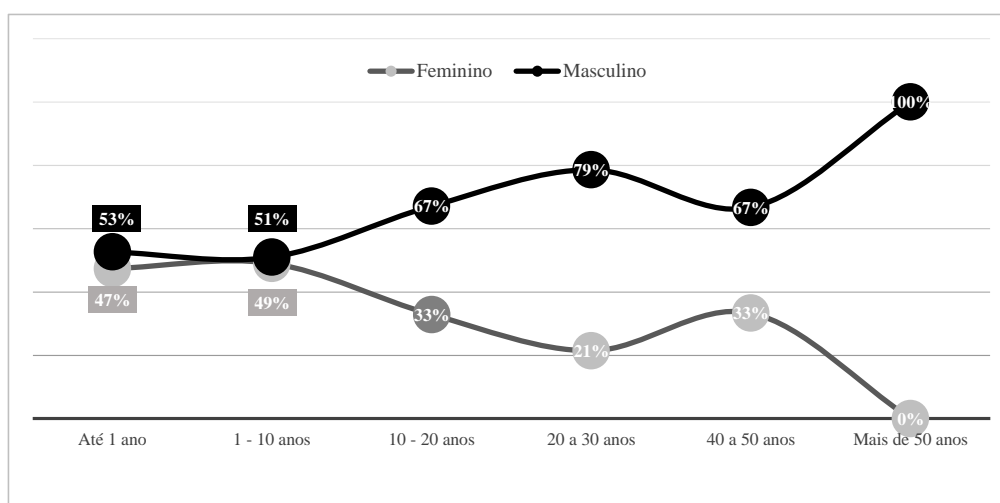


Figura 41 – Tempo de atuação com atividades de feiras urbanas livres em Curitiba.  
Fonte: Procopiuck *et al.* (2017a).

Em Varsóvia, os resultados mostram um percentual maior de mulheres participantes da pesquisa em relação aos homens, 58% e 41%. Esse dado converge com os indicadores do aumento da inserção das mulheres no mercado de trabalho, também na Polônia, nas mais diversas áreas e segmentos; nisto se inclui a atividade comercial urbana da feira. Os homens representam um número menor entre os respondentes.

A Figura 42 demonstra que há um histórico maior na participação das mulheres nesta atividade comercial. Consta-se, também, um declínio constante no número de mulheres que participam da atividade desde 1977, possivelmente em razão da grave crise política e econômica que o país enfrentava. Neste mesmo período, o que se percebe é que, ao passo em que diminuiu o número de mulheres nesta atividade, tem sido crescente a participação dos homens.

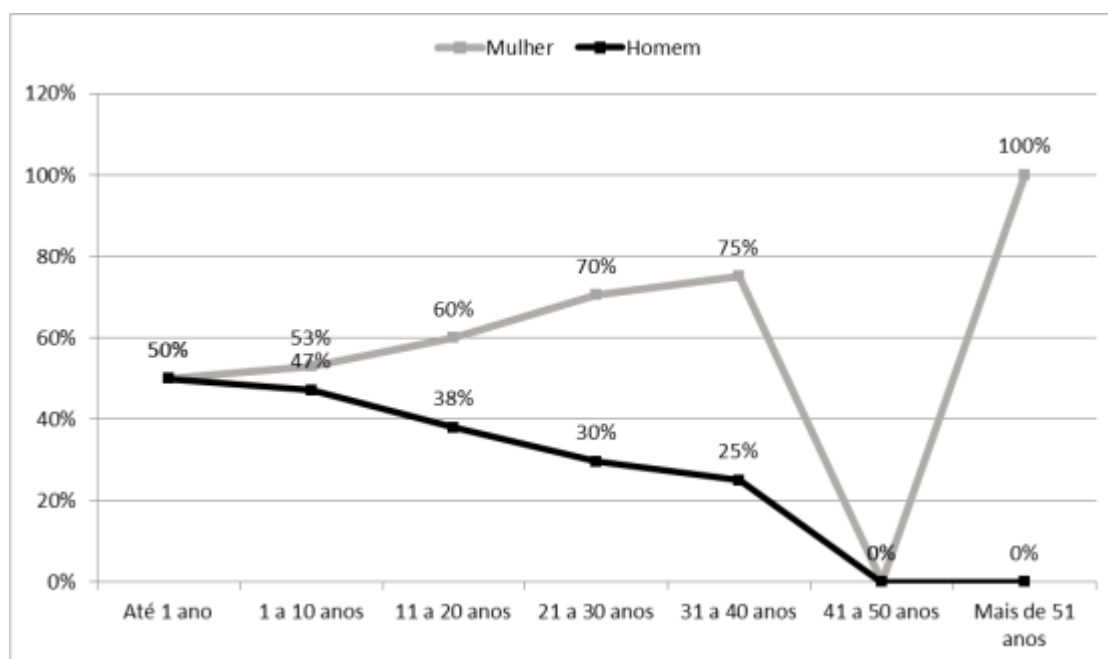


Figura 42 – Tempo de atividade na feira em Varsóvia X Homem e Mulher.  
Fonte: A autora.

Quanto aos dados que demonstram a presença de homens e mulheres nas feiras das duas cidades, confirmou-se que, ao longo do tempo, há uma participação maior das mulheres nessa atividade comercial. Ao analisar as tabelas, nos últimos 20 anos, em Curitiba, prevalece a presença masculina e, em Varsóvia, a presença feminina. Os resultados condizem com o estudo realizado por Gomes *et al.* (2013), que aponta para um aumento da presença feminina no mercado de trabalho, nas mais diversas categorias laborais e também nas feiras. Em muitos casos, ao realizar a observação de campo, surgiram respostas, tais como: “consigo ter mais liberdade nesse tipo de atividade e com isso dar atenção para meus filhos” e “sempre quis ter minha própria renda e entrar para a feira foi mais fácil do que criar a empresa”. O indicador de 0% no período de 41 a 50 anos de atividade na feira aponta para o fato de existirem zero respostas.

Na questão 5, busca-se compreender qual a razão da escolha dessa atividade comercial para geração de renda, em detrimento às outras opções, como comércio, serviços e indústria. Os resultados são apresentados a partir da Tabela 9.

Tabela 9 – Motivação para a escolha da atividade de feirante.

	Nome da cidade		Total
	Curitiba	Varsóvia	
Falta de emprego formal	38	58	96
Renda	20	0	20
Gosto pelo comércio	107	102	209
Tradição de família	160	32	192
Outros	9	36	45
Total	334	228	562

Fonte: A autora.

Ainda seguindo na categoria que analisa a configuração interna das feiras, na questão formulada para compreender o motivo de escolha desta atividade comercial urbana em detrimento a inúmeras outras, em Curitiba, a maioria dos respondentes vinculam essa escolha à tradição familiar neste segmento, 47%, seguido dos que vinculam essa escolha ao gosto pelo comércio, 32%. Para um número menor de respondentes, a escolha dessa atividade comercial se dá em razão da falta de emprego formal na sua área de formação, 11%, e, na sequência, o desemprego seria o motivo que faz escolher esta atividade, 6%. Apenas um entrevistado não respondeu à questão. Para um pequeno número de respondentes, existem outras razões para a escolha dessa atividade de geração de renda, que são falta de emprego formal e desemprego (ganha melhor do que na área de formação, oportunidade para mudar de atividade, de ter negócio próprio, oportunidade de trabalho, sem outra opção de emprego ou renda). Na questão de resposta aberta “outros motivos”, são identificadas questões, como: completar a renda da família (ajudar os pais, complementar a renda familiar, necessidade de dinheiro, finanças e renda, questão de sobrevivência e sustento da família), insuficiência de estudos, liberdade de horários (flexibilidade de horários) e outras opções (continuou a atividade do vizinho, convite da igreja).

Em Varsóvia, a maioria escolhe a atividade por gostar da área comercial em si, sendo 44%, seguido do outro grupo, que segue a tradição da família na feira, 14%. O restante pertence ao grupo de quem não tem emprego formal ou está desempregado, representando um importante número de pessoas que consegue obter renda para a família a partir da atividade comercial da feira, enquanto esperam por uma oportunidade de emprego formal, o que corresponde a 40%. Este dado também confirma uma percepção na observação de campo que é a

facilidade de entrar na atividade comercial da feira em Varsóvia, pois não é necessário esperar muito tempo e também não existem muitas burocracias.

Para a questão de resposta aberta, “outros motivos”, surgiram respostas, como desemprego dos pais ou o respondente é estrangeiro (na maioria das vezes, ucraniano ou vietnamita) e não consegue outro tipo de atividade que gere renda. Outro detalhe importante é que alguns respondentes escolheram mais de uma opção para justificar as razões pela escolha desta atividade comercial urbana.

Quando comparadas as respostas nas duas cidades, um percentual bem diferente surge no item “tradição de família”, no caso de Curitiba (é senso comum que a atividade passa de geração em geração). Essa questão nem sempre é bem vista pelos feirantes que estão nas diferentes feiras. Esse conflito foi constatado no momento das visitas de observação, em que havia relatos de que algumas famílias “são donas da feira e estão nos melhores bairros”, sendo que “as autoridades sabem disso” e “deveriam mudar as leis para autorizarem a entrada de novos feirantes”. Em algumas feiras, há o regulamento em que o ponto de comércio só pode ser passado ao herdeiro, geralmente os filhos, e, nessa linhagem, não estão incluídos cunhados, genros ou noras.

Em Varsóvia, mesmo com os dados teóricos levantados, que informavam que havia o repasse da atividade de feirante entre as gerações, os resultados mostram que essa realidade é para a minoria dos respondentes. Os dados destacam e se sobressaem para a escolha da atividade em razão do gosto pelo comércio. Quanto ao cenário de falta de emprego formal e desemprego, os montantes são maiores em Varsóvia, demonstrando indicadores importantes acerca das taxas de ocupação nas duas cidades.

Quanto à motivação principal para a escolha da atividade do feirante, os resultados apontaram que, em Curitiba, a maioria dos respondentes se mantém na atividade por ser tradição de família e por gostarem do comércio. Em Varsóvia, a maioria dos respondentes afirma que se mantêm na atividade por gostarem do comércio, seguido de um número significativo de feirantes que não enxergam outra opção de trabalho ou renda, por isso estão na feira. Das referências teóricas utilizadas nesse estudo, o resultado de Varsóvia é condizente com o que aponta Godoy (2005); já em Curitiba, o que foi identificado é justamente o contrário, um percentual menor de feirantes permanece na atividade por falta de outra oportunidade de trabalho e renda.

Na questão 6, formulada para identificar o nível de formalização da atividade comercial dos feirantes, os resultados são apresentados a partir da Tabela 10. Cabe destacar que, em

razão da atividade comercial do feirante, a maioria dos respondentes prefere ser chamado de “comerciante”, fato identificado em ambas as cidades.

Tabela 10 – Nível de formalização dos feirantes em Curitiba e Varsóvia.

	Nome da cidade		Total
	Curitiba	Varsóvia	
Permissionário	157	83	240
Empresário	169	118	287
Não informado	8	27	35
Total	334	228	562

Fonte: A autora.

Em Curitiba, os resultados demonstram que um pouco mais da metade possuem empresas formais e que um número também elevado dos respondentes não possui empresa e desenvolvem a atividade na condição de permissionário. Esta condição permite que o cadastro e posterior habilitação em edital de chamamento sejam feitos apenas com os dados da pessoa física, não sendo exigido, portanto, o registro de pessoa jurídica. Na pesquisa exploratória, buscou-se a informação de possíveis dados históricos acerca do tema da formalização dos feirantes, mas não foram obtidas respostas. Se houvesse esse dado, seria possível compreender se existe um eventual movimento convergente, também para os feirantes, com o recente incentivo em políticas públicas brasileiras para micro e pequenos empreendedores, nos mais diversos segmentos empresariais, no sentido de saírem da informalidade de suas atividades.

Em Varsóvia, um pouco mais da maioria respondeu que sim, desenvolve atividade comercial formal e possui empresa. Já um número menor de respondentes afirma que não possuem formalização, mas tem autorização e/ou permissão do governo municipal de Varsóvia para trabalharem nesta atividade e o fazem por meio de cadastro da pessoa física e/ou a partir de entidades representativas, seja associação, sindicato ou cooperativa. Um número significativo dos que não quiseram responder confirma as observações feitas em campo, pois muitos são imigrantes ucranianos, vietnamitas, entre outras nacionalidades, e têm apenas permissão para moradia e trabalho; isto é, não possuem, necessariamente, permissão para atividade comercial. Notou-se que não se sentiam seguros para responder a essa pergunta e, eventualmente, poderiam sofrer alguma consequência, como denúncia ou algo parecido, e que isso poderia prejudicar sua situação legal na Polônia.

Na análise comparativa, os resultados são idênticos para a confirmação do dado sobre empresas constituídas, comprovando o nível de formalização nas duas cidades, sendo, portanto, uma constatação importante que desqualifica a caracterização das feiras no circuito inferior, demonstrando mudanças nesse enquadramento, quando se trata de feira urbana, já que não pertencem à informalidade.

São também similares os dados acerca da ausência de formalização, porém, mesmo nessa condição, há a permissão para que o feirante desenvolva a atividade com o cadastro de pessoa física, sendo um número maior de ocorrências em Curitiba. Nessa condição, para participar da atividade, em ambas as cidades, constatou-se que é possível em razão das regulações existentes, que permitem cadastros de pessoa física e/ou vinculados a associações, cooperativas ou sindicatos.

Quanto aos não respondentes, o número em Varsóvia chama a atenção e comprova o que se constatou nas visitas de observação: em razão de existirem muitos feirantes imigrantes. Muitos deles não se sentiam à vontade para responder a algumas questões, entre elas, sobre a formalização, pois tinham apenas permissão de moradia e trabalho por um tempo determinado e alguns estavam em situação irregular de permanência no país.

A questão 7 foi formulada para buscar compreender quantas pessoas formam o núcleo familiar do feirante, bem como identificar quantos deles trabalham em feiras e também levantar a informação de quantos homens e mulheres da família se envolvem na atividade da feira. Ocorreram dúvidas no momento da aplicação dos questionários, em ambas as cidades, fato que ocasionou a invalidação desta questão. Sendo assim, esta não foi considerada na análise dos dados.

A questão 8 levanta dados sobre o percentual da renda da família, que é obtida a partir da atividade da feira. Os resultados são apresentados a partir da Tabela 11.

Tabela 11 – Renda das famílias a partir da feira.

	Nome da cidade		Total
	Curitiba	Varsóvia	
Mais de 80% na feira	214	89	303
Mais de 50% em atividade assalariada	57	67	124
Mais de 50% em comércio diferente da feira	33	28	61
Mais de 50% em aposentadoria, pensões, benefícios sociais	26	26	52
Não informado	4	18	22
Total	334	228	562

Fonte: A autora.

Num primeiro momento, para mensurar um eventual volume de moeda que circula nas feiras, por exemplo, perguntando qual o montante de faturamento diário ou mensal da banca, houve a tentativa de formular uma questão que pudesse trazer esse dado, porém, notou-se que os feirantes não se sentiam seguros em responder à questão desta forma. Por isso, foi formulada nova questão voltada para compreender se a atividade comercial da feira estava contribuindo para a subsistência da família e com qual percentual isso ocorria.

Em Curitiba, para a maioria dos respondentes, 64%, mais de 80% da renda familiar tem origem a partir da atividade da feira. E para um número menor dos respondentes, 10%, mais de 50% da renda tem origem em outra atividade não relacionada à feira. Para 17% dos respondentes, mais de 50% da renda vem de atividade assalariada. Para uma minoria dos respondentes, 8%, a família depende de 50% de renda que tem origem em aposentadoria, pensões e benefícios sociais. Houve 1% de não respondentes. Há, portanto, uma dependência significativa de renda vinculada à feira, o que justifica muitos relatos, no sentido de aceitarem muitas regras ou imposições da prefeitura, sem reclamar.

Dos resultados encontrados em Varsóvia, mostraram uma distribuição maior entre as várias opções, sendo maior o número de comerciantes que têm mais 80% de sua renda com origem nas atividades da feira, correspondendo a 39%. Para outro grupo de respondentes, a atividade da feira é representativa, pois complementa em 50% o volume da renda familiar, sendo 29% com renda de atividade assalariada e 12% com outro tipo de atividade comercial, não relacionada com a feira. Para um grupo menor dos respondentes, a família depende da renda que tem origem em aposentadoria, pensões e benefícios sociais, com um total de 12%. Por fim, mais uma vez, o número de não respondentes, 8%, chama a atenção, confirmando a

observação do incômodo em responder a essa questão, tanto para não revelar, ou até mesmo não saber a renda, quanto referente às questões peculiares dos imigrantes, que não se sentiam plenamente em condições de responder a essa questão. Em Varsóvia, a renda dos feirantes é obtida por meio de diferentes fontes, tendo uma dependência menor da feira.

Na análise comparada das duas cidades, constata-se que, em Curitiba, há um nível maior de dependência da atividade da feira. Em Varsóvia, embora seja um número relevante, constata-se que outras atividades, como assalariadas e não vinculadas com a feira, suprem a renda da família. A dependência, em Curitiba, pode ser justificada pelo formato das políticas públicas que concedem diferentes regulações que apoiam o feirante, tais como o fácil acesso e permissão para a atividade, e os diferentes apoios não financeiros, como limpeza pública, autorização para funcionamento em ruas e praças públicas, sanitários e outros benefícios em troca de taxas com valor simbólico. Situação contrária acontece em Varsóvia, em que as feiras funcionam em terrenos alugados e todos os benefícios são pagos: limpeza, sanitários, aluguel da banca, aluguel da cobertura separado do aluguel da banca. Além do pagamento de taxas para o dono do terreno, o feirante ainda recolhe as taxas junto à prefeitura, para manter formalizada sua atividade comercial.

A questão 9 procurou elucidar se, no caso de o feirante obter uma oportunidade de trabalho formalizado, com carteira assinada, ganhando o que ganha como feirante, ele deixaria a feira. Os resultados são apresentados a partir da Tabela 12.

Tabela 12 – Troca da atividade da feira por outra fonte de renda.

	Nome da cidade		Total
	Curitiba	Varsóvia	
Sim	71	65	136
Não	189	108	297
Não sabe	74	52	126
Não informado	0	3	3
Total	334	228	562

Fonte: A autora.

Ao serem questionados se trocariam sua atividade de comerciante, por outra atividade formal e que proporcionasse a mesma renda obtida na feira, em Curitiba, a maioria, 57%, não trocaria de atividade e se manteria na feira. Para a minoria dos respondentes, 21%, disseram que sim, trocariam de atividade. E 22% não sabem dizer e alegaram que isso depende de qual



seria essa atividade. Na observação de campo, o que se constatou é que a autonomia e a liberdade em trabalhar por si mesmo é um dos principais motivos de gostarem dessa atividade. Mesmo sendo questionados quanto aos horários serem tão diferentes, pois muitos já começam a montagem da banca às 4h da manhã, eles alegam que isso não é um problema.

Em Varsóvia, a maioria dos participantes respondeu que não deixaria a atividade da feira, 47%. Já 23% não soube responder se aceitaria trocar de atividade; 29% sim, aceitariam trocar de atividade; e 1% dos participantes não respondeu. Tendo em vista o cenário que vem se construindo a partir das respostas ao questionário, a maioria se mantém na atividade, por não ter oportunidade em outra área. E um percentual maior, comparado com Curitiba, aceitaria trocar de atividade, porque buscam a estabilidade por meio de um trabalho formal. Nos relatos de campo vieram muitas observações vinculadas à insatisfação em relação às condições de trabalho e precariedade das instalações, o que acaba deixando os feirantes descontentes.

Na análise comparativa das duas cidades, os resultados são similares para a troca de atividade de geração de renda por outra formalizada, que proporcionasse a mesma renda, sendo o total um pouco maior em Varsóvia, 29%, do que em Curitiba, 22%. Com um percentual maior em Curitiba, 57%, a maioria dos respondentes não trocava de atividade, seguido de um bom número dos respondentes em Varsóvia, 47%. A indecisão acerca de eventual troca de atividade ou a ausência de respostas foi similar nas duas cidades: em Varsóvia, 23%, e Curitiba, 22%. Considerando as peculiaridades relatadas na descrição de cada cidade, é interessante constatar que os percentuais de respostas são similares, especialmente no percentual maior de feirantes que não deixariam a atividade, destacando Curitiba, por todo o apoio que o feirante recebe e Varsóvia, por este não querer deixar a atividade e por não ter outra oportunidade de trabalho, já que a condição da feira é precária e muitos estão insatisfeitos com a situação atual.

A questão 10 foi formulada para que fosse possível mensurar o tempo de atividade do feirante. O detalhamento da análise será apresentado a partir da Tabela 13.

Tabela 13 – Tempo de atividade na feira.

	Nome da cidade		Total
	Curitiba	Varsóvia	
Até 1 ano	16	8	24
1 - 10 anos	115	55	170
11 - 20 anos	81	26	107
21 - 30 anos	75	21	96
31 - 40 anos	37	4	41
41 - 51 anos	3	0	3
Total	327	114	441

Fonte: A autora.

Destaca-se uma concentração maior no número de feirantes, com período entre 1 e 30 anos de atividade na feira, totalizando 88% em Curitiba e 96% em Varsóvia. Em ambas as cidades, a maioria dos feirantes possui mais de 20 anos nessa atividade, resultados que condizem com estudos de Vasques (2016, p. 56) e Gomes *et al.* (2013, p. 7-8), já que se trata de atividade tradicional que estabelece muito mais do que o vínculo comercial, que determina um vínculo de sociabilidade entre cliente, feirante e território.

Ao percorrermos cada período de tempo, os resultados condizem com os relatos dos feirantes em Varsóvia: por não existirem outras oportunidades de trabalho, a feira se torna uma opção importante. Os dados obtidos demonstram que 7% dos respondentes ingressaram na feira no último ano; só em Curitiba, foram 5%. Um total de 48% dos respondentes está na feira em um período de 1 a 10 anos. Em Curitiba, foram 35% dos respondentes.

No período entre 11 e 20 anos, 23% dos respondentes são feirantes em Varsóvia e 25% em Curitiba. No período entre 21 e 30 anos, são 18% dos respondentes em Varsóvia e 23% em Curitiba. Especialmente nesse período histórico, que abrange 11 a 30 anos de atividade nas feiras, concentrando 41% dos respondentes em Varsóvia e 48% em Curitiba, é o momento em que ocorreram transformações importantes nos dois países. No Brasil, a Constituição Federal que trouxe novas regulações também para as atividades da feira e, na Polônia, a partir do ano de 1989, inicia-se um novo momento político e econômico, com a entrada do capitalismo e o novo sistema democrático. Esses dois processos políticos e econômicos impactaram em diferentes atividades e também contribuíram para regular e

trazer mais segurança jurídica para o feirante e para o poder público, com as permissões concedidas para legalizar a atividade.

A questão 14 foi formulada para elucidar se o proprietário ou sócio da banca participa ativamente da atividade, incluindo a permanência na barraca, ou se seria constatada maior presença de empregados ou diaristas. Essa questão também procurou saber se o feirante está na atividade somente de forma temporária, como “bico”. Os resultados são apresentados a partir da Tabela 14.

Tabela 14 – Perfil do entrevistado.

	Nome da cidade		Total
	Curitiba	Varsóvia	
Informal	12	11	23
Empregado	52	46	98
Sócio	32	34	66
Proprietário	236	131	367
Não informado	2	11	13
Total	334	233	567

Fonte: A autora.

Em Curitiba, no momento da aplicação dos questionários, a maioria dos respondentes, 81%, se identificaram como proprietários ou sócios da banca, sendo que um número pequeno de respondentes era empregados da banca, 16%. Para um pequeno grupo dos respondentes, 4%, o vínculo é temporário/informal, como um “bico”. Não responderam à pergunta, 1% dos participantes. O grande número de proprietários da banca, no momento da aplicação dos questionários, indica seu envolvimento direto com a atividade comercial e também aponta para um índice mais confiável na resposta, já que foi coletado diretamente com o feirante que é proprietário ou sócio da banca. Um percentual pequeno de respondentes, que afirmam estarem temporariamente na atividade, responde o que foi percebido em campo, que a razão de troca de atividade é para outra com carteira assinada.

Em Varsóvia, no momento da aplicação dos questionários, 71% dos respondentes se identificaram como proprietários ou sócios da banca, seguidos de 20% que são funcionários. Para 5% dos respondentes, o vínculo é temporário, como um “bico”. E, novamente, um número maior do que em Curitiba, 5% dos participantes, não respondeu à pergunta.

Analisando comparativamente as duas cidades, surgem dados similares quanto à participação e envolvimento direto do proprietário ou sócio da banca. Esse dado corrobora com a literatura quando aponta para o envolvimento direto do feirante na atividade comercial, dificilmente delegando essa tarefa para empregados. Com isso, o feirante é quem realiza todo o processo comercial, desde a compra até a venda, fazendo com que se estabeleça um vínculo mais forte, diretamente com o consumidor final, que, geralmente, é cliente de longa data.

Quanto aos empregados, Varsóvia apresenta um número um pouco maior, com 20%. Em Curitiba, são 16%. Na observação de campo, o que se constatou é que nem sempre esses “empregados” estão formalizados ou possuem registro em carteira, mas trabalham como diaristas, temporários, para ajudar em diferentes tarefas da feira, tais como a montagem das bancas, atender os clientes, repor mercadorias, ajudar nas entregas aos clientes, etc.

Quanto ao dado para tentar identificar o volume de respondentes que eventualmente se envolveriam na feira como atividade temporária, ou “bico”, os resultados são similares e baixos nas duas cidades, totalizando 4% em Curitiba e 5% em Varsóvia. Isso demonstra que a regulação praticada nas duas cidades faz com que o feirante acesse a atividade de modo mais permanente, impedindo, inclusive, que oportunistas ou irregulares venham interferir na atividade daqueles que estão regulares, cumprindo as leis, e que, conforme os dados comprovaram, se dedicam há muito tempo na atividade.

Na questão 16, busca-se identificar qual o montante de pessoas que trabalham na e para a banca, pois existem tarefas antes, durante e depois da feira. Mas, esse item não foi verificado porque a maioria das respostas vieram invalidadas.

A questão 17 foi formulada para compreender o perfil das feiras, tanto pelos tipos de produtos comercializados quanto em quais delas ocorrem com maior frequência. Para facilitar a tabulação de dados nesta questão, foram subdivididas em categorias de produtos, de acordo com o que foi identificado na etapa exploratória, que são: produtos naturais, industrializados – ambos produtos de revenda; alimentos e produtos culturais – que têm sua origem na produção própria.

Por isso, para facilitar a organização e cruzamento de dados, essas informações foram separadas da seguinte forma: (a) produtos naturais, que abrangem frutas e verduras, convencionais e orgânicas; (b) produtos industrializados, que englobam duas subcategorias: utilidades domésticas – ferramentas, acessórios para cozinha, etc., e vestuário – roupas e calçados; (c) alimentos, que incorporam duas categorias: alimentos preparados fora da feira - embutidos, salgados, doces, etc., e alimentos preparados na própria feira – sanduíches, assados, doces, etc.; (d) produtos culturais, separados em três opções: artesanato,

obras de arte e uma categoria aberta, denominada “outras”. O detalhamento da análise será apresentado a partir da Tabela 15.

Tabela 15 – Tipologia das feiras em Curitiba e Varsóvia.

	Nome da cidade		Total
	Curitiba	Varsóvia	
Produto Natural – frutas e verduras convencionais	120	76	196
Produto Natural – frutas e verduras orgânicas	32	34	66
Produto industrializado – utilidades domésticas	15	18	33
Produto industrializado – vestuário (roupas e calçados)	21	39	60
Alimentos – preparados na feira	50	5	55
Alimentos – preparados fora da feira	93	55	148
Produto cultural – artesanato	23	16	39
Produto cultural – obras de arte	0	9	9
Outros tipos de produto	14	28	42
Não responderam	20	19	39
<b>Total</b>	<b>388</b>	<b>299</b>	<b>687</b>

Fonte: A autora.

Em Curitiba, na categoria de produtos naturais, 31% dos respondentes comercializam frutas e verduras convencionais e 8% comercializam frutas e verduras orgânicas. O resultado encontrado confirmou o que se observou no campo empírico, pois são poucas as feiras que comercializam produtos orgânicos. Essas feiras são específicas e separadas porque as bancas com produtos convencionais e orgânicos não podem funcionar umas ao lado das outras e, de fato, o número de feiras de orgânicos em Curitiba é bem menor quando comparadas às feiras volantes que comercializam os produtos convencionais.

Para a categoria de produtos industrializados, 4% dos respondentes comercializam utilidades domésticas, tais como ferramentas, acessórios para cozinha, etc., e 5% comercializam itens de vestuário, tais como roupas e calçados. O número baixo de produtos nesta categoria pode estar vinculado ao costume de adquirir este tipo de produto em outros tipos de comércio, de rua e em centros comerciais, e, portanto, a aquisição dos mesmos não é tão comum em feiras.

Na categoria de alimentos, somam-se 37% dos respondentes, sendo 13% de alimentos preparados fora da feira, embutidos, salgados, conservas, doces etc., e 24% de alimentos preparados na própria feira, tais como sanduíches, assados, doces, etc. Trata-se de um montante significativo de respostas nos itens alimentícios, especialmente se somarmos o montante de 37% da categoria de alimentos com o 39% do montante de produtos naturais (convencionais e orgânicos), totalizando 76% das bancas entrevistadas. Este é, portanto, um indicativo fundamental acerca da importância desta atividade comercial vinculada nesta categoria de produtos. Esse fato também ajuda a justificar a permanência das feiras nos territórios, já que a maioria dos produtos vendidos é essencial no cotidiano das pessoas.

Para a categoria de produtos culturais, 6% dos respondentes comercializam artesanato e 4% comercializam outros tipos de produtos culturais. Já no item obras de arte, nenhum respondente se incluiu nesta categoria. Quando somadas, estas categorias totalizam 10% dos respondentes, não sendo muito expressivo o número de comerciantes com este tipo de item. Estão incluídos em outras categorias 4% dos respondentes, com produtos vinculados a itens usados, antiguidades, flores, materiais para pet. Não responderam à pergunta 5% dos participantes.

Em Varsóvia, na categoria de produtos naturais, somam-se 37% dos respondentes, sendo 25% os que comercializam frutas e verduras convencionais e 11% aqueles que comercializam frutas e verduras orgânicas. O resultado encontrado confirmou o que se observou no campo empírico, primeiramente, pelo maior número de produtos convencionais vendidos e, após, porque são poucas as feiras que comercializam produtos orgânicos. Constatou-se também que muitos feirantes comercializam itens advindos de produção própria e, mesmo que não possuam o selo que qualifica o produto orgânico, comercializam os itens na condição de orgânicos, fato validado pelos clientes e consumidores, especialmente nas bancas onde há parte dos produtos que é produzido pelo próprio feirante. Os clientes confiam no comerciante e preferem levar esses produtos em vez daqueles que o comerciante trouxe para revenda.

Para a categoria de produtos industrializados, somam-se 19% dos respondentes, sendo 6% os que comercializam utilidades domésticas, tais como ferramentas, acessórios para cozinha etc., e 13% comercializam itens de vestuário, tais como roupas e calçados. O número um pouco mais alto de produtos, nesta categoria, pode estar vinculado ao costume de adquirir este tipo de produto nas feiras e somente recentemente, nos últimos 15 anos, vê-se a criação de maior variedade de lojas e centros comerciais, conforme observação empírica nas respostas dos moradores locais e também levando em conta as recentes mudanças políticas e

econômicas no país. Outros itens na categoria de produtos industrializados, que surgiram nas respostas, foram: eletrodomésticos, roupa íntima, produtos zoológicos, armarinhos, fios e agulhas.

Na categoria de alimentos, somam-se 20% dos respondentes, sendo 18% de alimentos preparados fora da feira, embutidos, pães, salgados, doces etc., e 2% de alimentos preparados na própria feira, tais como sanduíches, assados, doces, etc. Na observação empírica, constatou-se que havia poucas bancas com itens nesta categoria de produtos de preparo de alimentos, no ambiente da feira, e a cultura local é a de que as pessoas adquiram esses itens em pequenos comércios de rua, em ambientes fechados.

Para a categoria de produtos culturais, 5% dos respondentes comercializam artesanato e 3% comercializam obras de arte. Trata-se de um montante pequeno, de 8%, quando comparado às demais categorias de produtos. Já no item “outros tipos de produtos culturais”, nenhum respondente se incluiu nesta categoria e 6% dos participantes não responderam a esta questão.

Ao compararmos as duas cidades, na categoria de produtos naturais, obteve-se um resultado similar, que totalizou 39% em Curitiba e 36% em Varsóvia. Em Curitiba, destaca-se o volume um pouco maior, de 31% em produtos convencionais, enquanto que, em Varsóvia, esse percentual é de 25%. Varsóvia se destaca com um percentual maior na comercialização dos produtos orgânicos nas feiras, um montante de 11%, contra 9% em Curitiba. Em ambas as cidades, na observação empírica, ocorreram relatos de que as pessoas gostariam de adquirir uma quantidade maior de produtos orgânicos, mas não o fazem em razão dos valores serem bem mais elevados quando comparados com produtos convencionais.

Na categoria de produtos industrializados, foi possível confirmar os dados da observação empírica, em que há cultura de adquirir esses tipos de produtos em feiras na cidade de Varsóvia, pois o percentual de bancas desse tipo totalizou 19% (em Curitiba, foram apenas 9%).

O mesmo ocorreu, em proporção inversa, na categoria de alimentos, já que se confirmou a cultura de consumir alimentos preparados na e fora da feira, com um percentual total de 37%, em Curitiba, e, em Varsóvia, 20%. Cabe destacar que a divergência de percentual é mais relevante para a subcategoria de alimentos produzidos na feira, sendo 13% em Curitiba e apenas 2% em Varsóvia. Para a subcategoria de alimentos produzidos fora da feira, os resultados são similares, totalizando 24% em Curitiba e 18% em Varsóvia.

Para as subcategorias de artesanato, essas apresentam similaridade nos resultados, totalizando 6% e 5%, para Curitiba e Varsóvia, respectivamente. Na subcategoria obras de arte,

não houve resultados para a cidade de Curitiba, e, em Varsóvia, houve a ocorrência de um percentual de 3%. Em ambos os casos, confirma-se observação de que inexistiu essa prática em Curitiba e de que são observadas algumas práticas isoladas em Varsóvia.

O montante de respostas na questão aberta totaliza 4% em Curitiba e 9% em Varsóvia e pertencem a produtos naturais para decoração, como arranjos e flores naturais; itens usados, tais como livros, roupas e calçados; bem como itens com maior valor agregado, que pertencem à categoria de antiquário e antiguidades. Outros itens vendidos na feira, e que tem origem na produção artesanal, são pães e outros produtos de panificação e conservas de frutas e verduras. Entre os itens alimentícios, surgiram respostas, como: frutas secas, carne e ovos. Houve similaridade na quantidade de participantes que não responderam à pergunta, totalizando 5% em Curitiba e 6% em Varsóvia.

Para as questões 18, que identifica a quantidade de itens diferentes que são comercializados, e 19, que mensura o item mais caro e o mais barato de cada banca, ocorreram problemas e dúvidas durante a aplicação dos questionários, em ambas as cidades, e as respostas voltaram invalidadas, por isso, essas duas questões não serão consideradas na análise dos dados.

A questão 20, mostrada na Tabela 16, que identifica o modo de transporte das mercadorias, tem a intenção de auxiliar na compreensão de um possível nível de ajuda mútua, nesse quesito de deslocamento das mercadorias do ponto de origem até o local da feira. Os resultados demonstram que, nas duas cidades, a maioria dos feirantes possui transporte próprio e não divide o mesmo com outro feirante, sendo que, em Curitiba, isso ocorreu para um número significativo de feirantes, com 92% dos respondentes e, em Varsóvia, foram 71% dos respondentes. Em Varsóvia, a prática de compartilhamento do transporte é um pouco maior, tanto para quem possui transporte próprio quanto para quem utiliza transporte terceirizado, somando 14% (em Curitiba, é de 7%). Também em Varsóvia, como tem ocorrido com diversas questões, 16% dos participantes não responderam à questão. Dos relatos obtidos em campo, houve uma resposta de feirante, o qual informou que “agora vem de transporte público, antes tinha carro próprio”.



Tabela 16 – Tipo de transporte utilizado para os produtos comercializados na feira.

	Nome da cidade		Total
	Curitiba	Varsóvia	
Transporte próprio exclusivo	307	162	469
Transporte próprio compartilhado	7	10	17
Transporte terceirizado compartilhado	16	20	36
Não informou	4	36	40
<b>Total</b>	<b>334</b>	<b>228</b>	<b>562</b>

Fonte: A autora.

A questão 21 tratou de dois dados diferentes: origem dos produtos comercializados na feira e identificação do feirante com a concorrência. A apresentação dos dados será feita na Tabela 17, sobre a origem dos produtos, e na Tabela 18, sobre a concorrência.

Tabela 17 – Origem dos produtos vendidos na feira.

	Nome da cidade		Total
	Curitiba	Varsóvia	
Produtos adquiridos para revenda	229	194	423
Produção própria	124	48	172
Não respondeu	6	8	14
Produtos de revenda e produção própria	25	17	42
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>267</b>	<b>651</b>

Fonte: A autora.

Nesta questão, buscou-se compreender a origem dos produtos comercializados, se eram de produção própria do feirante ou se tinham a origem com atacadistas. Em Curitiba, do montante de respondentes, 60% afirmou que adquire do atacadista e revende os produtos na banca. Para 32% dos respondentes, os produtos são produzidos por ele ou sua família e comercializados na banca. Para 7% dos respondentes, a origem dos produtos é mista, ou seja, adquirem no atacadista, mas também têm origem na produção própria ou da família. Dos participantes, 1% não respondeu esta questão. A maioria dos feirantes, portanto, revendem as mercadorias, fato que confirma duas questões importantes: uma, nas respostas do feirante, com um grande volume de respostas na formação de preço do produto em que ele compõe o

preço, todos os dias, de acordo com o valor da aquisição da mercadoria, e a segunda questão, do argumento do gestor público, quando afirmou que o feirante tem o papel de regular o preço das mercadorias. É claro, um papel que quase desapareceu ao longo do tempo, mas, de algum modo, ainda está presente nos territórios e acaba regulando o preço em sua área de abrangência. No caso de Curitiba, constatou-se que os feirantes trabalham em diferentes bairros, desse modo, contribuem para regular os preços também nesses outros territórios.

Em Varsóvia, do montante de respondentes, 73% afirmou que adquire do atacadista e revende os produtos na banca. Para 18% dos respondentes, os produtos são produzidos por ele ou sua família e comercializados na banca. Para 6% dos respondentes, a origem dos produtos é mista, ou seja, adquire-se no atacadista, mas também têm origem na produção própria ou da família. Dos participantes, 3% não responderam esta questão. Vê-se pelos resultados que a maioria dos feirantes, em Varsóvia, revende as mercadorias e poucos são os que possuem produção própria. Da observação em campo, a queixa dos feirantes é a forte influência dos supermercados, que atrapalham suas vendas, pois vendem os produtos com preço bem menor. Surgiram alguns relatos no sentido de que o “governo não deveria permitir que novos mercados fossem abertos” ou “o governo deveria fazer alguma coisa para regular os preços dos supermercados”, porém, trata-se de algo que independe do governo; a população local, com os feirantes, é que vai elaborando as regras de preço.

Ao comparar as duas cidades, há similaridade no total de respostas, na opção dos feirantes que compram os produtos para revenda, representando a maioria das respostas, com um número maior para Varsóvia, que totalizou 73% (total de Curitiba foi de 60%). Os feirantes que vendem sua própria produção representam percentuais divergentes, sendo 32% em Curitiba e 18% em Varsóvia. O percentual de feirantes que não respondeu à pergunta foi similar nas duas cidades, totalizando 2% em Curitiba e 3% em Varsóvia.

Espontaneamente, surgiu uma opção de resposta no momento das entrevistas, que foi a necessidade dos feirantes responderem as duas opções, visto que alguns, além de comprarem itens para revenda, também comercializam itens de sua produção própria. Esses percentuais foram similares nas duas cidades e totalizaram 7% em Curitiba e 6% em Varsóvia. Se somarmos com a opção de resposta de produção própria, obteremos 39% em Curitiba e 24% em Varsóvia. Portanto, é um importante número de feirantes que consegue vender sua própria produção e, dentre os produtos vendidos, estão aqueles que, embora não recebam o selo de produtos orgânicos, ganharam a confiança do cliente, que procura esse tipo de produto com a vantagem de tê-lo próximo de sua casa, não precisando se deslocar até a área rural.

Tabela 18 – Identificação de concorrentes nas feiras.

	Nome da cidade		Total
	Curitiba	Varsóvia	
Concorrentes dentro da feira	173	172	345
Concorrentes próximos à feira	40	56	96
Não tem concorrência	100	22	122
Não responderam	39	17	56
Total	352	267	619

Fonte: A autora.

Seguindo agora para a segunda parte da questão 21, que trata da percepção e identificação do feirante com a concorrência, em Curitiba, para 60% dos respondentes, são identificados concorrentes dentro da feira, equivalendo a 49%, e nas proximidades da feira, 11%. Outros 29% dos respondentes não identificam concorrentes em sua categoria de produtos e 11% preferiram não responder a esta questão. Um fato interessante é que diversos participantes responderam mais de uma opção, que transitou entre as respostas de concorrentes dentro e próximo à feira. Isso confirma o grande volume de respostas obtidas e também o que se observou em campo, pois muitos feirantes alteram o valor do produto ao chegarem na feira, justamente porque o outro feirante está com preço menor; são regras típicas do mercado.

Em Varsóvia, um número maior de respondentes identifica concorrentes dentro da feira, 64%, e nas proximidades da feira, 21%. Para um percentual pequeno, de 8% de respondentes, estes não identificam concorrentes em sua categoria de produtos e 6% preferiram não responder a esta questão. Da mesma forma que em Curitiba, o que se observou em campo é que, por mais que os feirantes se ajudem em alguns aspectos, como um cuidar da banca do outro, ceder produtos quando falta para o feirante ao lado, mesmo assim eles são concorrentes.

Ao comparar as duas cidades, constata-se um percentual mais elevado de concorrência, dentro e nas proximidades da feira, com um resultado maior em Varsóvia. Destaca-se que, em ambas as cidades, os feirantes possuem um número grande de concorrentes dentro da própria feira. Desse modo, a análise geral é de que, independente do tipo de atividade comercial, há a concorrência e cada tipo de atividade busca estratégias próprias para sobreviver. Por exemplo, na questão do preço, toda a sequência de tarefas em uma banca, desde a compra do produto, a formação do preço de venda até a exposição do produto no caixote, estão implicados muitos fatores, que influenciam na decisão final do feirante. São procedimentos dinâmicos e informais, que sequer caberiam em sistemas ou fórmulas, pelo simples fato de que,

dependendo do preço que o outro feirante está vendendo determinado item, o vizinho altera seu preço, mesmo sob risco de prejuízo. Por isso, as feiras têm sua dinâmica própria e, muitas vezes, incompreendida.

Seguimos agora para a apresentação dos resultados das últimas questões que compõem a categoria da configuração das feiras. A questão 24, apresentada na Tabela 19, foi elaborada para entender se, na percepção do feirante, há a necessidade de melhoria na sua atividade, tanto na parte de equipamentos e infraestrutura quanto em aspectos que envolvem a aplicação de alguma tecnologia. Dos resultados obtidos, a maioria está satisfeita com as condições atuais da feira, tanto em termos de banca quanto de infraestrutura geral e também de tecnologia a ser adotada.

Tabela 19 – Percepção do feirante se existem alternativas para melhorar sua atividade.

	Cidade		Total
	Curitiba	Varsóvia	
Não	183	157	340
Não respondido	11	22	33
Sim	140	54	194
Total	334	233	567

Fonte: A autora.

Na questão 24, aberta, em que o respondente expressou se haveria alguma tecnologia ou modificação, alguns dos que afirmaram que sim, haveria alguma melhoria, não souberam citar ao certo que tipo de melhoria poderia ser adotada. Isso ocorreu nas duas cidades. Em ambas, notou-se que, quando as questões eram abertas, na maioria das situações, os feirantes utilizavam a pesquisa para reclamar e apontar problemas. Um exemplo, em Curitiba: *“a feira é popular, se modernizar não vai funcionar. Os técnicos sabem da teoria, mas quem sabe o que funciona é o feirante. Eu queria muito ter espaço na feira noturna, mas não deixaram porque é uma feira só para itens de primeira necessidade”*. Houve similaridades nas respostas quando comparadas com a questão 23, apresentada em outra categoria. A síntese dessas observações de Curitiba está no Quadro 8 e, de Varsóvia, no Quadro 9.

<b>Dependem do poder público, segundo percepção do feirante</b>	
Divulgação, marketing e propaganda da feira	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ propaganda</li> <li>✓ redes sociais e divulgação</li> <li>✓ marketing</li> <li>✓ tecnologias de divulgação</li> <li>✓ melhorar a divulgação</li> <li>✓ divulgação</li> <li>✓ divulgação do governo/prefeitura</li> <li>✓ mídias sociais, sites especializados para divulgar a feira</li> </ul>
Melhoria na barraca, estrutura da banca e mais apoio na feira como um todo	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ melhorar a barraca, ser mais apresentável</li> <li>✓ modificar /modificar as barracas</li> <li>✓ melhorar o formato das bancas de orgânicos</li> <li>✓ barraca muito ruim; “a gente paga a banca, poderia ser melhor”</li> <li>✓ barraca mais confortável e de graça</li> <li>✓ barracas melhores cedidas pela prefeitura (como em Joinville)</li> <li>✓ cobertura melhor da barraca</li> <li>✓ barraca está feia</li> <li>✓ estrutura da barraca é precária</li> <li>✓ decoração das barracas padronizada</li> <li>✓ padronização do modelo das barracas</li> <li>✓ infraestrutura</li> <li>✓ mais tomadas elétricas</li> <li>✓ numeração da barraca</li> <li>✓ música ambiente na feira</li> <li>✓ mapas da feira mostrando os setores, bancas e tipos de produtos</li> <li>✓ outra estética para as barracas</li> <li>✓ tudo é precário</li> <li>✓ barraca nova</li> <li>✓ precisam rever o valor do aluguel da barraca</li> <li>✓ as barracas atuais estão furadas e sujas</li> <li>✓ infraestrutura das barracas. Estão sujas, furadas e com suporte enferrujado</li> <li>✓ estrutura da banca mais reforçada. Usa uma cedida pelo Instituto de Turismo, mas é muito fraca. Paga R\$ 20,00 por dia de uso</li> <li>✓ criar uma feira ambulante, em um ônibus articulado, em parceria com a prefeitura</li> <li>✓ energia elétrica; gerador de energia</li> </ul>
Segurança	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ polícia</li> <li>✓ som de alerta, por exemplo, em caso de assaltos</li> <li>✓ sistema de segurança</li> <li>✓ alarme de presença</li> <li>✓ câmeras</li> </ul>
Limpeza e higienização da feira	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ higienização</li> <li>✓ lavagem das calçadas</li> </ul>
Banheiros	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ banheiro químico</li> </ul>
<b>Dependem do feirante</b>	
Melhorias nas atividades e processos da banca	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ melhor transporte das mercadorias</li> <li>✓ carro com balcão melhor, talvez uma van</li> <li>✓ TV para passar informações para os clientes, para demonstrar os produtos</li> <li>✓ imagem dos produtos</li> <li>✓ prateleiras para expor seus produtos</li> <li>✓ impressora 3D</li> <li>✓ torno para ourivesaria</li> <li>✓ melhorar a exposição das peças</li> <li>✓ uma máquina para ela mesma elaborar os desenhos dos produtos</li> <li>✓ máquina de costura</li> <li>✓ máquina de fazer doce</li> </ul>

continua

<b>Dependem do feirante</b>	
Melhorias nas atividades e processos da banca	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ ventilador e também aquecedor</li> <li>✓ adotar um reservatório de água maior (para limpeza dos materiais e higienização das mãos)</li> <li>✓ sistema para impressão de pedidos</li> <li>✓ receber as vendas em vale-refeição</li> <li>✓ reformar as instalações do trailer, refrigeração, etc.</li> <li>✓ trocar o atual trailer por um melhor</li> <li>✓ tem banca simples e não quer trailer, mas quer um container para vender seus produtos</li> <li>✓ computador para implantar sistema de vendas</li> <li>✓ barraca melhor (barraca própria)</li> <li>✓ prateleira para expor produtos</li> <li>✓ máquina para cartões de débito e crédito</li> <li>✓ máquinas computadorizadas para recorte do MDF</li> <li>✓ aparelho para picar tomate</li> <li>✓ máquina para fazer a carne pururuca</li> <li>✓ carro tipo van, que facilitasse na hora de chegar na feira</li> <li>✓ mudar o trailer para um modelo de carro, que é melhor e atende seu tipo de venda</li> <li>✓ refrigeração para coco</li> <li>✓ mais máquinas para ralar o coco</li> <li>✓ balança com etiquetadora, que tivesse o nome da banca, informações de validade e peso do produto</li> <li>✓ geladeira</li> <li>✓ máquina para senha, na fila de espera</li> <li>✓ caixa registradora</li> <li>✓ algo que facilitasse a montagem da banca</li> <li>✓ trailer</li> <li>✓ algum tipo de melhoria na montagem da banca ou adotar o trailer</li> <li>✓ caixa automatizado com computador</li> <li>✓ trailer, mas com layout para bem atender o cliente de flores</li> <li>✓ trailer, mas é muito caro</li> <li>✓ computador</li> <li>✓ melhorar o equipamento para fritar pastel</li> <li>✓ máquina para etiquetar produtos</li> <li>✓ melhorar a banca ou adotar trailer</li> <li>✓ máquina para descascar o coco</li> <li>✓ ter mais variedade de produtos</li> <li>✓ computador para cadastro dos clientes</li> <li>✓ computador ou notebook</li> <li>✓ trailer mais baixo, que mantivesse as características da banca, em que consegue olhar o cliente de perto</li> <li>✓ caixa com controle de pedido</li> <li>✓ vídeo com produtos da banca</li> <li>✓ freezer</li> <li>✓ código de barras</li> </ul>
<b>Independem do feirante e do poder público</b>	
Melhorias em geral, para o feirante, incluindo tecnologia e serviços	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ sistema de som com músicas, na feira</li> <li>✓ aplicativos</li> <li>✓ caixa eletrônico</li> <li>✓ wi-fi</li> <li>✓ internet</li> <li>✓ algum aplicativo para feirantes</li> <li>✓ restaurante com preço acessível para os feirantes</li> </ul>

Quadro 8 – Curitiba – Respostas abertas com sugestões de melhoria para as atividades na banca.

Fonte: A autora.

Em Curitiba, em algumas modalidades de feira, as bancas são fornecidas por uma empresa terceirizada que, historicamente, havia recebido insumos da prefeitura para confeccionar novas barracas. Em campo, boa parte dos feirantes expressa que a responsabilidade das bancas é da prefeitura e, conseqüentemente, a responsabilidade pela melhoria cabe a ela. Outro ponto interessante é que, nas feiras onde ocorre o fornecimento da barraca por parte da prefeitura, ou seja, por parte dessa parceria da prefeitura com a empresa terceirizada, boa parte dos feirantes entrevistados fez reclamações sobre o estado da banca. Já nas feiras onde a banca é de responsabilidade do feirante, mesmo essa estando em condições iguais, parecidas ou até piores daquelas referidas anteriormente, apenas dois deles admitiram que havia necessidade de reformar a banca e então apontavam outros tipos de melhorias, que acabavam recaindo sob a responsabilidade da prefeitura e não dele mesmo.

A questão aberta trouxe diferentes informações, que expuseram um conflito, até então implícito, dos feirantes com o poder público em Curitiba, relatado a seguir.

Segundo os feirantes, faltam campanhas de divulgação e marketing da feira e, por esse motivo, as feiras estão enfraquecendo. De outro lado, na entrevista coletada junto ao gestor público, este reforçou que não faz esse tipo de campanha para as feiras por força de legislação, pois “como irá divulgar algo privado?”. O que eles fazem são campanhas institucionais para reforçar o lado positivo das feiras, dando ênfase para sua importância. É uma questão operacional complexa e parece que ambos tem razão; de um lado, o feirante não pode extrapolar, ir além de determinados comportamentos, já que é permissionário e precisa cumprir regras (embora exerça atividade comercial, faz isso em local público); e, por outro lado, o poder público se vê limitado em divulgar uma atividade comercial privada, utilizando a máquina pública. A solução seria o poder público assumir o “agente feira urbana” e aprimorar os meios de divulgação institucional, por exemplo, em seu próprio website, pois lá as informações estão desatualizadas e, de modo algum, esta ação caracteriza o uso da máquina pública. A feira é um patrimônio para a cidade e tem relevância na microescala territorial.

No item de melhoria da banca, foram constatadas diferentes situações; uma, em que o feirante possui sua própria barraca, tendo a responsabilidade da manutenção, montagem e desmontagem no dia da feira; e outra, em que o poder público intermedia a locação da barraca, mas não tem responsabilidade nenhuma sobre isso, repassando para “os barraqueiros”, que são empresas que locam a barraca ao feirante. Esse histórico se dá, segundo o gestor público da Feira do Largo da Ordem, em razão da necessidade de padronizar as barracas, visto que se trata de uma feira “muito importante para a cidade, é um cartão de visita”. Essa problemática

parece um caso vencido, em que, de fato, o poder público não deveria se envolver nessas questões operacionais, mas regular para que haja um padrão nas barracas. Esse controle deveria ser feito por ambos, feirante e poder público, no entanto, por não disporem de verbas, o impasse não tem data para terminar.

No item sobre segurança, as queixas se deram mais na Feira do Largo da Ordem, que concentra um maior número de pessoas. Nas feiras de bairro, esse tema não surgiu com tanta ênfase e, ao aproximarmos dos relatos dos feirantes em campo, a própria feira oferece a segurança no bairro, já que atrai mais pessoas e os lugares não ficam tão vazios. Alguns clientes relataram que se sentem seguros quando a feira está ali. Nesse item, mais uma vez caímos num impasse, afinal, a segurança da feira deve ser pública ou privada? Ao mesmo tempo, quando o feirante solicita “som de alerta, em casos de assaltos”, na Feira do Largo da Ordem, a exemplo de outras feiras pelo Brasil, de quem seria a responsabilidade?

Nos dois últimos itens que surgiram, em que os feirantes atribuem a responsabilidade ao poder público, diversos feirantes pedem a melhoria na limpeza e também a oferta de banheiros públicos. O que se viu em campo é que a limpeza é feita após a feira, dando margem para situações como encontrar o local sujo quando o feirante chega para trabalhar. Sendo assim, há um pleito para que a limpeza fosse feita antes da feira; no caso dos banheiros, segundo o poder público, isso está em regulação e é fornecido ao feirante, mas não é o que se constatou em campo, pois nem todas as feiras dispõem do sanitário químico. Essas são questões operacionais muito pontuais e, ao que tudo indica, parecem seguir para uma solução.

Na outra categoria que surgiu espontaneamente, algumas soluções dependem somente do feirante. Foram diversos apontamentos, no sentido de melhorias na operação da banca, com equipamentos mais modernos, tanto para a produção e manuseio de produtos quanto para itens que melhorem o atendimento ao cliente, com senhas ou código de barras.

Por fim, surgiram algumas questões que, em verdade, independem do poder público e também do feirante, mas que certamente poderiam ser solucionadas em conjunto, por ambos. Isso seria possível caso a relação interorganizacional fosse alterada, já que, atualmente, ambos têm preocupações operacionais voltadas para suas questões, não sendo possível criar espaços de debate para elaboração estratégica para soluções, por exemplo, pleiteadas pelos feirantes em seus relatos: sistemas de som, aplicativos, caixa eletrônico próximo à feira, rede wi-fi, restaurantes com descontos para feirantes, entre outras.

A seguir, o quadro síntese de Varsóvia. O que se pode confirmar é que tiveram poucas sugestões, pois havia o receio de que os entrevistadores poderiam pertencer ao poder público.



No geral, as solicitações se concentraram em melhorias na estrutura da banca, água corrente acessível no ambiente da feira, também aquecimento e cobertura para a mesma.

<b>Dependem do gestor da feira</b>	
Divulgação, marketing e propaganda da feira	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ marketing</li> <li>✓ página web com os produtos</li> </ul>
Melhoria na barraca, estrutura da banca e mais apoio na feira como um todo	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ aquecimento para as bancas e barracas</li> <li>✓ reformar a banca</li> <li>✓ cobertura/telhado</li> <li>✓ água, luz</li> <li>✓ aluga o local; tem uma mesa de trabalho muito simples</li> <li>✓ mais ajuda e apoio por parte da prefeitura</li> <li>✓ cobertura gratuita</li> <li>✓ água corrente</li> <li>✓ acesso à água</li> </ul>
Segurança	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ melhorar o serviço de segurança</li> </ul>
<b>Dependem do feirante</b>	
Melhorias nas atividades e processos da banca	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ telefone</li> <li>✓ um caixa fiscal mais moderno</li> <li>✓ melhorar a entrega de produtos aos clientes</li> <li>✓ precisa de uma melhoria, que é uma máquina de cortar carne</li> <li>✓ computador</li> <li>✓ máquinas para vender com cartão de crédito</li> <li>✓ uma calculadora para mim</li> </ul>
<b>Independem do feirante e do poder público</b>	
Melhorias em geral para o feirante, incluindo tecnologia e serviços	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ wi-fi gratuito</li> </ul>

Quadro 9 – Varsóvia – Respostas abertas com sugestões de melhoria para as atividades na banca.  
Fonte: A autora.

Em Varsóvia, os pleitos são para o gestor da feira, que, na verdade, é o gestor do terreno que aluga o espaço das bancas, e algumas questões são diretamente para os proprietários das bancas, que as alugam para o feirante. Conforme mencionado anteriormente, em Varsóvia, o feirante tem permissão para a atividade concedida pelo poder público, recolhe as taxas e, além disso, paga o aluguel da banca, aluguel da cobertura e de qualquer outra melhoria, diretamente ao gestor do terreno. A maioria das feiras fixas, os mercados, possuem estruturas precárias, razão de diferentes impasses e discussões entre a população local, feirantes e poder público. Segundo os feirantes, caberia ao gestor do terreno ou ao dono da banca a melhoria desses locais, já que eles pagam o aluguel, mas não é o que ocorre. Quanto às melhorias na operação da banca, surgiram também poucos comentários, tendo em vista o processo cultural dessa relação com a feira, em que, por exemplo, a maioria dos feirantes só opera com dinheiro em espécie, não havendo ainda a necessidade de recebimentos com cartões bancários. O modelo das bancas é tradicional e atende às expectativas do feirante e do

cliente; o que incomoda é a precariedade das infraestruturas das bancas e da própria feira, ou mercado, em si.

Por fim, constata-se que, das diferentes questões a serem solucionadas, em Curitiba, a maioria possui um caráter mais operacional, administrativo e regulatório e, em Varsóvia, essas questões possuem, também em sua maioria, um caráter de infraestrutura, administrativo e regulatório. Todas são questões que acabam não influenciando tanto o território em si, mas as relações interorganizacionais entre o feirante e o gestor da feira.

Na próxima questão, de número 25, é abordado o tipo de contrato de trabalho com o empregado da banca, porém, o que se percebeu é que, na maior parte das respostas, não havia contrato formal estabelecido, pois trata-se de bancas em que os proprietários são autônomos ou trabalham em família, fato que, no entendimento deles, nem sempre requer formalização da atividade laboral. Essa pergunta gerou desconforto entre os respondentes, que têm receio de fiscalizações trabalhistas, e, possivelmente, isso justificou o número tão alto de não respondentes em ambas as cidades, sendo 54% em Curitiba e 86% em Varsóvia. As informações com as respostas obtidas estão apresentadas na Tabela 20.

Entre outras respostas obtidas em Varsóvia, surgiram anotações dos entrevistadores, itens não contemplados na tabulação de dados, tais como: contrato temporário; contratos fixos e temporários; não tem contrato, por isso, oficialmente, é como se não trabalhasse; trabalha sozinho; trabalho informal; trabalho ilegal; são empresários; não tem empregados; contrato eventual; empresário autônomo - empresa de apenas uma pessoa. Em Curitiba, surgiram respostas, como: diarista; mensalista; *freelancer*; folguista, sendo enquadrados aqui todos os trabalhos informais, sem registro.

Tabela 20 – Tipo de contrato de trabalho com o empregado da banca.

	Cidade		Total
	Curitiba	Varsóvia	
Autônomo	52	10	62
CLT	14	8	22
Cooperados	1	0	1
Diaristas	7	4	11
Família e diaristas	2	0	2
Família, diaristas e CLT	1	1	2
Familiares	75	0	75
Freelancer	1	6	7
Informalidade	1	2	3
Não respondido	180	201	381
Não sabe	0	1	1
<b>Total</b>	<b>334</b>	<b>233</b>	<b>567</b>

Fonte: A autora.

Na questão 26, com os resultados apresentados na Tabela 21, a abordagem foi feita para levantar a informação sobre qual o tipo de recurso empregado para financiar a atividade da banca; se é recurso próprio ou financiamento bancário, em que o risco e/ou endividamento fica sob responsabilidade do próprio feirante, se há algum tipo de organização, como associação ou cooperativa, que apoie o desenvolvimento da atividade do feirante, ou ainda se, eventualmente, ele buscaria esse recurso financeiro junto a familiares ou amigos.

A expectativa inicial era de que, em Varsóvia, poderiam haver mais ocorrências de subsídios por parte de associações ou cooperativas, tendo em vista a influência do antigo sistema político e econômico no país, mas o que se confirmou é que isso ocorre muito pouco. Para eles, é mais fácil recorrerem ao apoio eventual da família, amigos e do banco do que obterem esse apoio junto a instituições coletivas.

De modo geral, para ambas as cidades, foi confirmada que a maioria dos feirantes utiliza recursos próprios para financiar sua atividade comercial, sendo 86% em Curitiba e 76%

em Varsóvia, e poucos se sentem à vontade para recorrer aos bancos, tendo em vista a alta taxa de juros, segundo relatos coletados em campo.

Tabela 21 – Tipo de recurso para financiar a atividade da feira.

	Cidade		Total
	Curitiba	Varsóvia	
Associação	0	3	3
Bancário	12	3	15
Bancário, microcrédito do Banco do Brasil	1	0	1
Cooperativa	1	2	3
Empréstimo com amigos	1	0	1
Empréstimo com família	0	3	3
Empréstimo com família, Empréstimo com amigos	0	1	1
Não respondido	13	27	40
Não sabe, o dono da banca não estava	3	2	5
Recurso próprio	287	178	465
Recurso próprio e antecipação de valores dos cartões de crédito	1	0	1
Recurso próprio e Associação	1	0	1
Recurso próprio e Bancário	13	3	16
Recurso próprio e cartão de crédito pessoal	1	0	1
Recurso próprio e empréstimo com amigos	0	1	1
Recurso próprio e empréstimo com família	0	7	7
Recurso próprio, bancário e empréstimo com família	0	1	1
Recurso próprio, empréstimo com família e empréstimo com amigos	0	2	2
Total	334	233	567

Fonte: A autora.

A questão 27, com dados apresentados na Tabela 22, foi elaborada para compreender como é a relação do feirante com o seu fornecedor, se adquire à vista, à prazo ou se, eventualmente, estabelece algum tipo de negociação mais livre, como, por exemplo, o fornecedor manter uma linha de crédito com o feirante.

Tabela 22 – Relação do feirante com seu fornecedor.

	Cidade		Total
	Curitiba	Varsóvia	
Adquire a prazo	40	14	54
Adquire a prazo e consignação	1	0	1
Adquire a prazo e fica com crédito com o fornecedor	1	0	1
Adquire à vista	221	157	378
Adquire à vista e a prazo	43	7	50
Adquire à vista e a prazo, ficando com crédito com o fornecedor	1	7	8
Adquire à vista, adquire à vista dos cooperativados e demais fornecedores	1	0	1
Compra com cartão de crédito pessoa física	1	0	1
Depende do fornecedor	0	1	1
Fabricação própria	1	0	1
Fica com crédito com o fornecedor	4	8	12
Não compra com fornecedores, faz coleta	1	0	1
Não compra, busca a matéria-prima	1	0	1
Não respondido	11	32	43
Não sabe	2	0	2
Não sabe, o dono da banca não estava	0	3	3
Produção própria	5	3	8
Varia de acordo com o tipo de fornecedor	0	1	1
<b>Total</b>	<b>334</b>	<b>233</b>	<b>567</b>

Fonte: A autora.

Em Curitiba, 66% dos respondentes adquirem as mercadorias à vista, 13% a prazo, e se utilizam das duas formas 13% dos participantes. Não quiseram responder à pergunta 4%, para 1% deles a questão não se aplica, pois têm produção própria, e 3% deles responderam com outras alternativas, tais como: possuem crédito com o fornecedor, utiliza o cartão de crédito da sua pessoa física, possui fabricação própria, recebe doação da matéria-prima. Há, portanto, maior incidência de compras à vista.

Em Varsóvia, 68% dos respondentes adquirem as mercadorias à vista, 6% a prazo, e se utilizam das duas formas 3% dos participantes. Não quiseram responder à pergunta 14%. Para 1% deles, a questão não se aplica, pois têm produção própria; 1% deles não conseguiu responder, já que o dono da banca não estava no momento da aplicação do questionário; e 7% deles responderam com outras alternativas, tais como: possuem crédito com o fornecedor e depende do fornecedor. Há, portanto, maior incidência de compras à vista, da mesma forma que ocorreu em Curitiba. Os percentuais divergentes comparados com Curitiba são mais nas compras a prazo, existe maior relação de confiança, ficando com crédito junto ao fornecedor, e novamente houve um número significativo de não respondentes.

Para ambas as cidades, a maioria dos feirantes adquire os produtos à vista e esse comportamento é muito comum no comércio, pois, do mesmo modo que o comerciante barganha com o fornecedor, o cliente barganha com o comerciante. Dos relatos em campo, esse comportamento ocorre pelo fato de que se obtém descontos vantajosos nas compras à vista, melhorando o lucro do feirante. Além do que, sabe-se do processo cultural da barganha do cliente junto ao feirante, atitude que não se pratica em redes de supermercados, mais uma vez confirmando a lógica tão diferenciada dessa atividade comercial.

Os resultados obtidos em ambas as cidades é de que um percentual parecido de respondentes adquire a prazo e, da mesma forma, um percentual similar utiliza as duas modalidades, ou seja, compra à vista e também a prazo. Novamente, destaca-se um número maior de não respondentes em Varsóvia. Não foi constatada nenhuma parceria diferenciada, como, por exemplo, linha de crédito com o feirante, trocas solidárias ou escambo, confirmando que a relação é estritamente comercial.

Na questão 28, com dados apresentados na Tabela 23, a abordagem é para compreender qual a forma mais comum, utilizada pelo feirante, para a formação do preço de venda das mercadorias.

Tabela 23 – Formação do preço de venda das mercadorias.

	Cidade		Total
	Curitiba	Varsóvia	
% de lucro	118	1	119
Barganha do cliente	12	29	41
Custo da matéria-prima e valor da hora trabalhada	17	0	17
Em função do cálculo do lucro no dia da feira	109	81	190
Muda o preço quando chega na banca e vê o preço da outra banca	14	53	67
Não respondido	14	61	75
Não sabe, o dono da banca não estava	0	4	4
Outros	0	2	2
Pesquisa de mercado	4	1	5
Preço fixo em tabela	46	1	47
<b>Total</b>	<b>334</b>	<b>233</b>	<b>567</b>

Fonte: A autora.

Em Curitiba, somam-se 82% dos respondentes que utilizam técnicas de formação do preço de venda em cima do lucro, cálculo no dia da feira e tabela fixa de preços. Das respostas obtidas, a maioria usa estratégias em torno do lucro, em que muitos deles acrescentam, em média, 30% (uns mais, outros menos que 30%) sobre o valor de custo da mercadoria; outros, em sua maioria vinculados aos alimentos *in natura*, utilizam a estratégia de definir o percentual somente no dia da feira, pois, por vezes, por mais que tentem empregar um percentual fixo, em muitos casos, ocorre de outro feirante não ter determinada mercadoria e, desse modo, ele pode vender num preço até maior. O contrário também ocorre, de acordo com a oferta e demanda; o feirante observa o preço vendido nas demais bancas e ajusta o seu, para manter o mesmo preço e atrair os clientes. Também surgiram respostas no sentido de preço fixo em tabela, bem como a inclusão da hora trabalhada no artesanato. Dos participantes, 4% não responderam a essa questão.

Uma constatação importante surge no sentido de que o preço é formado em cima de um percentual de lucro e é dada pouca importância à barganha do cliente, contrariando os

apontamentos dos estudos de Godoy (2005), Porto (2005), Rocha *et al.* (2010), Queiroz e Azevedo (2012), Santos (2013) e Brugger (2014).

Em Varsóvia, foram obtidas respostas mais diversificadas. Somam-se 37% dos respondentes que utilizam técnicas de formação do preço de venda em cima do lucro, cálculo no dia da feira e tabela fixa de preços. Dos respondentes, 23% mudam o preço após observarem o preço vendido nas demais bancas, assim conseguem atrair os clientes. Dos que cedem à barganha do cliente, somam-se 12%, um número maior do que em Curitiba. Dos participantes, 26% não responderam a essa questão; mais uma vez, um número significativo de não respostas.

Surgiram outras respostas abertas, tais como: a formação do preço de venda depende da quantidade de estoque; depende do tipo do fornecedor; depende do fluxo de venda, pois, se a clientela não vem, é preciso baixar o preço; muitos fazem o cálculo somente em cima da mão de obra; outros utilizam a base de preços da internet mais um percentual de lucro em cima da mercadoria. E, por fim, as feiras que apresentaram itens de antiguidade seguem outro tipo de formação de preço de venda, em que não é possível sequer comparar com as demais modalidades de feira, pois trata-se de um tipo de comércio muito específico.

Ao compararmos as duas cidades, os números são convergentes apenas na opção de cálculo do preço no dia da feira. Nas demais opções, os percentuais são divergentes com números maiores em Varsóvia para: ceder à barganha do cliente, alterar o preço quando chega na banca e vê o preço do outro feirante, não respostas, não soube responder porque o dono da banca não estava. Em Curitiba, os percentuais foram maiores nos itens: faz o cálculo em cima de um percentual de lucro fixo, considera o custo da matéria-prima e hora trabalhada, faz pesquisa de mercado para vender com valores similares ou menores, adota preço fixo em tabela que é reajustada uma ou duas vezes por ano.

O que se confirma é que, em Curitiba, os feirantes já estão adotando técnicas mais específicas para formação do preço das mercadorias, especialmente nas feiras de artesanato e gastronomia, que seguem uma lógica diferente da feira com produtos naturais, as quais sofrem alterações diárias nos preços de compra dos produtos, refletindo automaticamente no preço de venda.

Por fim, a questão 29, conforme dados apresentados na Tabela 24, foi elaborada para compreender qual é a forma mais comum que o cliente utiliza para pagar a mercadoria adquirida, se ainda há mais dinheiro em espécie circulando ou se os clientes adotam os cartões de débito ou crédito para pagarem suas compras nas feiras.



Tabela 24 – Formas de pagamento utilizadas pelos clientes.

	Cidade		Total
	Curitiba	Varsóvia	
Dinheiro	60	213	273
Dinheiro e venda com cartão de débito	29	5	34
Dinheiro, venda com cartão de débito e cartão de crédito	80	1	81
Dinheiro e venda com cartão de crédito	0	3	3
Não respondido	11	8	19
Venda com cartão de crédito	24	2	26
Venda com cartão de débito	65	1	66
Venda com cartão de débito e com cartão de crédito	65	0	65
<b>Total</b>	<b>334</b>	<b>233</b>	<b>567</b>

Fonte: A autora.

Em Curitiba, 51% dos respondentes afirmam que a forma de receber dos clientes vem se alterando na última década e, atualmente, aceitam as três formas mais comuns, sendo 18% deles somente em dinheiro e 33% com dinheiro, cartão de crédito e débito. Dos respondentes, 46% afirma que não recebem mais em dinheiro e concentram o recebimento nos cartões. Isso ocorreu em razão da facilidade de se obter as máquinas para recebimento das vendas e, embora haja taxas altas, os feirantes afirmam que se sentem mais seguros, pois não movimentam dinheiro em espécie.

Em Varsóvia se confirmou a observação empírica em que a maioria quase absoluta dos feirantes, 91%, recebe suas vendas em espécie, já que ainda não há a adoção das máquinas de vendas com cartões bancários (por este motivo, os demais percentuais se tornam insignificantes).

Ao compararmos as duas cidades, foram encontrados números bem divergentes nessa questão da forma de recebimento das vendas. Uma das explicações, especialmente para a adoção em massa dos recebimentos com cartão, em Curitiba, se dá em razão de incentivos e adoção de políticas econômicas e regulatórias para beneficiar e incentivar as atividades dos pequenos empreendedores e autônomos no Brasil, já que estes representam quase 98,5% das empresas privadas no país, segundo o SEBRAE (2018, p. 4). Com essa ação, as redes bancárias criaram programas específicos para atender a esse perfil de empreendedor e

os comerciantes das feiras não ficaram de fora. Inclusive, no depoimento de um dos gestores públicos, houve a afirmação de que eles “autorizaram” a visita dos bancos durante a feira para facilitar a adesão dos feirantes, iniciativa que extrapola um pouco a função do gestor da feira, visto que os empreendimentos são particulares e cabe aos bancos visitarem livremente seus clientes, onde julgarem mais apropriado.

### **5.1.2 Apresentação dos dados das entrevistas aplicadas aos gestores das feiras**

Neste subitem serão apresentados os dados obtidos nas entrevistas, aplicados aos gestores das feiras, nas duas cidades, e terão por base o roteiro que consta no Apêndice III.

#### **5.1.2.1 Entrevista aplicada em Varsóvia**

Neste tópico serão apresentados os dados obtidos nas entrevistas aplicadas aos gestores das feiras e referem-se às questões de números 1 a 3, e 17. Em Varsóvia, a aplicação da entrevista aconteceu no dia 2 de novembro de 2017. Foram quase duas semanas de tentativas até que um técnico aceitou conceder a entrevista, porém, não permitiu gravá-la. O que se detectou é que, em geral, não querem conversar sobre o assunto das feiras, pois acham que podem se comprometer, dado o atual momento político em Varsóvia - estão com um novo governo em transição e enfrentam algumas descontinuidades em programas de governo, além de conflitos partidários. A entrevista foi importante para possibilitar informações complementares sobre as feiras.

A Professora Bogumila me acompanhou na visita e traduziu as questões para que a entrevistada pudesse responder. A pessoa entrevistada foi um técnico da prefeitura, que trabalha apenas na área que controla e lança os editais para gestão dos terrenos.

Na questão 2, quando perguntado se considera que os equipamentos e a tecnologia utilizados pelo feirante atendem às necessidades atuais dos mesmos, a resposta foi de que não sabe dizer se teria outra tecnologia que ajudaria o feirante. Informou que eles possuem uma máquina que emite a nota fiscal ao consumidor e que isso também é feito pelo

fiscal que circula diariamente na feira, inclusive, na maioria das vezes, a nota é emitida pelo fiscal. Esse também é um meio de controle de frequência do feirante, para que seja gerada a taxa para a prefeitura.

Na questão 3, que aborda a percepção do gestor sobre as relações de trabalho existentes na feira, a resposta foi de que não sabe dizer sobre os contratos de trabalho, pois sua área é somente sobre a gestão do terreno. Quanto aos contratos para ser feirante, geralmente, isso ocorre diretamente com o dono do terreno ou com a prefeitura, mas não quis dar detalhes de como isso acontece.

A questão 17, foi elaborada para verificar a percepção do gestor da feira acerca da formalização das atividades do feirante, se ele notou alguma modificação ao longo do tempo e também de que modo ele tem conhecimento dessas condições. A resposta foi de que, atualmente, o nível de formalização está meio a meio, ou seja, metade dos feirantes regularizou sua atividade e a outra metade ainda não regularizou, mas percebe que são poucos os casos não formais e, quando acontece a formalização, eles informam à prefeitura.

Para o caso de locação do terreno, que é feito por uma pessoa, associação, cooperativa ou sociedade, com a finalidade de explorar a área comercialmente, sublocando para o feirante, não é necessária formalização.

#### 5.1.2.2 Entrevistas aplicadas em Curitiba

Em Curitiba, as entrevistas foram aplicadas no dia 27 de novembro de 2018, junto às duas secretarias que são responsáveis pelas feiras: a Secretaria Municipal de Abastecimento e o Instituto Municipal de Turismo. Desse modo, a apresentação dos dados será a partir das categorias analíticas, mas, em separado, estarão as respostas de cada uma das secretarias. A junção das informações está no tópico “Apresentação dos resultados”.

#### 5.1.2.2.1 Entrevista aplicada junto à Secretaria Municipal do Abastecimento (SMAB)

A Secretaria Municipal do Abastecimento (SMAB), criada em 1987, assume a gestão das feiras, sendo que estas já aconteciam há muito tempo no município. Atualmente, a SMAB tem, sob sua responsabilidade, oito categorias de feiras, conforme informações obtidas no website da Prefeitura Municipal e confirmada pelo entrevistado:

- Volante – com produtos de hortifrutigranjeiros, cereais, alimentação, serviços, itens de higiene pessoal, armarinhos, itens de alimentação *in natura* e produtos transformados.
- Gastronômica – alimentação pronta para o consumo.
- Noturna – mista com hortifrutigranjeiros, cereais e alimentos prontos para o consumo.
- Nossa Feira – hortifrutigranjeiro, com preço máximo e controlado.
- Orgânicas – hortifrutigranjeiros e itens de alimentação *in natura* e produtos transformados.
- Direto da Roça – hortifrutigranjeiros.
- Ponto de Pescado – peixes e frutos do mar.
- Feira do Litoral – peixes e itens do litoral.

Cada uma dessas categorias segue uma lógica específica e surgiram em diferentes programas de governo. Algumas se consolidaram ao longo do tempo, volantes (diurna e noturna), gastronômica, orgânica, outras se encontram fragilizadas, com um número reduzido de feirantes, são elas: Nossa Feira, Direto da Roça, Ponto do Pescado, Feira do Litoral. Estas surgiram em momentos específicos da política de segurança alimentar, para criar novos locais para venda do produtor, diretamente ao consumidor. No entanto, o movimento enfraqueceu e o que se vê, nos dias de hoje, são algumas dessas feiras com apenas uma banca.

O vínculo do entrevistado junto à SMAB é de funcionário público, concursado e que está há bastante tempo na mesma secretaria, portanto, possui conhecimento das diferentes alterações que ocorreram nos últimos anos. Quando apresentada a questão para entender a percepção do entrevistado, se o feirante utiliza de equipamentos e tecnologias e se estes atendem às suas necessidades atuais, o entrevistado entende que “há um processo de melhoria constante, gradativo, especialmente na área de alimentação, com a busca de equipamentos

adequados para levar alimento de qualidade à população”, mas “as feiras tem histórico antigo, foram compostas assim e são mantidas do mesmo jeito, com pequenas melhorias”.

A percepção do gestor quanto às melhorias se refere às adequações exigidas aos feirantes, por meio da regulação, seguindo novas regras sanitárias, em que, para continuarem com a permissão de trabalho, tiveram que realizar alguns ajustes nos últimos anos, sempre com prazos longos, permitindo que o feirante se adapte. Os ajustes foram sendo elaborados a partir do olhar da Vigilância Sanitária, sob a responsabilidade da Secretaria de Saúde, que recebia queixas, as quais surgiram por parte dos cidadãos, sendo assim estabelecidas novas regras. Mas, segundo o gestor, ocorriam conflitos entre as duas secretarias (da Saúde e SMAB) e, com o tempo, a SMAB propôs o ajuste do quadro técnico na secretaria, para que esta tivesse técnicos de saúde específicos para acompanhar as feiras, pois entendem que é uma fiscalização diferente da que acontece no urbanismo ou nos comércios que possuem lojas fixas.

Para o caso das bancas de alimentos perecíveis, como carne, peixe e lanches, essas tiveram de melhorar a infraestrutura; muitos migraram do modelo tradicional de barraca para trailer e, além disso, foram adquirindo novos equipamentos e mobiliários que melhorassem, sob a exigência sanitária, a manipulação, preparo e servimento dos alimentos. Para o caso das bancas de hortifrutigranjeiros, uma das exigências foi para que tivessem um reservatório e recipiente para lavar as mãos. Alguns feirantes dessa categoria mudaram para a proposta de trailer, pois assim não perdem tempo com a montagem da banca. No entanto, na opinião de muitos feirantes, esse modelo de trailer não é adequado, visto que perdem o contato com o cliente, que também tem mais dificuldade para acessar as mercadorias. Assim, esses feirantes não pretendem mudar a estrutura da banca. Outro ponto, na opinião do gestor, é de que algumas melhorias estão sendo atingidas, outras, porém, não serão possíveis devido ao próprio processo cultural da feira, no modelo de banca, por exemplo, em que feirante e cliente aprovam esse modelo. Os modelos das bancas, dependendo do tipo de mercadoria, ficam a critério do feirante, não sendo obrigatória a adesão ao trailer. Contudo, no caso das carnes, peixes e lanches, as exigências são tantas que acabam não se encaixando mais naquele modelo de barraca tradicional, por isso, muitos optaram por mudar o tipo de banca para trailer.

No início, eram mais de “120 bancas dos mais diversos tipos”, mas a “concorrência diminuiu o número de feirantes” e eles “sofrem os reveses da economia”. Atualmente, são 88 feiras, segundo o website da SMAB. A Secretaria Municipal do Abastecimento também “regula, controla e monitora, com foco em melhorar a qualidade do alimento; antes

eram barracas, hoje são trailers e isso trouxe melhora na questão operacional, na exposição e acondicionamento dos produtos e assim ofertam produto melhor”.

O que se constata em campo é que existe um número menor de feirantes, segundo relatos do gestor e também dos próprios feirantes. Em algumas feiras visitadas, como no caso da feira da Vila São Pedro, havia mais de 15 barracas, sendo que a maioria era de hortifrutigranjeiros e, hoje, o que se vê são apenas três bancas, uma com lanches, outra de hortifrutigranjeiros e outra com utensílios domésticos e roupas. A queixa é que há muita concorrência em alguns segmentos, como é o caso de hortifrutigranjeiros, fazendo com que o feirante desista da atividade ou desista daquele bairro. Para não enfraquecer a feira, a prefeitura acaba alterando a permissão e incluindo feirantes de outras categorias, para que a feira não se esvazie ainda mais. Quando o gestor se refere aos reveses da economia, algo também relatado pelos feirantes, uma das alternativas encontradas por ele, que se vê responsável por buscar uma solução, é flexibilizar a legislação, que, atualmente, está sendo revisada para diminuir a burocracia e permitir mais agilidade para colocar novos feirantes em determinados bairros. O que tem acontecido é que, seguindo a legislação vigente, há demora e muitos desistem de se habilitarem em editais. Se esse processo for mais eficiente, acompanhará o ritmo do mercado, que age mais rápido, e, desse modo, conseguirá autorizar novos feirantes, mantendo a feira viva e funcionando normalmente.

Existem diferentes imposições (motivos de queixas dos feirantes) constatadas ao longo das visitas em campo, isto é, o poder público exige cada vez mais ajustes dos feirantes. Mais uma vez isso se ajusta ao que Guigou (1986, p. 125) aponta nas situações de construção de espaço, em que não há consenso e o poder público intervém utilizando diferentes meios. Nesse caso, utilizou as regulações sanitárias, já que não encontrou outra solução para atender às queixas do cidadão, e pediu para que o feirante adotasse, livremente, novos hábitos sanitários.

A questão 3 foi elaborada para entender como o gestor público vê as relações de trabalho na feira, se ele percebe o que ocorre em termos de contratos formais, informais e não formais. A resposta foi de que “há um histórico, eram feirantes pessoa física e sua família estava trabalhando. Com o tempo, há um percentual maior de empresas na feira”. As novas regulações trouxeram uma exigência maior, por exemplo, nas questões sanitárias, o que naturalmente foi exigindo que os feirantes se formalizassem para contratar técnicos especializados para laudos e projetos, além da necessidade de terem funcionários experientes. Com isso, aos poucos, o que se nota é uma alteração na feira, embora ainda haja um número expressivo de famílias trabalhando juntas.

Essas mudanças mais significativas, segundo o entrevistado, ocorreram a partir de 2005, quando um outro governo<sup>33</sup> assumiu a gestão do município e adotou como estratégia a organização de uma equipe técnica na SMAB. Inicia-se, assim, uma série de estudos que, posteriormente, se transformaram em novas regulamentações, especialmente no que diz respeito à “preocupação com a qualidade do produto na feira”. Aos poucos, o que se vê é que a relação do poder público com o feirante se altera, surgindo mais conflitos em relação aos novos controles excessivos, expondo os feirantes a novas situações, como altos investimentos que não tinham condições de assumir em um curto prazo. Desse modo, o gestor não cedeu e as regras para os ajustes das bancas se mantiveram, mas outras entraram em vigor, no sentido de conceder mais prazo para esses ajustes; isso já dura mais de dez anos. Em virtude desse fato, vem sendo aplicadas diversas medidas em um longo prazo, tais como: orientativas feitas pelos técnicos da SMAB, informando quanto aos prazos e as providências que devem ser tomadas; como se faz a higienização do espaço, mesmo que ainda seja em barraca, estabelecendo um acordo para as melhorias; num segundo momento, os feirantes são alertados quanto aos prazos e possíveis punições que podem sofrer, como suspensão e até o cancelamento da permissão.

Antes dessas mudanças, a SMAB contava com a ajuda da Secretaria de Saúde para fiscalizar as barracas na feira, mas o olhar deles é diferente, possui maior rigidez e inflexibilidade em entender o contexto do feirante que ali trabalha também por interesse da prefeitura, visando contribuir para as relações sociais locais, entre outros aspectos. Então, após 2005, uma série de ajustes vem sendo feitos e isso inclui a contratação de técnicos em saúde e vigilância sanitária, agrônomos, veterinários, que, em conjunto, estão desenvolvendo os estudos para as novas regras e monitoramento. Não foram disponibilizados dados nem estudos que, eventualmente, estão sendo realizados pela SMAB e seu quadro técnico.

A questão 17 aborda a percepção do gestor quanto aos índices de formalização dos feirantes, quantos deles criaram suas empresas e de que forma ele vê essas alterações ao longo do tempo. Oficialmente, afirma o entrevistado, “não há histórico de índices de formalização dos feirantes e o permissionário é pessoa física, mas, se houvesse uma pesquisa, seria constatado que muitos feirantes são registrados na categoria de Microempreendedor Individual (MEI) ou Microempresa (ME) e, certamente, esse incentivo se deu a partir de sua atividade de feirante”. O que ocorre é que, em meio a tantas exigências, segundo relato dos feirantes, estes acabaram vendo a necessidade de contratar alguns técnicos para concederem laudos e isso só

---

<sup>33</sup> Inicia-se a gestão de Carlos Alberto Richa (2005-2010).

seria possível se ele fosse uma empresa, uma pessoa jurídica. Assim, alguns entenderam essa situação como oportunidade, também para recolherem previdência social e ganharem novos clientes, pois poderiam fornecer nota fiscal, fazendo com que uns influenciassem os outros nesse processo de formalização.

Outra afirmação do entrevistado é que de “uso do espaço público tem que ser por meio de empresas, por isso a regularização, que é o que já está acontecendo no Mercado Municipal”, por exemplo. Porém, isso pode trazer risco aos feirantes tradicionais que possuem ocupações laborais informais, mas reconhecidas socialmente. Se todos constituírem empresas, logo serão vistos como comércio normal, com ainda mais exigências. Parece mais cômodo para o poder público padronizar as relações com as pessoas jurídicas, já que as Secretarias de Urbanismo e de Saúde já lidam somente com esse perfil de solicitação comercial. Para a feira, de fato, isso representa uma situação delicada.

Um outro incentivo para os comerciantes vem ocorrendo pelo programa chamado “Redesim”, criado para facilitar a abertura de empresas em que a prefeitura tem parceria desde 2017. Trata-se de um programa que facilita a regularização das empresas por meio de uma ação conjunta com diversos órgãos públicos, entre eles: Junta Comercial e Secretaria de Urbanismo, que agiliza emissão de alvará. Por exemplo, um Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ) pode ser liberado em dois dias e isso incentiva os empreendedores e também feirantes a se formalizarem. Na feira, também ocorre a emissão de nota fiscal por demanda, em que esta é enviada mais tarde para o cliente. Por isso, o entrevistado afirma que “aos poucos, há o incentivo e ajuste junto aos feirantes”.

O incentivo para que os mais diferenciados serviços e comércios de pequeno porte se formalizem, constituindo microempresas, ou microempreendedores individuais, tem ocorrido por diferentes razões, entre elas: de um lado, para que o governo tenha condições de estabelecer políticas públicas para essas iniciativas, para que o governo aumente a arrecadação de impostos; de outro, os empreendedores começam a recolher para a previdência privada e podem aumentar sua clientela, já que passam a emitir nota fiscal; e ainda o cliente pode solicitar a nota fiscal e obter incentivos fiscais com descontos em impostos e taxas municipais ou estaduais.



#### 5.1.2.2.2 Entrevista aplicada junto ao Instituto Municipal do Turismo (IMT)

O Instituto Municipal de Turismo - IMT, criado em 2005, é uma autarquia vinculada à Prefeitura Municipal de Curitiba. O vínculo do entrevistado é de técnico concursado e compõe a equipe que trata dos assuntos das feiras, sob a responsabilidade do IMT. A entrevista foi aplicada em dezembro de 2018 e as feiras que são coordenadas por este Instituto são: artesanato, gastronomia, antiguidades e artes plásticas.

De acordo com o entrevistado, esse é o atual perfil das:

- Feiras de Bairro, que acontecem em 22 bairros: no Bacacheri, são 50 barracas do IMT, que funcionam anexas a uma feira da SMAB; na Praça 29 de março, são 25 barracas; no Passeio Público, são 50 barracas do IMT anexas à Feira de Orgânicos da SMAB; no Juvevê, são 25 barracas do IMT, as quais funcionam anexas à Feira Verde, da SMAB.
- Na Feira do Largo da Ordem estão 1.300 feirantes cadastrados, nas quatro categorias autorizadas, e o IMT atende, em média, 4.000 feirantes e familiares.
- Aos sábados, são duas feiras: Antiguidades, na Praça da Espanha, e Artes Plásticas, na Avenida Luiz Xavier.

Segundo relato do entrevistado, a parceria das feiras de artesanato com a SMAB já ocorre há mais de 20 anos. Nos dias da visita, nas feiras citadas acima, não foi identificado um número tão grande de barracas do IMT, conforme relatado na entrevista. Possivelmente isso tenha ocorrido porque as feiras não acontecem ao mesmo tempo e há o revezamento dos feirantes, de acordo com os próprios feirantes, quando da aplicação dos questionários. Os feirantes de bairro, que ainda não conseguiram se tornarem feirantes fixos no Largo da Ordem, receberam um espaço na Rua Kellers, que é um dos trechos de término da feira. Eles conseguiram, por meio de rodízio, participar da feira. Dos relatos das visitas em campo, há registros de que esses feirantes estão em um lugar muito ruim, onde os clientes não chegam. Muitos ficam só nas “melhores quadras”, que são as mais centrais da feira; com isso, estão vivendo a experiência, mas desanimados. Muitos deles afirmaram que iriam desistir da Feira do Largo, mantendo somente a barraca no bairro.

Quanto às regras para se tornar um permissionário nas feiras, o entrevistado explicou espontaneamente que “a feira de bairro e a feira especial (páscoa, junina, primavera, Natal) são feitas por edital; já a Feira do Largo da Ordem, por ser muito concorrida e porque dificilmente

alguém desiste, possui regras específicas”. Vê-se claramente que, por mais que as feiras geridas pelo IMT sejam por categorias, estas não seguem as mesmas regras, trazendo à tona um conflito implícito, pois, por parte dos feirantes, em seus relatos, há tratamento desigual e questões políticas muito sérias na Feira do Largo da Ordem, o que compromete e expõe qualquer um que tente se envolver. Sendo assim, “ninguém consegue mudar nada na feira”.

São diferentes ocorrências e situações nas feiras, mas a Feira do Largo agrupa um número maior de feirantes e, por isso, as demandas também são maiores. Segundo relato do entrevistado, “quando do falecimento do titular, os familiares podem utilizar, por direito”; ou em outra situação, “quando surge uma vaga, procuramos preencher o mais rápido possível porque existe invasão, segundo os feirantes, de imigrantes do Equador e Bolívia, que tentam vender produtos industrializados e que ocupam indevidamente o espaço. Além disso, há conflito com os feirantes formais porque eles se queixam de pagar taxas e os imigrantes ocupam a feira irregularmente”. Tendo em vista as políticas de imigração no Brasil, essas pessoas estão legalizadas e talvez fosse o caso de, além de permitir que exerçam uma profissão, possibilitar que se tornem feirantes/comerciantes, da mesma forma que ocorre em Varsóvia. Certamente, isso não diminuiria os conflitos, mas não deixaria os imigrantes em situações vexatórias, como comumente se presencia em feiras.

Para que um novo permissionário seja aceito, em geral, acontece um processo de análise que, conforme relato do entrevistado, inicia com “uma solicitação por escrito, com fotos dos produtos e este permanece na fila de espera. Quando surge a vaga, realizam a comissão de representantes de cada trecho da feira e essa comissão avalia a proposta do candidato”. Nesta comissão acontecem as discussões sobre a autorização da vinda de determinado tipo de artesanato, visto que um dos critérios é que, no mesmo trecho, não tenham dois feirantes com o mesmo tipo de artesanato. De acordo com o entrevistado: “na comissão, é discutido como realocar os novos feirantes em cada trecho. Por exemplo, a vaga surgiu onde havia um feirante que trabalhava com madeira. Preferencialmente, é sugerido que um novo feirante com esse tipo de material ocupe aquele espaço. Se não houver candidatos com esse perfil, escolhe-se um que não conflite com outro feirante do trecho ou se coloca outro feirante com um produto completamente diferente, que traga novidade para a feira”.

A comissão é escolhida por meio de uma eleição, regida por decreto, e é composta por sete membros do poder público e sete membros da feira, ou seja, os próprios feirantes. Nos dias da aplicação da entrevista, estava para acontecer mais um processo de escolha de representantes. Segundo o entrevistado, o processo é transparente e fiscalizado pelos próprios feirantes, em

que “para sigilo, usam urnas do TRE com cabines e os cinco trechos da Feira do Largo elegem um representante e um suplente”. Essa comissão de feiras representa todas as feiras de artesanato da cidade e tem encontros mensais, nos quais são discutidos os mais diversos temas. Nem todas as categorias de feiras são atuantes. Ainda conforme o entrevistado, “já tentaram trazer algum representante de antiguidades, mas eles não querem participar, são uma categoria mais restrita, em menor número, e parece não haver interesse. Eles se sentem simbolizados pelo representante do trecho. Quando há algum problema pontual, que relaciona os feirantes de antiquários ou livros usados, eles são avisados sobre a pauta e convidados a participar”.

De acordo com os relatos obtidos em campo, nem todos os feirantes confiam no processo de escolha da comissão, nem tampouco na própria comissão, especialmente quando se trata da Feira do Largo, devido ao próprio arranjo que está consolidado entre conjuntura política e administrativa. Nas feiras de bairro acontece o contrário, há grande confiança na liderança da feira, mas o processo de integração entre as feiras de bairro com a Feira do Largo é algo difícil de se consolidar, sendo necessária uma coordenação específica para tratar das questões do bairro. Outra questão interessante é que há conflito também nas políticas públicas locais, já que a Fundação Cultural de Curitiba, responsável pelo campo cultural e artesanal, é que deveria estar gerindo as feiras. Inclusive, o município aderiu ao Sistema Nacional de Cultura, o que trará benefícios aos artistas, artesãos e criativos do município. Desse modo, o IMT, juntamente com as políticas multinível no campo do turismo, poderia trazer diferentes contribuições para a Feira do Largo, com recursos para as barracas, divulgação, visitas guiadas, entre tantas outras iniciativas de fomento às feiras de arte, artesanato, antiguidades e gastronômicas, já que essas demonstram as influências das diferentes formações étnicas da cidade.

Passamos para a questão 2 da entrevista, que busca identificar se o entrevistado “considera que os equipamentos e a tecnologia utilizados pelo feirante atendem suas necessidades atuais”. O entrevistado acredita que sim, sempre há algo a ser alterado: “tudo se atualiza, as feiras, de modo geral, não têm muito o que modernizar porque acontecem uma vez por semana, em espaço público; o que dá para fazer é renovar, por exemplo, as lonas, mas tem que ser equipamento desmontável”. O modelo de equipamento desmontável é conhecido pela facilidade de instalar e retirar a banca, já que a feira ocupa de oito a dez quadras na área principal do centro histórico.

Das feiras que são coordenadas pelo IMT, a Feira do Largo é a que tem maior porte e exige tratamento específico para o espaço ocupado e para cada tipo de produto comercializado, conforme depoimento: “a feira do Largo da Ordem é montada no centro histórico da cidade,

*ocupa praças e ruas e não tem como se expandir muito em termos de equipamentos. São barracas padronizadas, 2mx2m no artesanato; na gastronomia, são barracas um pouco maiores; e artes plásticas e antiguidades são espaços menores e utilizam espaço diferenciado”.*

Ao longo das visitas, surgiram os comentários de que existem duas iniciativas em discussão entre os feirantes, mas não souberam dizer sobre o andamento. Essas iniciativas propõem modificações na Feira do Largo; a primeira é torná-la Patrimônio Imaterial da cidade, o que traria a garantia da feira continuar acontecendo, independente do espaço, já que pode ocorrer em qualquer lugar da cidade. Há rumores de mudá-la de lugar, justamente para que possa ser ampliada, mas a maioria não concorda. A aprovação para reconhecimento da Feira de Arte e Artesanato como Patrimônio Imaterial aconteceu em abril de 2018 (GAZETA DO POVO, 2018a) e ainda aguarda trâmites burocráticos, como a Lei que regulamentará esse patrimônio. A segunda iniciativa, ainda em fase de estudos, é um novo modelo de barracas padronizado, que está sendo desenvolvido pelo IPPUC (PREFEITURA MUNICIPAL DE CURITIBA, 2018b).

A estrutura está sendo desenhada no Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba (IPPUC), como proposta para revitalização de toda a feira, que recebe 20 mil visitantes, em média, aos domingos. ‘Hoje existem novas técnicas para estruturas de rápida utilização. As atuais barracas já estão obsoletas. A nova armação será mais leve, prática e útil aos feirantes e clientes’, explica o arquiteto José Novak, responsável pelo projeto no IPPUC. Respeitando o uso já regulamentado dos comerciantes, as novas estruturas obedecem ao mesmo tamanho das utilizadas atualmente, mas com a nova proposta passarão a contar com cobertura retrátil. O novo desenho prevê que toda a barraca possa se fechar e concentrar a armação em um só eixo, como um grande guarda-chuva. Isso facilita o transporte e diminui o peso. A Prefeitura também procura proporcionar mais conforto aos visitantes. Para isso, cada unidade contempla uma cobertura independente, que avança sobre a calçada à frente e produz sombra e proteção aos pedestres, formando um grande corredor coberto de passagem (PREFEITURA MUNICIPAL DE CURITIBA, 2018b).

Nas Figuras 43, 44, 45 e 46 são apresentadas algumas imagens do estudo para a nova proposta das bancas, que terão o mesmo padrão, mas num formato mais leve e mais fácil de montar. A dificuldade certamente será a irregularidade das calçadas na região do centro histórico, bem como o local onde as barracas são montadas, pois algumas ficam em calçadas estreitas e o desnível até a guia de meio-fio causa, com frequência, acidentes e quedas. Entre os feirantes, não há consenso quanto à aprovação do novo modelo, visto que alguns acreditam que essa ideia não sairá do papel e outros gostariam muito que isso acontecesse, dada a situação atual das bancas, que é péssima.

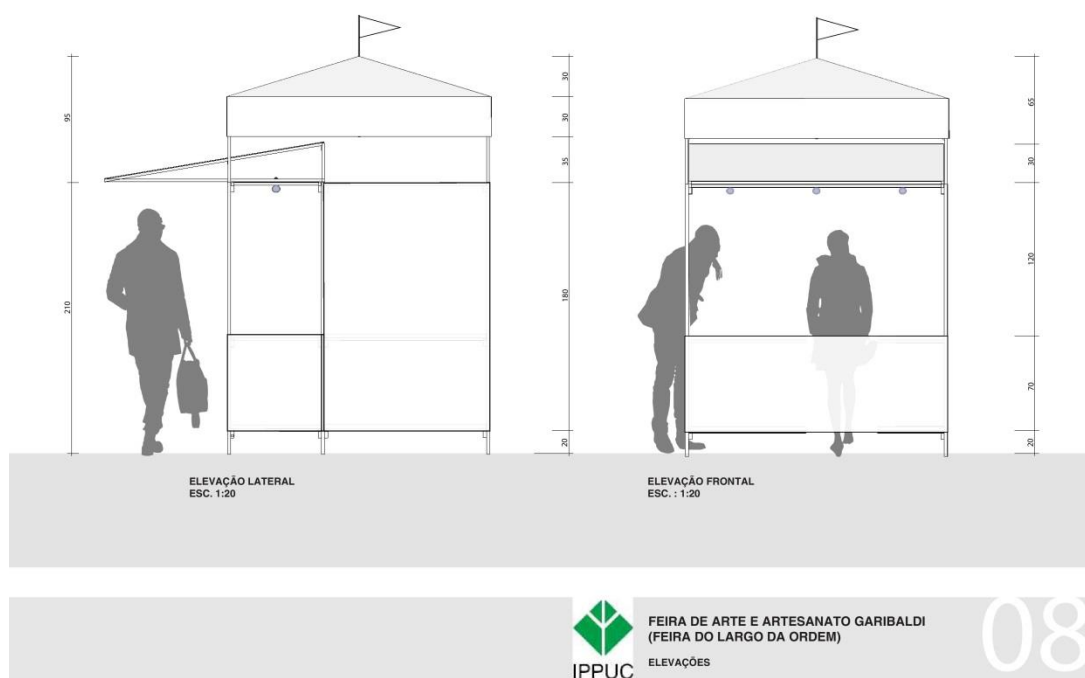


Figura 43 – Projeto das novas bancas para a Feira do Largo da Ordem (I).  
Fonte: Prefeitura Municipal de Curitiba (2018b).

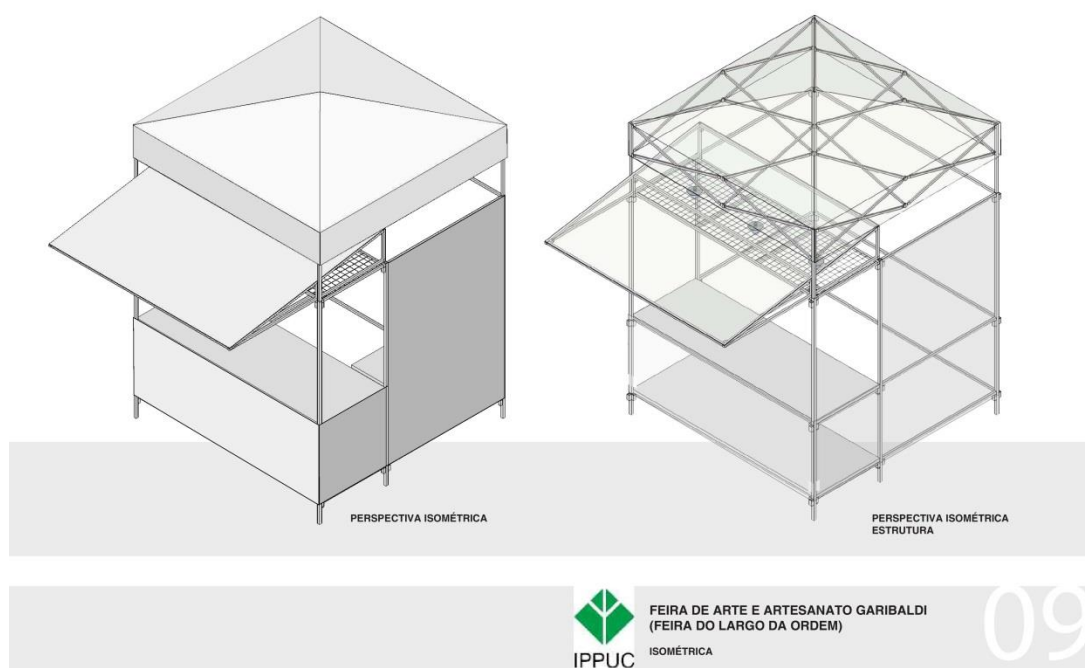


Figura 44 – Projeto das novas bancas para a Feira do Largo da Ordem (II).  
Fonte: Prefeitura Municipal de Curitiba (2018b).

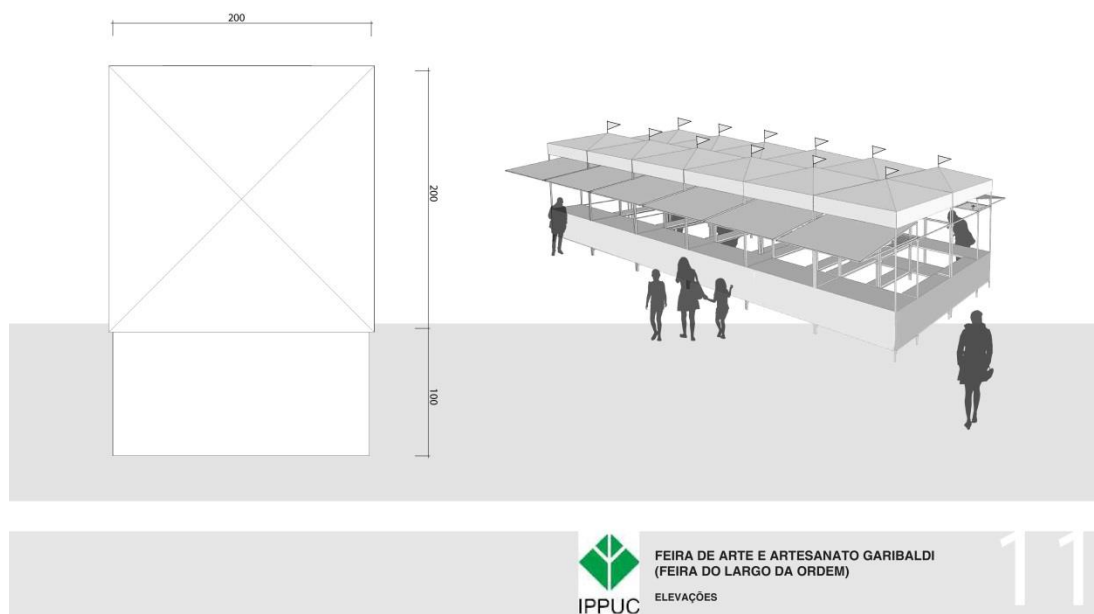


Figura 45 – Projeto das novas bancas para a Feira do Largo da Ordem (III).  
Fonte: Prefeitura Municipal de Curitiba (2018b).



Figura 46 – Projeto das novas bancas para a Feira do Largo da Ordem (IV).  
Fonte: Prefeitura Municipal de Curitiba (2018b).

A questão 3 procurou compreender como é a percepção do gestor público em relação aos contratos de trabalho (formais, informais, não formais) que ocorrem nas feiras. A resposta foi de que “a maioria dos feirantes não trabalha sozinho, são atividades familiares; são famílias que obtêm o sustento da feira, alguns têm funcionários. A feira é um espaço para a cidade e para o feirante, como oportunidade de negócios e para seu sustento”. Na questão 17, formulada para verificar se o gestor percebe alteração nos indicadores de formalização das atividades do feirante com o passar do tempo, o entrevistado nota que “a maioria dos feirantes é pessoa física porque é a condição de permissionário. Para ser feirante, é exigido somente a condição de pessoa física, mas sabemos que muitos têm lojas, fábricas e empresas”. A constatação é a mesma que se vê com os feirantes coordenados pela SMAB, havendo uma tendência natural para que muitos se formalizem. Inclusive, há casos peculiares de feirantes do Largo da Ordem, que criaram suas empresas para conseguirem emitir nota fiscal e exportar produtos, já que vendem pela internet.

Diante das respostas obtidas nessa categoria, junto à SMAB e IMT, constata-se que as regras diferem de acordo com a categoria da feira e com a secretaria. Embora existam regras formais a serem cumpridas, nem sempre são comuns a todos os feirantes geridos pelas duas secretarias. Essa é uma das razões dos comentários dos gestores de ambas as secretarias, para que se revise as leis. Ambas as secretarias se encontram estudando novas possibilidades junto ao setor jurídico do município.

## 5.2 ARRANJOS INTERORGANIZACIONAIS – CONTEXTO REGULADO E AUTORREGULADO

Iniciamos agora a apresentação dos dados obtidos junto aos feirantes e gestores, na segunda categoria analítica, intitulada “Arranjos interorganizacionais no contexto regulado e autorregulado”.

### 5.2.1 Apresentação dos dados dos questionários aplicados aos feirantes

A apresentação dos dados a seguir refere-se às questões 15 e 22; 36 a 38, do questionário que consta no Apêndice I.

A questão 15 foi formulada para compreender de que modo ocorre a participação do feirante no ambiente da feira e se haveria algum vínculo organizacional com associações, sindicatos ou cooperativas. O detalhamento da análise será apresentado a partir da Tabela 25.

Tabela 25 – Tipo de participação do feirante.

	Nome da cidade		Total
	Curitiba	Varsóvia	
Independente	313	201	514
Associação	17	22	39
Não informado	4	5	9
Total	334	228	562

Fonte: A autora.

Em Curitiba, a participação, para 94% dos respondentes, ocorre de modo independente, desvinculado de associações ou sindicatos e apenas 5% dos respondentes afirma estar vinculado a algum tipo de organização para participar da feira. É um perfil interessante, pois, na observação empírica, notou-se que há pouca influência de atividades associativas, reforçando o caráter comercial vinculado a empreendedores individuais dessa atividade comercial.

Em Varsóvia, a participação para 86% dos respondentes ocorre de modo independente, desvinculado de associações ou sindicatos (de produtores ou feirantes). E 10% dos respondentes afirma estar vinculado a algum tipo de organização para participar da feira. Apenas 2% dos participantes não responderam à pergunta.

Ao compararmos as duas cidades, chama a atenção a similaridade no percentual elevado de respostas que afirmam o caráter independente de participação do feirante, desvinculado de quaisquer tipos de organizações associativas ou cooperativas, confirmando a atividade com perfil comercial e individualizado, que independe de vínculo com instituições. De certo modo, se houvesse mais apoio das instituições, sendo as feiras de caráter coletivo ou cooperativo, certamente, os acordos para melhorias de diversas solicitações dos feirantes seriam mais facilmente consolidados, pois, com um número tão grande de



bancas e de feirantes, o consenso torna-se quase impossível, tendo em vista os diferentes e difusos interesses.

A questão 22 tratou de quatro dados diferentes, porém relacionados ao contexto regulado que contempla a fiscalização e controle exercido pelo poder público, bem como a percepção do feirante em relação ao papel da prefeitura.

A apresentação dos dados será feita a partir das tabelas a seguir: na Tabela 26, o item “regulamentação”; na Tabela 27, o item “fiscalização”; na Tabela 28, o item “regulamentos”; e na Tabela 29, a percepção do feirante em relação ao papel da prefeitura.

Tabela 26 – Percepção do feirante em relação ao controle da feira no item Regulamentação.

	Nome da cidade		Total
	Curitiba	Varsóvia	
Insuficiente	28 8,4%	22 9,6%	50 8,9%
Adequada	206 61,7%	114 50,0%	320 56,9%
Muito rígida	89 26,6%	11 4,8%	100 17,8%
Não sabe	11 3,3%	0 0,0%	11 2,0%
Não informado	0 0,0%	81 35,5%	81 14,4%
Total	334 100,0%	228 100,0%	562 100,0%

Fonte: A autora.

Esta questão foi formulada no sentido de compreender de que modo o feirante percebe o processo de regulamentação de sua atividade comercial. Para isso, foram estabelecidas três opções de resposta, em que o feirante apontaria se a regulamentação é insuficiente, adequada ou muito rígida.

Em Curitiba, para 8% dos respondentes, a regulamentação vigente é insuficiente para atender aos pormenores da atividade. Já 62% dos respondentes consideram que a regulamentação é adequada, atendendo a contento às necessidades gerais encontradas na atividade. E para 27% dos respondentes, a regulamentação vigente é muito rígida, tendo em vista a especificidade desta atividade comercial. Embora a maioria afirme que a regulamentação vigente é suficiente, quando somamos os que afirmam ser insuficiente e os que afirmam muito rigor, obtemos um total de 35% dos respondentes, sendo, portanto, um número significativo de respondentes que se posicionam como insatisfeitos com a regulamentação atual. Por isso, há esse processo de revisão da legislação, mas nem sempre é garantida a participação efetiva do feirante, segundo

queixa dos mesmos. Seria interessante a preparação de um amplo processo para entender os pontos de conflito entre os comerciantes e o gestor municipal, já que essa atividade é tão importante para ambos, gerando renda ao feirante e contribuindo para a ocupação organizada de espaços públicos, muitas vezes, ociosos na cidade.

Para a aplicação do questionário em Varsóvia, foi criada uma nova opção “não sabe”, pois, na observação de campo notou-se que o feirante possui maior contato com o gestor do terreno, que nem sempre é vinculado à prefeitura, do que com algum órgão público. Em geral, notou-se também que o feirante desconhece a legislação e regulamentos da atividade comercial. Desse modo, em Varsóvia, para 50% dos respondentes a regulamentação é adequada, atendendo a contento às necessidades encontradas na atividade. Para 10% dos respondentes, a regulamentação vigente é insuficiente para atender aos pormenores da atividade. E para 5%, a regulamentação vigente é muito rígida.

Conforme observação empírica, 35% dos participantes não responderam à questão, o que confirma duas outras questões: a primeira, o desconhecimento dos regulamentos e, a segunda, o número elevado de imigrantes que participaram da pesquisa, mas, como em outras questões ao longo do questionário, deixaram de responder vários itens.

Entre os comentários relatados pelos alunos que realizaram as visitas em campo, estão: *“as autoridades da cidade não participam”*; *“eu não tenho contato com os fiscais”*; *“as autoridades do Distrito não fazem nada para e pela feira”*. Essas afirmações confirmam, portanto, a dificuldade de relacionamento dos feirantes e do poder público, além da recusa, por parte deste, em conceder entrevista e fornecer informações. A prefeitura preocupa-se somente com a arrecadação e deixa todos os conflitos para serem resolvidos pelo gestor do terreno, que é o agente (pessoa física, cooperativa ou associação) que aluga o terreno diretamente da prefeitura e que faz a gestão de todo o espaço da feira.

Na análise comparativa, foi possível constatar que há similaridade no percentual de respostas dos feirantes que concordam que a regulação é insuficiente, sendo 8% em Curitiba e 9% em Varsóvia. A maioria dos respondentes acreditam que a regulação é adequada, sendo 62% em Curitiba e 49% em Varsóvia.

Os percentuais dos dois outros itens chamam a atenção, pois divergem nas duas cidades. Em Curitiba, 27% dos feirantes considera a regulação muito rígida e somente 5% dos feirantes, em Varsóvia, têm essa visão. Já a ausência de respostas em Varsóvia, com um percentual de 37%, confirma ao menos duas percepções: a primeira, o desconhecimento dos

regulamentos e, a segunda, o número elevado de imigrantes que participaram da pesquisa e que deixaram de responder várias questões por medo de possíveis retaliações.

Tabela 27 – Percepção do feirante em relação ao controle da feira no item Fiscalização.

	Nome da cidade		Total
	Curitiba	Varsóvia	
Cumprimento das exigências dos fiscais	177	55	232
	53,0%	24,1%	41,3%
Cumprimento dos regulamentos dispensa preocupação com os fiscais	141	106	247
	42,2%	46,5%	44,0%
Não sabe	16	0	16
	4,8%	0,0%	2,8%
Não informado	0	67	67
	0,0%	29,4%	11,9%
Total	334	228	562
	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: A autora.

O próximo item da questão 22 foi formulado no sentido de compreender de que modo o feirante percebe o processo de fiscalização da atividade comercial. Para isso, foram estabelecidas duas opções de resposta, em que o feirante apontaria: “procuro seguir apenas o que os fiscais exigem”, no sentido de que nem sempre cumpre o regulamento, mas, quando recebe a visita do fiscal, cumpre o que ele solicita. A segunda opção, “se cumprir os regulamentos não é necessário se preocupar com o que os fiscais exigem”, corresponde ao que o feirante tem por diretriz, significa que não se preocupa muito com a visita do fiscal, pois este vem verificar a aplicação do regulamento.

Em Curitiba, 53% dos respondentes seguem apenas o que os fiscais exigem, ou seja, não se preocupam muito com o cumprimento do regulamento. Já 43% dos respondentes procuram cumprir os regulamentos, para não se preocuparem com o que os fiscais exigem. O que se conclui é que, embora os resultados sejam expressivos e similares, a maioria prefere cumprir somente o que os fiscais exigirão na visita e o regulamento fica em segundo plano.

Para a aplicação do questionário em Varsóvia, foi criada uma nova opção “não sabe”, pois, semelhante com o que ocorreu no item anterior, na observação de campo, notou-se que o feirante possui maior contato com o gestor do terreno do que com a prefeitura e desconhece a legislação e regulamentos da atividade comercial.

Em Varsóvia, 46% dos respondentes procuram cumprir os regulamentos para que não se preocuparem com o que os fiscais exigem. Outros 23% dos respondentes seguem apenas o que os fiscais exigem, ou seja, não se preocupam muito com o cumprimento do regulamento.

Um número expressivo de participantes, 31%, não responderam esta questão. O que se conclui é que a maioria prefere cumprir os regulamentos, seguido de um número menor que cumprem apenas o que os fiscais exigirão na visita. O grande número de participantes que se absteve da resposta confirma duas questões: o desconhecimento dos regulamentos e o número elevado de imigrantes que participaram da pesquisa e que deixaram de responder a várias questões.

Na análise comparativa, foi possível constatar que há percentuais divergentes no item que trata de cumprir somente o que os fiscais exigem, totalizando 53% de respostas em Curitiba e 23% em Varsóvia. Há similaridade nas respostas para o item de cumprimento do regulamento, totalizando 43% em Curitiba e 46% em Varsóvia. Já a ausência de respostas em Varsóvia, com um percentual de 31%, mais uma vez chama a atenção, pelas razões explicitadas acima. Com isso, vemos que os feirantes decidem correr o risco no cumprimento das exigências, comportamento também confirmado em campo. Em Curitiba, por exemplo, é exigida a presença do permissionário na banca e, quando o fiscal passa, ele faz essa verificação. Em Varsóvia, para os casos dos que estão informais, a fiscalização é insuficiente e por isso é raro o fiscal aparecer. Sendo assim, eles se arriscam e se, por acaso, o fiscal aparecer, preferem recolher a multa e, nos dias seguintes, voltar ao comércio irregular. Por esse motivo, a prefeitura delegou aos guardas municipais, recentemente, que auxiliem na fiscalização. Esses guardas agora podem recolher toda a mercadoria irregular, o que virou motivo de queixa dos feirantes, que dizem que os guardas não sabem fiscalizar feiras, pois são muito rígidos e não entendem o perfil do feirante.

Tabela 28 – Percepção do feirante em relação ao controle da feira no item Regulamentos.

	Nome da cidade		Total
	Curitiba	Varsóvia	
Claros	257	158	415
Confusos	65	56	121
Não sabe	12	0	12
Não informado	0	14	14
Total	334	228	562

Fonte: A autora.

Nesta questão, buscou-se compreender de que modo os feirantes entendem e cumprem os regulamentos nas feiras. Estes regulamentos podem ser estabelecidos pelo poder público ou pelos feirantes e, em muitos casos, são regulamentos tácitos, ou seja, não estão escritos em lugar algum, são regras de convivência entre os feirantes, em que todos zelam pelo ambiente

da feira. Para isso, foram estabelecidas duas opções de resposta, sendo “regulamentos claros”, que são fáceis de entender e de cumprir, e a segunda opção, “regulamentos confusos”, que são difíceis de compreender e de cumprir.

Em Curitiba, para a maioria dos respondentes, 77%, os regulamentos vigentes são claros e não há dúvida quanto à sua aplicação no cotidiano de sua atividade comercial. Para 19% dos respondentes, os regulamentos são confusos e, portanto, eles têm dificuldades em entender a aplicação e o uso das regras. Um percentual de 4% não respondeu à questão.

No caso de Varsóvia, para a aplicação do questionário, foi criada uma nova opção de resposta “não sabe” pois, da mesma forma que nos itens anteriores, na observação de campo, notou-se que o feirante possui maior contato com o gestor do terreno do que com a prefeitura e desconhece a legislação e regulamentos da atividade comercial. Nesta questão, para a maioria dos respondentes, 68%, os regulamentos vigentes são claros e não há dúvida quanto à sua aplicação no cotidiano de sua atividade comercial. Para 24% dos respondentes, os regulamentos são confusos e, portanto, eles têm dificuldades em entender a aplicação e o uso das regras. Nesta questão, notou-se um número menor, 8% de participantes que se abstiveram da resposta. Isso ocorre porque as regras de cotidiano são estabelecidas pelo gestor do terreno e são mais facilmente percebidas pelos comerciantes.

Na comparação das duas cidades, o percentual de respostas foi similar, sendo que a maioria respondeu que os regulamentos são claros e não existem dúvidas em relação à aplicação e cumprimento do mesmo no cotidiano da feira.

Tabela 29 – Percepção do feirante em relação à Prefeitura Municipal.

	Nome da cidade		Total
	Curitiba	Varsóvia	
Mais auxilia nas minhas atividades na feira	175 52,4%	75 32,9%	250 44,5%
Mais atrapalha nas minhas atividades na feira	109 32,6%	64 28,1%	173 30,8%
Não sabe	50 15,0%	0 0,0%	50 8,9%
Não informado	0 0,0%	89 39,0%	89 15,8%
Total	334 100,0%	228 100,0%	562 100,0%

Fonte: A autora.

Esta questão foi formulada para buscar compreender de que modo o feirante percebe a atuação do gestor municipal em sua atividade comercial. Em Curitiba, a maioria dos

respondentes, 52%, afirmam que a prefeitura auxilia em sua atividade. Para 33% dos respondentes, a prefeitura mais atrapalha do que auxilia e 15% preferiram não responder à pergunta, possivelmente por não desejarem se comprometer com a repercussão de sua resposta, para não se sentirem incomodados.

Para a aplicação do questionário em Varsóvia, foi criada uma nova opção “não sabe”, pois, na observação de campo, notou-se que o feirante possui maior contato com o gestor do terreno do que com a prefeitura e desconhece a legislação e regulamentos da atividade comercial. Em Varsóvia, para 32% dos respondentes, a prefeitura auxilia em sua atividade. Para 28% dos respondentes, a prefeitura mais atrapalha do que auxilia e 40% preferiram não responder a pergunta, para não se comprometerem com a repercussão de sua resposta, especialmente porque há um número de imigrantes que participaram da pesquisa e que deixaram de responder várias questões, também porque não possuem vínculo direto com a prefeitura.

Em Varsóvia, houveram relatos importantes trazidos pelos entrevistadores, pois são expressões usadas pelos feirantes que não constam no roteiro do questionário, tais como as vinculadas à relação do feirante com o poder público ou com organizações: “*não tenho contato com instituições ou associações, mas tenho clientes trabalhando lá; as organizações não interferem e assim é melhor; eu só tenho contato com quem administra a feira, não sei quem são as autoridades urbanas*”. Outras observações dos entrevistadores em Varsóvia mostraram que os feirantes que não pertenciam a alguma associação foram mais abertos para responder às perguntas. Relataram também um desconforto em responder a questionamentos sobre as relações do feirante com as instituições e com outros fornecedores. No geral, a questão 22, como um todo, foi difícil para o feirante, visto que ele não tem contato com a autoridade pública.

Na análise comparativa, parte-se da literatura que aponta que, em Curitiba, existem mais regulações em vigência e há um sistema de governança diferente do que ocorre em Varsóvia. Nesta, embora exista a regulação, são dois órgãos públicos diferentes que controlam a atividade e esses se envolvem diretamente com a atividade de controle da feira, mas apenas com o controle do terreno.

Na percepção dos respondentes com um percentual divergente nas duas cidades, sendo 52% em Curitiba e 32% em Varsóvia, há a concordância de que a prefeitura auxilia na realização de sua atividade. O percentual de respostas de que a prefeitura atrapalha foi similar, totalizando 33% em Curitiba e de 27% em Varsóvia. Chama a atenção o percentual de participantes que não quis responder à questão em Varsóvia, totalizando 40%, indicando desconhecimento ou receio na repercussão das respostas.

As questões 36 a 38 foram elaboradas para compreender se há algum espaço onde o feirante possa expressar sua opinião sobre o funcionamento da feira, sobre as leis ou sobre assuntos desta, se conseguem criar um espaço para a autorregulação, bem como saber se o feirante conhece e/ou participa de alguma organização que represente a classe dos feirantes.

A questão 36, com dados tabulados e apresentados na Tabela 30, aborda se há algum espaço onde o feirante possa expressar sua opinião acerca do funcionamento da feira, sobre as leis e regulamentos, entre outros assuntos.

Tabela 30 – Espaço para o feirante expressar sua opinião.

	Cidade		Total
	Curitiba	Varsóvia	
Associação	12	0	12
Com o líder na feira	21	0	21
Cooperativa	1	0	1
Fundação	1	0	1
Grupo de WhatsApp da feira de bairro	6	0	6
IMT	23	0	23
Não respondido	27	28	55
Não sabe, o dono da banca não estava	3	0	3
Não tem espaço	160	205	365
Prefeitura	21	0	21
Regional da Cultura	1	0	1
Reunião entre os feirantes	4	0	4
Sindicato	1	0	1
SMAB	53	0	53
Total	334	233	567

Fonte: A autora.

Dos resultados em Varsóvia, a maioria, 88%, afirma não haver esse espaço e os demais participantes, 12%, não quiseram responder à questão. Isso se deve ao fato da feira ser gerida por agente privado com interesse comercial, não se envolvendo nas questões das demandas dos feirantes. Estes sentem falta desse espaço coletivo, já que as queixas, em diferentes feiras, são as mesmas, cabendo ao poder público local uma parcela na responsabilidade pela intermediação dos problemas, uma vez que concede a permissão e recolhe as taxas.

Em Curitiba, uma minoria se expressa em algum espaço na associação, sindicato, cooperativa ou fundação que faz parte, 5%; alguns se expressam em reuniões entre os feirantes e também em grupos do aplicativo WhatsApp, 3% ; outros diretamente com o líder que representa o feirante, 6%; boa parte deles vê que o órgão público responsável pela feira dá esse espaço, ou seja, eles têm esse espaço junto ao IMT e à SMAB, 24%; um número importante

de feirantes não quis responder, 9% e outro número significativo de 48% afirma que não tem espaço para expressar sua opinião.

Entre os comentários abertos, surgiram diferentes apontamentos, queixas por não terem espaço para expressarem sua opinião: *“deveria ter um espaço; a gente não pode se expressar muito; não consegue se expressar; deveria ter um tipo “reclame aqui”; é muito restrito, a prefeitura não ajuda; mas disse que sente falta de ter um espaço para dar sua opinião e também cobrar o que falta; mas deveria ter um espaço para isso; quando a prefeitura muda os critérios, não leva em consideração a opinião do feirante; na maioria das vezes, as mudanças são impositivas”*. Por mais que o gestor afirme haver o espaço e a comissão, foi constatado nas respostas um percentual importante de feirantes, de 24%, que afirmam se dirigir diretamente aos gestores para tratar suas demandas. Um outro número, de 48%, chama a atenção, pois estão insatisfeitos e pedem um espaço. O que se vê na prática, também nas respostas dos próprios feirantes, é que não se tem tempo e interesse em participar. Os relatos do gestor público é de que eles estão abertos e prontos para atender, mas, historicamente, não há participação efetiva dos feirantes. Por exemplo, surgiram respostas em que o feirante assume que não tem interesse de participar mais ativamente: *“só participo da votação dos coordenadores/representantes; até chamam para participar, mas não vou; participo na SMAB, mas só quando convocam; na SMAB, quando chamam para reunião”*.

Também houve comentários sobre as ações para solução de problemas e alguns feirantes dizem que não sentem boa vontade por parte dos gestores da prefeitura, em solucionar os assuntos, e que falta mais atuação: *“fiscalizam e dão broncas, às vezes tem elogios; serve para as fiscalizações, broncas e também orientações; até ouvem as reclamações, mas não melhoram em nada; hoje, falta segurança; pouco fazem pela feira; participo das reuniões na SMAB, mas nunca tem resultados e ações práticas para melhorar para os feirantes; prefeitura não ajuda em nada; não dão nem infraestrutura; não há apoio na SMAB, só tem cobrança; participo do espaço da SMAB, mas ultimamente tem mais cobrança do que solução de problemas”*. Muitos feirantes expressam insatisfação, opinião contrária do que foi levantado em dados acima, visto que a maioria se diz satisfeita com a prefeitura e com os regulamentos.

Os feirantes de orgânicos sentem que não têm um espaço adequado, como relatado a seguir: *“prefeitura convoca às vezes, mas a reunião é junto com a feira de produtos convencionais, no nosso caso de orgânicos, não funcionam muito”*. Essa queixa é porque a tratativa dos produtos orgânicos é muito diferente dos produtos convencionais, pois exige estilos de feiras exclusivas para não contaminar os produtos, além de terem uma outra ideologia. Um



exemplo, em alguns relatos, ao final das feiras, é de que as de orgânicos sempre estão mais limpas e organizadas, já que as sobras são reaproveitadas em hortas e para a produção de outros alimentos. Já as feiras convencionais acumulam muito resíduo de cascas, que poderiam, certamente, serem reutilizadas, mas a maioria dos feirantes não tem esse hábito.

Em outro relato, queixando-se das regras em geral, o participante comentou que “*os feirantes com mais de 15 anos são apadrinhados políticos*”. Isso vale para todas as feiras e estes feirantes possuem privilégios, ou seja, as regras só valem para os demais feirantes, esses que estão há mais tempo possuem combinados à parte.

Em outros relatos, no caso dos feirantes de artesanato de bairro que fazem rodízio na Feira do Largo da Ordem, comentou-se que “*no bairro tenho onde falar, mas aqui na Feira do Largo não tem esse espaço para quem é do bairro se expressar*”. Outros feirantes responderam que se sentem contemplados por espaços em que é possível pedir ajuda e dar sua opinião em alguns casos. Eles recorrem a três agentes: “*participo no IMT e na SMAB, também consigo espaço com a Julieta Reis; consigo trocar ideias com o fiscal da feira*”.

Em casos específicos, o feirante não pode participar e nem é convidado a participar: “*venho da economia solidária e lá tem o coordenador da feira; é só ele que participa porque as reuniões não são abertas*”. Outro queixou-se que as reuniões acontecem no único dia de sua folga, pois, normalmente, eles trabalham de terça a domingo: “*até tem um espaço na prefeitura, mas fazem as reuniões na segunda, único dia que o feirante tem de folga. Não costumo participar, até porque são os mesmos assuntos de sempre*”.

A questão 37, com dados na Tabela 31, indaga se o feirante tem conhecimento da existência de algum tipo de organização (sindicato, associação, grupo, fórum, conselho, entre outros) que represente a classe dos feirantes. Em Varsóvia, a maioria, com 65%, afirma não ter conhecimento de alguma organização que os represente. Ao contrário, em Curitiba, a maioria, com 56%, afirma que conhece alguma organização.

Tabela 31 – O feirante conhece alguma organização que o represente.

	Cidade		Total
	Curitiba	Varsóvia	
Não	147	150	297
Sim	187	83	270
Total	334	233	567

Fonte: A autora.

Na mesma questão, aos que responderam sim, foi solicitado que informassem qual era a organização. Os dados estão na Tabela 32. Em Curitiba, quase metade, com 47%, e em Varsóvia, a maioria, com 67%, não soube informar qual seria essa organização, mesmo afirmando anteriormente que haveria uma organização. Em Varsóvia, boa parte dos que conhecem a organização, com 34%, informam que é associação, sindicato, grupo, fórum ou conselho. Em Curitiba, as informações ficaram bem distribuídas entre associação, 29%, conselho, grupo, fórum, 9%, sindicato, 4%, cooperativa, 1%. Incluíram também as secretarias e órgãos municipais: SMAB, IMT, Fundação Cultural de Curitiba e a Fundação de Ação Social, com 7%. Curiosamente, estas duas últimas não tinham aparecido em outros momentos dos questionários. Outro fato curioso foi novamente a indicação da Vereadora Julieta Reis como uma “organização” que os representa, 2%. Para o caso da Certificadora, trata-se da empresa que certifica os produtos orgânicos, com 1% das respostas.

Tabela 32 – Que tipo de organização o feirante conhece.

	Cidade		Total
	Curitiba	Varsóvia	
Associação	96	67	163
Certificadora	2	0	2
Conselho, Grupo, Fórum	30	8	38
Cooperativa	2	0	2
<i>Coworking</i> em outro bairro	1	0	1
FAS - Fundação de Ação Social	2	0	2
Fundação Cultural	2	0	2
Instituto Municipal de Turismo	13	0	13
Não informado	153	155	308
Não sabe	1	0	1
Representante da feira	3	0	3
Sindicato	14	3	17
SMAB	9	0	9
Vereadora Julieta Reis	5	0	5
WhatsApp	1	0	1
<b>Total</b>	<b>334</b>	<b>233</b>	<b>567</b>

Fonte: A autora.

Ao compararmos as duas cidades, pela maioria das respostas, confirma-se que a maioria dos feirantes não tem conhecimento de alguma organização ou grupo que os represente. Do mesmo modo, não identificam que há o espaço para se manifestar, conforme dados apresentados no item anterior.

A questão 38 indaga se o feirante é afiliado e/ou participa de alguma dessas organizações. Nas respostas, surgiram o nome de algumas organizações, órgãos públicos e grupos não

formalizados: Cooperativa, TECPAR, Prefeitura, FUNAI, IMT, Associação Arnaldo Gilberto (pacientes psiquiátricos), Fórum de Economia Solidária, Associação de Arte de Curitiba, ANAV, SMAB, Associação dos Feirantes da Feira A – AFFA, Grupo, Fórum.

Em outros relatos abertos, surgiram respostas: “participa na Feira ‘A’, mas diz que os feirantes têm que se unir mais. Outras respostas: *“participam e estão ajudando a montar (mas não especificou qual); não sabe, o dono da banca não estava; não tem tempo de participar, é sozinha na banca; ajuda doando itens para campanhas e sorteios na feira; sou paciente e vendo produtos por uma associação, mas acho que eles deviam pagar mais para nós que somos atendidos por eles; resolvem e conversam os assuntos na própria feira e quando tem algo mais complicado fazem reunião, não precisam de associação; ainda não se associou, mas tem interesse em fazer parte; não querem participar, só dá confusão; ajuda no rateio de custo em campanhas promocionais, mas não confia nas decisões das reuniões; ajuda a imprensa com as matérias; paga para a associação nas campanhas de Dia das Mães, Dia das Crianças, por exemplo, com taxa de R\$ 10,00, para ter alguma atividade e atrair mais clientes para a feira; é afiliado mas não participa das reuniões; pretende se filiar, pois são unidos”*.

Nessa questão aberta, novamente ficou constatada a necessidade dos feirantes em apresentar as mais diversas reclamações e queixas. No entanto, de algum modo, acreditam no grupo, pois aderem a campanhas para divulgar e promover a feira. Nessa resposta também surgiu algo que, recentemente, está sendo criado, que é a “Associação da Feira A”, a feira do Alto da Glória, que acontece aos sábados de manhã. Atualmente, é considerada a maior feira da SMAB, pois, de fato, reúne um grande número de bancas (número total não informado pelo gestor e não localizado no website da prefeitura). Anexa a esta feira, o IMT também possui barracas de artesanato como forma de oportunizar mais um espaço pujante para vendas dos feirantes de bairro.

### **5.2.2 Apresentação dos dados das entrevistas aplicadas aos gestores das feiras**

No próximo item serão apresentadas as respostas obtidas junto aos gestores das feiras em Curitiba e Varsóvia, dentro da categoria analítica “Arranjos interorganizacionais”. Vamos aos dados.

### 5.2.2.1 Entrevista aplicada em Varsóvia

Neste subitem serão apresentados os dados obtidos na entrevista aplicada ao gestor vinculado ao controle dos terrenos das feiras. Eles se referem às questões de números 4 a 8 e 15.

Em Varsóvia, a aplicação da entrevista aconteceu no dia 2 de novembro de 2017. O que se constatou é que há um modo de controle e governança, em que há uma separação bem demarcada em relação ao controle exercido em cada setor da prefeitura. Essa separação ficou esclarecida nas respostas obtidas na entrevista.

Notamos que existem vários departamentos da prefeitura que cuidam dos diversos assuntos das feiras. Existe o setor que fiscaliza a permissão, outro setor é a vigilância sanitária, outro é a guarda municipal e esse setor que cuida dos terrenos. Porém, existe uma equipe em cada bairro de Varsóvia. Não foi, desse modo, constatada uma governança mais efetiva acerca desses comércios de rua. Todos os bairros seguem a mesma legislação municipal e nos espaços de cada feira, a associação/cooperativa ou sociedade elabora um regimento interno ou regulamento próprio para o funcionamento daquele espaço.

A questão 4 foi elaborada para entender se há algum apoio público ou privado para a atividade do feirante e, em caso positivo, quais seriam esses apoios. O respondente não soube falar sobre isso, informou apenas que o recurso arrecadado do aluguel vai para a prefeitura e que existem também as tarifas que são cobradas do feirante.

O único apoio que conhece é quando, em alguns casos, ocorre alguma enfermidade com o feirante ou, em períodos do ano em que o movimento de vendas é muito baixo, o feirante solicita apoio para baixar o aluguel e este geralmente é concedido pela prefeitura.

Na questão 5, para saber se existe alguma ação ou alguma alternativa de financiamento ou empréstimo para as atividades do feirante, o respondente não soube informar, pois não é de sua área.

A questão 6 foi formulada para entender qual o recurso “não financeiro” fornecido pela prefeitura ou do gestor da feira ao feirante, a exemplo: barraca, cessão do espaço para a feira, taxa ou tarifa de aluguel, entre outras opções. O respondente informou que não existe apoio “não financeiro”, ou seja, tudo é pago pelo feirante. O terreno também é alugado e tem taxas semanais sobre as vendas.

Citou exemplo de sua área, de terrenos, que existem algumas situações em que uma determinada área não poderá mais ser utilizada para as feiras (por diversos motivos, área

vendida para construção de um edifício ou uma nova rua será construída, etc.), então, este setor tem de localizar nova área e reorganizar os feirantes.

Outra situação é a venda de produtos com bicicleta, as “*Bike Foods*”, que têm se tornado uma nova demanda, que precisa ser regularizada, mas que há dificuldades com a vigilância sanitária, que ainda não encontrou uma solução sobre isso.

Em outros casos, nos quais o feirante muda de atividade, ou queira vender um novo produto, deve solicitar nova permissão, mas isso não é de responsabilidade deste setor da prefeitura, pois eles se ocupam apenas dos terrenos. Outro setor é responsável por verificar as empresas e os tipos de produtos que eles vendem.

A questão 7 procura entender se, para a feira acontecer, existem parcerias entre atores (públicos, privados, empresas locais, organizações, associações, cooperativas, outros). A resposta foi de que, em geral, o apoio se dá no sentido de eliminar irregularidades e desordem. Tentam fiscalizar para que não ocorram casos de feirantes irregulares e estes casos são frequentes em alguns locais da cidade. Cuidam também para que não invadam áreas verdes, visto que nesses espaços é proibida a atividade de feira e comércio.

Existem as sociedades/associações de feirantes e sindicatos que costumam intervir em prol do coletivo, em assuntos como: segurança, sanitários, limpeza e contratos dos alugueis. Mas as negociações de valores dos alugueis são feitas com este setor da prefeitura e são ações individuais.

Nem todos os feirantes se associam ou se vinculam a uma entidade e, em geral, as queixas da população sobre o funcionamento da feira, ou eventuais problemas, são feitos diretamente a essas associações. Estes assuntos e demais conflitos não chegam neste setor da prefeitura. Recentemente, a cidade tem um novo regulamento em que a guarda municipal pode multar e confiscar as mercadorias de vendedores ambulantes, comércio de rua e outros que estejam em situação irregular.

A questão 8 foi elaborada para levantar com o gestor da feira, sobre qual o tipo de apoio é mais solicitado pelo feirante, por exemplo: coleta de resíduo, melhoria em infraestrutura, barracas melhores, calçamento, banheiros, apoio financeiro, apoio para o transporte, entre outros. O respondente afirma que todos estes itens são solicitados pelo feirante, mas que tudo isso é de responsabilidade da associação, sociedade, cooperativa ou gestor do terreno, que deve tratar dessas questões.

A questão 15 foi elaborada para verificar a percepção do gestor da feira sobre a regulação vigente, se esta atende à demanda da realidade atual da feira. O respondente afirma que,

para o aluguel do terreno, a regulação é suficiente, mas que, de forma geral, as leis têm sido alteradas, em média, a cada dois ou três anos. Um exemplo é a nova legislação para adequação dos espaços das feiras à acessibilidade.

#### 5.2.2.2 Entrevistas aplicadas em Curitiba

Em Curitiba, a gestão das feiras é realizada por duas secretarias distintas e, por isso, as entrevistas foram aplicadas em ambas. A seguir, será apresentado o resultado da sistematização das entrevistas na categoria “Arranjos interorganizacionais”.

##### 5.2.2.2.1 Entrevista aplicada junto à Secretaria Municipal do Abastecimento (SMAB)

Na questão 4, buscou-se compreender se há apoio público ou privado para a atividade do feirante e qual o tipo desse apoio. De acordo com o entrevistado, a “prefeitura faz o trato público para que o local esteja disponível em dia, horário e data para o feirante utilizá-lo; A prefeitura não faz propaganda, não faz marketing, o feirante é quem faz. O feirante tem que divulgar, havendo risco sanitário, a prefeitura intervém”.

A prefeitura só faz ação institucional. Faz a divulgação institucional da feira como um todo, mas não pode divulgar uma feira em específico. Por exemplo, a mídia divulga que caiu o consumo do feijão e a SMAB faz campanha para aumentar o consumo do produto. No entanto, não divulga a feira de determinado bairro. Está em vigência, por exemplo, a Campanha “comida de verdade”, que você encontra nos Armazéns da Família, Mercado Municipal e nas feiras. Veja, o feirante é autônomo, algumas feiras se utilizam da campanha da prefeitura e se mobilizam para divulgar a própria feira. Das 89 feiras, só algumas se utilizam disso”.

Na questão de marketing e divulgação, o entrevistado também explicou que “campanhas e patrocínios, o poder público não pode fazer e por isso o incentivo ao associativismo, já que a associação poderá buscar o apoio, por exemplo, de uma construtora com empreendimento imobiliário, que quer divulgar seu empreendimento na feira; em contrapartida, poderá divulgar a data de ocorrência da feira para patrocinar determinada ação na feira do bairro tal.

Mas só pode via associação”. Outro exemplo: “campanha do Dia das Mães doando flores, mas pode ser o feirante isolado, por isso a importância da associação. Existem feiras muito bem organizadas e outras não. A “Feira A”, no Alto da Glória, é um grupo organizado que faz campanhas e sorteios nas datas de Dia das Mães, Dia dos Namorados e Natal. Veja bem, há o incentivo para que as feiras de todos os bairros façam essas ações, mas nem todas se organizam para isso”.

Um comentário do entrevistado é que, muitas vezes, o feirante não entende a complexidade de ações que são necessárias para que uma feira aconteça num bairro. Por exemplo, para “instituir uma nova feira, há uma conversa com várias secretarias e entidades, entre elas SETRAN, IPPUC, Urbanismo, Saúde, Meio Ambiente, Ceasa, Sebrae. Em paralelo, é preparado o chamamento público via edital para convocar feirantes”.

Quanto às taxas e/ou impostos recolhidos pelos feirantes, não há subsídios ou abonos por parte da prefeitura. As taxas são recolhidas de duas maneiras: via taxa mensal ou via taxa anual. A referência para composição do valor da taxa é o metro quadrado ( $m^2$ ), utilizado pelo feirante, e o dia trabalhado.

Os feirantes cadastrados na categoria volante pagam taxa mensal e aqueles que são produtores, ou seja, têm produção própria de produtos, recolhem uma taxa anual e possuem uma taxa diferenciada, conforme explicação do entrevistado: “é uma taxa diferenciada com valor anual para incentivar a produção própria, mas a maioria dos feirantes são de revenda, compram na CEASA e revendem na feira. Sabemos que dentro do histórico da feira, esses feirantes são os que ajudam a regular o preço dos produtos; talvez hoje não tenha tanto impacto, mas ainda é referência”.

Na questão 5, a pergunta foi se o entrevistado tem conhecimento sobre alguma ação, alternativa de financiamento ou empréstimo para as atividades do feirante. A resposta foi de que “a prefeitura não faz; o que sabemos é que eles (os feirantes) buscam crédito pessoal. Em 2005, havia parceria com o BNDES, porque as estruturas das bancas começaram a se alterar em razão das novas exigências sanitárias (reformas e melhorias e alguns migraram para o modelo de trailer) e a prefeitura foi buscar soluções e linhas de crédito para que o feirante pudesse se ajustar. Por exemplo, bancas de frios que eram revendidos em bancas comuns e tiveram que ir para trailer”.

Outro tipo de incentivo que a prefeitura tem feito, nesse caso, mais em específico a SMAB, segundo o entrevistado: “a SMAB está incentivado que os feirantes se organizem em associações, que façam ações, que o grupo de feirantes de cada bairro se organize e interaja

com o local de atuação, numa gestão compartilhada, em que poder público e o feirante trabalhem juntos, cada um cumprindo sua função. Temos o exemplo de 2005, quando foi incentivado que, no Mercado Municipal, fosse fundada uma associação, para cogestão. Atualmente, o custo operacional é administrativo e o restante é bancado pelo permissionário”.

Na próxima pergunta, a questão 6, formulada para verificar junto ao gestor da feira qual seria o apoio, dentre os recursos não financeiros, que o feirante recebe do município ou do gestor da feira, obtivemos a resposta: “limpeza pública, sinalização, iluminação e sanitários”.

A questão 7 foi elaborada para saber se existem e quais são as parcerias para que a feira aconteça.

O entrevistado respondeu que, da parte da prefeitura, existem diversos órgãos, como Secretaria de Trânsito (SETRAN), IPPUC, Secretaria Municipal de Urbanismo, Secretaria Municipal de Saúde, Secretaria Municipal do Meio Ambiente, CEASA e o Sebrae, que ofertam capacitação para os feirantes.

Há o apoio da Secretaria Municipal do Meio Ambiente (SMMA), que limpa os espaços públicos após a feira. O entrevistado relatou que a “feira orgânica tem menos resíduo pelo próprio processo cultural dessa feira, que é mais sustentável; já nas feiras volantes, isso não é tão comum, nem sempre fica organizada”.

A questão 8 foi formulada para entender a visão do gestor público sobre as solicitações e pedidos que o feirante faz para eles. Pedimos para que o gestor relatasse qual tipo de apoio é mais comumente solicitado pelo feirante. Segundo o entrevistado, a maior solicitação do feirante é quanto ao item “Marketing, propaganda e divulgação da feira”.

O entrevistado afirma que “a SMAB se preocupa com campanhas positivas para as feiras. Por exemplo, acontece um período grande de chuvas, muita perda de produtos e os jornalistas vão onde? Na feira. O feirante então reclama, porque tem outros comércios que também são prejudicados, mas a ênfase é só para o feirante e isso espanta seu público. Nas reportagens da televisão só mostram o lado negativo, então a SMAB procura propor pautas positivas junto aos veículos de comunicação, para que incentivem a população a visitarem as feiras”. Outro exemplo: “na safra de verão, nos Sacolões e feiras, passamos de 23 produtos para mais de 31 tipos, então, chamam matéria positiva para que os clientes vão para a feira”.

Na pergunta 15, elaborada para entender junto ao gestor da feira de que modo ele vê a atual legislação, se esta atende à realidade atual da feira, a resposta foi de que “não. Por isso está em revisão. Hoje, atende em partes. Está em processo de revisão, especialmente na questão do controle de qualidade. Por conta da maneira dinâmica do mercado”.



Essa dinâmica do mercado se dá no sentido de que, em diversos pontos da cidade, onde ocorrem as feiras, em muitas situações que presenciaram, rapidamente, um comerciante abre uma loja e passa a concorrer com o feirante. Em casos em que um feirante desiste, o processo de repor outro é muito demorado, conforme explica: “uma licitação para colocar um novo feirante leva seis meses para acontecer. Esse tipo de situação é bem complicada. Estão tentando criar mecanismos, junto à Procuradoria Geral do Município, para agilizar alguns trâmites, seguindo a legislação, é claro”. O entrevistado ainda opina em relação ao IMT, outro gestor de feira no município: “lá no IMT é mais simples de organizar isso, mesmo que sejam 1200 feirantes, isso acontece só no domingo. Para nós, são 400 feirantes e 1100 permissões ao longo da semana, distribuídas em diferentes bairros”.

Outro ponto destacado pelo entrevistado, em que houve melhoria e mais autonomia na gestão, é de que de 2005 para cá conseguiram estabelecer equipe multidisciplinar própria da SMAB para atender às feiras: “tem veterinário, nutricionista, engenheiro agrônomo, etc. Isso facilitou muito porque, na parceria anterior com a Secretaria de Saúde, por exemplo, eles vinham como fiscais”. Ele explicou que, por serem secretarias diferentes, a visão de ambas é diferente em relação à feira. Isso não quer dizer que a SMAB não fiscalize e não adote os controles sanitários, eles fazem isso, mas através de membros da equipe da mesma secretaria, que possui diretrizes específicas.

Em relação aos avanços e controles, ele afirma que “orientamos, regulamos e buscamos a melhoria. Hoje, nosso controle de qualidade atende plenamente o que se pede aos feirantes. No caso do modo de entrada do feirante, para conceder as permissões, está sendo revisado. O modo de comportamento do feirante está ok, sendo monitorado. A falha maior hoje é que a legislação não atende à reposição do feirante de modo mais rápido”.

Ele relatou outra situação que vem ocorrendo. “A questão comercial está sendo revista, também porque tem a regulação do *food truck*. A SMAB vai administrar os pontos, mas a regulação é pelo urbanismo. Temos o exemplo de uma empresa de *food truck*, que ganhou a licitação em julho e será feirante. Vai então trabalhar como *food truck* e no outro dia será feirante. Tem duas permissões”.

A Feira da Praça da Ucrânia, por exemplo, está se modificando. É uma feira noturna, bem movimentada e onde restaram poucas barracas de hortifrutigranjeiros. Os trailers e *food trucks* ocupam a maior parte da praça. Segundo o entrevistado, isso talvez se deva pelo fato do “curitibano deixar de ir pra rua e ir para ambiente fechado; por isso a Ucrânia é bem movimentada”.

Outro ponto importante relatado pelo entrevistado é de que o perfil da feira vem se modificando: “hoje são menos feirantes, mesmo tendo mais tipos de feira. Antigamente, as feiras eram por bairro, por perímetro, a partir da região central; eram por letras - A, B, C, D, E e F -, não existe esse mapa; com a evolução da regulamentação, o que aconteceu é que se individualizou a feira, isso não foi bom, agora a referência é pelo nome do bairro; No grupo A e B, eram seis feiras em cada grupo para escoar o produto, de terça a domingo, todos os dias, circulando dentro da letra; hoje, o feirante já desloca para outros bairros, sempre com permissão”.

#### 5.2.2.2 Entrevista aplicada junto ao Instituto Municipal do Turismo (IMT)

Na questão 4, que buscou entender se, na visão do gestor público, há algum apoio público para a atividade do feirante, o entrevistado comentou “há concessão do espaço e fazemos a administração deste para manter a ordem e disciplina, por meio da fiscalização. Também controlamos o que cada feirante vende, pois ele tem permissão para determinado produto”.

Quanto ao uso da barraca, atualmente, “é de responsabilidade do feirante; o feirante paga pelo uso do solo, uma taxa irrisória anual de R\$ 152,00, para as bancas 2mx2m. Há ainda os casos de feirantes que estão há mais tempo com barracas 4mx2m e, assim, o feirante paga o dobro, anualmente. A Secretaria de Finanças formaliza o valor e há um pequeno reajuste anual”.

O entrevistado comentou que há um estudo em andamento para melhoria das barracas, conforme segue relato: “o IPPUC, a pedido do atual prefeito e com o apoio da presidente do IMT, está elaborando um projeto para que a prefeitura forneça a barraca. É uma proposta em estudo. Mas, como a prefeitura não tem recurso, isso está sendo buscado junto ao Ministério do Turismo”.

Na questão 5, se há alguma ação ou alguma alternativa de financiamento ou empréstimo para as atividades do feirante, o entrevistado comentou que “só financiamento particular; o próprio feirante busca isso de maneira particular e não há nenhuma participação da prefeitura. Por exemplo, quando começaram a usar as máquinas de cartão, o IMT permitiu que os bancos fizessem visitas aos feirantes durante o horário da feira, para oferecer as propostas para os feirantes e eles aderiram muito bem ao passarem a receber suas vendas por meio dos cartões”.

Na questão 6, dos recursos não financeiros, sobre qual o apoio que o feirante recebe do município, o entrevistado centrou sua resposta na problemática das barracas e comentou que “alguns podem ter sua própria barraca em que montam e desmontam sozinhos, mas a maioria aluga com os “barraqueiros”, que são empresas que trabalham dentro da feira, prestam serviço para o feirante e que não tem vínculo com a prefeitura; eles instalam a barraca, o feirante se instala, faz suas vendas, no fim retira tudo e, depois de um determinado horário, o barraqueiro desmonta a estrutura; isso é cômodo para o feirante, é uma prática adotada por comodismo; mas, se se der certo o novo projeto, que está em estudo, o próprio feirante terá que cuidar de sua barraca; a prefeitura vai ter que manter ações rígidas para que o feirante mantenha a barraca em bom estado”.

O entrevistado também comentou que, no ano de 2007, houve uma parceria do Banco do Brasil e o Ministério do Turismo para aquisição de novas lonas e estas seriam utilizadas para as barracas, desse modo “os feirantes ganharam as lonas, não as estruturas, para manter a feira bonita; os feirantes entregaram as lonas para os montadores de barracas e estes usaram de qualquer jeito”.

Essa questão da precariedade das barracas, segundo os comentários do entrevistado, também tem preocupado o poder público. Eles até tem a disposição de assumir essa parte de cuidar das barracas, “isso está sendo estudado, o IMT fez projeto, enviou, mas a Procuradoria do Município não concordou, pois não é viável para a prefeitura cuidar disso, por conta da falta de equipe e de recurso; mas tem um projeto para que a prefeitura se responsabilize tanto pela montagem quanto pelo cuidado, no entanto, tem que ser feita concorrência, o que é demorado; já foi pensado em patrocínio, por exemplo, a cada 300 barracas, uma empresa privada patrocina, mas há um impedimento de uso de propaganda por empresas privadas em espaço público, então, para resolver isso desse modo é necessário um estudo aprofundado”.

Em uma das visitas em campo, ao acompanhar o encerramento da feira e o momento em que os feirantes retiram seus produtos, pude realizar algumas fotografias e constatar que, de fato, as barracas estão precárias, conforme mostra a Figura 47.



Figura 47 – Conjunto de fotos que demonstram o estado das barracas no Largo da Ordem.  
Fonte: A autora.

Na questão 7, que buscou entender se existem parcerias e, se existem, quais são elas, para que a feira aconteça. De acordo com o entrevistado, “não tem parcerias para a feira acontecer, só depende da prefeitura; sei que tem umas oito associações de artesanato em atividade e elas poderiam se unir mais para ter mais força; são fracas, algumas dessas associações têm barraca para que os associados vendam seus produtos, uma delas é a Federação – FEDART”.

Na questão 8, sobre qual o tipo de apoio é mais solicitado pelo feirante, o entrevistado relata que “são barracas melhores, mas não tem muito o que fazer”, e também mais segurança. Neste item, o relato é de que “segurança tem sido um problema. Contamos com a guarda municipal e com a Polícia Militar, mas nem sempre eles vêm e, em outras épocas do ano, há negligência. Os feirantes reclamam e comparam que, quando acontecem eventos grandes ou jogos de futebol, por exemplo, o policiamento é intensificado e para a feira nenhuma ação é proposta. Veja, a Feira do Largo da Ordem recebe 23.000 visitantes a cada domingo, dados da pesquisa de 2012. Estão atualizando os dados da pesquisa e acredita-se que o número é maior que esse”.

O entrevistado reforçou a importância de atualizar essa pesquisa para subsidiar novas melhorias para a Feira do Largo. Em relação ao número de visitantes, comentou que “numa reunião de técnicos da prefeitura, acho que em 2013, envolvendo várias secretarias, quando houve uma discussão sobre a segurança na cidade, foi comentado qual seria o ponto turístico que mais recebe visitantes. A resposta foi de que seria o Jardim Botânico, que recebe 20.000 pessoas por semana, de terça a domingo. Mas, veja bem, a Feira do Largo da Ordem recebe 23.000 visitantes em cinco horas”.

Outro ponto levantado pelo entrevistado é a falta de entendimento do feirante quanto aos regulamentos e as frequentes tentativas de burlar a legislação. Nesse item, comentou que “o feirante tem que conhecer o regulamento, pois a responsabilidade é dele. Para os novos feirantes, eles têm feito reuniões com assinatura de termo, dizendo que conhece o regulamento, para que haja um respaldo, porque o feirante cobra isso do poder público. Ou acontecem outros problemas como, por exemplo, tem autorização de vender determinado produto e vende outro tipo de produto. Já aconteceram situações em que o feirante entrou com ação junto ao Ministério Público contra a prefeitura, então nós, da prefeitura, temos nos resguardado e melhorado o controle das permissões, para que não tenham problemas”.

Na questão 15, para entender a visão do gestor sobre a regulação vigente, se atende à realidade atual da feira, a resposta foi de que “algumas coisas sim, a maioria sim. Alguns itens estão sendo revisados para se adequar à realidade atual. Por exemplo, na ampliação da feira, próxima à Mesquita, é necessário colocar placas, envolver o urbanismo, entre outras ações necessárias. Para que isso ocorra, é preciso estar no regulamento e, por isso, estão sendo feitas atualizações na legislação. As situações são levadas em consultas junto à Procuradoria do Município, que, em alguns casos, fornecem apoio, e, em outros, passam orientações de como proceder”.

### 5.3 ARRANJOS EXTRAORGANIZACIONAIS DE RELAÇÕES NEGOCIAIS E CONVIVENCIAIS

A seguir, serão apresentados os dados coletados junto aos feirantes e aos gestores das feiras, na terceira e última categoria analítica: “Arranjos extraorganizacionais e as relações negociais e convivenciais”.

#### 5.3.1 Apresentação dos dados dos questionários aplicados aos feirantes

A apresentação dos dados a seguir refere-se às questões 11 a 13 e 23; 30 a 35; 39, do questionário que consta no Apêndice I.

Nas questões 11 e 12, procuram elucidar se o feirante tem bancas em municípios diferentes de Curitiba e/ou Varsóvia, e também a frequência com que participa da feira. As respostas em Curitiba e Varsóvia foram similares, no sentido de que a maioria dos feirantes trabalha de segunda a sábado em Varsóvia, e de terça a domingo em Curitiba.

No entanto, ocorreram divergências, pois, nos relatos em Varsóvia, existem algumas peculiaridades como, por exemplo, no verão, que há diversidade de frutas e verduras, já no inverno extremo, isso não é possível; em outros casos, muitos feirantes trabalham nas bancas fixas somente alguns dias na semana, conforme respostas: *“trabalho todos os dias, com exceção de domingo; todos os dias; no verão, vendo morangos todos os dias, é minha própria produção; no verão, trabalho todos os dias; trabalho dez horas por mês; trabalho terças e sextas, três vezes ao mês”*.

A questão 13 busca compreender se o feirante participa de espaços em outros bairros das cidades analisadas. Em Varsóvia, o feirante não faz itinerância nos bairros, ele se mantém na mesma banca fixa, nos mercados, de segunda a sábado. E nos casos dos feirantes que têm bancas provisórias, ele faz a feira apenas em um dia da semana, que é a “Feira de um dia”.

Para o caso de Curitiba, foi constatada a formação de uma rede que expressa, por um lado, o caráter itinerante da atividade dos feirantes de Curitiba e, por outro, que, em tal configuração, pela interatividade propiciada pela probabilidade de contatos entre feirantes em diferentes territórios da cidade, pode se considerar que se configura em arranjo socioprodutivo pautado em relações de sociabilidade, fundadas em atividades de comércio itinerante (PROCOPIUCK *et al.*, 2017a).

A rede representada na Figura 48, originada da interação entre feirantes que atuam em diferentes feiras na cidade, se aproxima do que Klijn (1999, p. 30) chama de “conjuntos de agrupamentos em torno de conjuntos de ações”, nas quais agentes tentam atingir interativamente objetivos, a partir de propósitos concretos, intercambiando recursos e almejando a obtenção de resultados estratégicos individuais e, ao mesmo tempo, comuns aos participantes. Considerar ações concretas para avaliação da ação social, segundo Touraine (1969), é importante porque tais ações existem se estiverem direcionadas para certos objetivos e orientações coletivas concretas. Não basta, portanto, que sejam tratadas somente em termos de intenções individuais, uma vez que, por decorrerem de processos essencialmente coletivos, são sustentadas por sistemas de relações, capazes de criar e atribuir sentidos à sociedade por meio de sistemas simbólicos, que ganham corpo, alicerçado em realizações de pessoas que convivem em determinada comunidade.

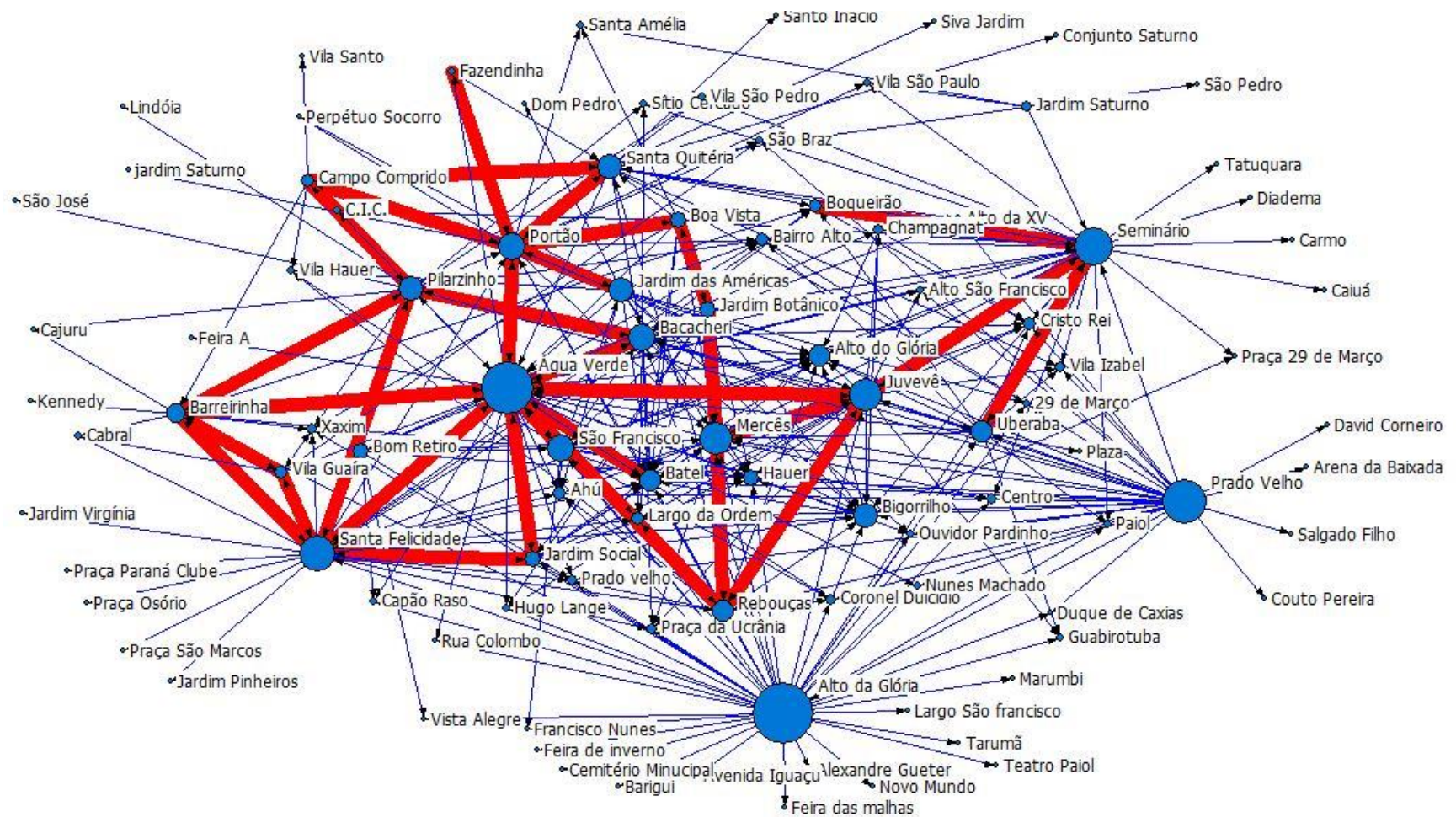


Figura 48 – Rede de diferentes espaços utilizados pelos feirantes em Curitiba.  
 Fonte: Procopiuck *et al.* (2017a).

A origem na rede é explicada pelo fato de 82,9% dos feirantes atuarem em mais de um espaço destinado à realização de feiras na cidade. Nessa rede, o diâmetro de todos os círculos é proporcional ao número de feirantes que partem ou apontam para determinada feira. Os enlaces destacados em vermelho indicam que há reciprocidade entre as feiras, ou seja, há feirantes que atuam em ambas as feiras, conectadas na rede. Em termos práticos, essas relações mapeadas expressam a intensidade e a amplitude relacional existente entre as feiras. Com o intuito de evitar a poluição visual da Figura 48, foi delimitado o número máximo de dez relações representadas por um único enlace de reciprocidade, ou seja, a representação da existência de, pelo menos, dez feirantes que compartilham espaços comuns na cidade, para exercerem suas atividades. O número real de relações contempladas por cada um dos principais enlaces da figura anterior estão explicitados na Tabela 33, que representa com maior precisão a intensidade das principais relações mapeadas na Figura 48. Nessa figura, o total das linhas representa o número de feirantes que partem da feira, identificada na primeira coluna, e que participam de outras feiras. Os totais apresentados na última linha da tabela expressam o número de participantes que também atuam em outras feiras.



Tabela 33 – Número de relações entre feiras em Curitiba.

	Água Verde	Alto da Glória	Bacacheri	Ahú	Batel	Mercês	Prado Velho	Bigorrião	Largo da Ordem	Juvevê	Cristo Rei	Rebouças	Santa Felicidade	Coronel Dulcídio	Hauer	Seminário	Barreirinha	Portão	Pilarzinho	Ouvidor Pardini	Santa Quitéria	Boqueirão	Nunes Machado	Rua Colombo	Uberaba	Xaxim	Outras 74 feiras	Total	%
Alto da Glória	12																										30	162	21%
Água Verde	13	15																									21	105	14%
Prado Velho	7	15	6																								20	82	11%
Seminário	3	9	3	17																							17	63	8%
Santa Felicidade	4	4	22	1																							12	40	5%
Jardim das Américas	3	1		1																							13	35	5%
Rebouças	5	2		6																							2	32	4%
Juvevê	5	1	2																								6	28	4%
Mercês	1	3																									5	20	3%
Uberaba	1	1	2																								6	20	3%
Pilarzinho			2																								13	19	2%
Barreirinha																											7	18	2%
Portão																											11	18	2%
São Francisco		3																									5	18	2%
Santa Quitéria		1																									10	17	2%
Jardim Botânico																											6	15	2%
Bacacheri		2																									3	14	2%
Boa Vista																											3	14	2%
Jardim Social																											-	13	2%
Outras 9 feiras																											12	44	6%
Total	70	42	42	40	35	28	24	23	21	20	19	19	19	18	18	16	15	15	14	13	12	11	11	10	10	10	202	777	100%
%	9%	5%	5%	5%	5%	4%	3%	3%	3%	3%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	1%	1%	1%	1%	1%	26%	100%	

Fonte: Procopiuck *et al.* (2017a).

A questão 23, aberta, buscou levantar informações sobre quais tipos de melhorias eles esperam que sejam realizadas na área onde ocorrem as feiras. As respostas estão separadas por níveis de responsabilidade, sendo que, no modelo atual, algumas questões dependem do gestor da feira, outras do feirante e algumas delas independem de ambos. Os dados de Curitiba estão apresentados no Quadro 10 e de Varsóvia no Quadro 11.

Dependem do gestor da feira	
	✓ Divulgação, marketing e propaganda da feira
	✓ Segurança pública
	✓ Regulamento (cobrança)
	✓ Mais banheiros; banheiros químicos mais espalhados
	✓ Sinalização
	✓ Estrutura das barracas, higiene e estética
	✓ Segurança (cones)
	✓ Estender o horário da feira
	✓ Mudar local da feira
	✓ Abrir mais pontos de feira em outros lugares
	✓ Fiscalização na saída da feira
	✓ Fiscalização menos exigente

continua

continuação

<b>Dependem do gestor da feira</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Melhorar a pavimentação da rua</li> <li>✓ Mudar o local da feira para um novo mais movimentado</li> <li>✓ Redução de imposto</li> <li>✓ Fornecer barraca</li> <li>✓ Vínculo com passageiros do terminal</li> <li>✓ Sinalização do local da feira</li> <li>✓ Permitir vestuário em feira noturna</li> <li>✓ Banheiro com separação por sexo</li> <li>✓ Melhorar a lei, ser justo para todos</li> <li>✓ Fiscalização exagerada</li> <li>✓ Horários</li> <li>✓ Melhoria do sistema do governo</li> <li>✓ Diversidade de bancas</li> <li>✓ Iluminação</li> <li>✓ Fiscalização</li> <li>✓ Aumentar a quantidade de barracas na feira</li> <li>✓ Custo elevado de impostos</li> <li>✓ Custo de manutenção da energia elétrica</li> <li>✓ Vínculo com passageiros do Terminal do Barreirinha</li> <li>✓ Maior regulamentação</li> <li>✓ Auxílio da prefeitura no local</li> <li>✓ Bloqueio de ruas</li> <li>✓ Controle do Trânsito</li> <li>✓ Limpeza</li> <li>✓ Maior fiscalização</li> <li>✓ Infraestrutura</li> <li>✓ Mais feiras</li> <li>✓ Abertura de licitações para novos feirantes</li> <li>✓ Falta de gerenciamento das feiras</li> <li>✓ Aumentar o número de licitações</li> <li>✓ Cooperação da Secretaria</li> <li>✓ Maior duração da feira</li> <li>✓ Regulamentação de estacionamento para clientes</li> <li>✓ Sem cobranças que fogem do alcance dos feirantes</li> <li>✓ Orientar feirantes em relação à coleta seletiva</li> <li>✓ Apoio com boas promoções sociais</li> <li>✓ Mais apoio da prefeitura</li> <li>✓ Melhorar a limpeza da grama</li> <li>✓ Velocidade na resolução de problemas</li> <li>✓ Abrir exceções quando necessário</li> <li>✓ Abrir licitações</li> <li>✓ Oferecer melhor estrutura para os feirantes e diminuir a burocracia</li> <li>✓ Diminuir a taxa</li> <li>✓ Controle da qualidade</li> <li>✓ Combate à pirataria</li> <li>✓ Lixeiras para separação</li> <li>✓ Auxílio de SETRAN</li> <li>✓ Presença da Polícia Militar</li> <li>✓ Organização no trânsito</li> <li>✓ Policiamento ao término da feira</li> <li>✓ Coleta de lixo</li> <li>✓ Outras feiras mais baratas</li> <li>✓ Burocracia da licitação dos pontos</li> <li>✓ Disponibilidade da prefeitura</li> <li>✓ Higiene do banheiro</li> <li>✓ Higienização e separação dos banheiros químicos</li> </ul>
------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

continua

conclusão

<b>Independem do feirante e do poder público</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Estacionamento</li> <li>✓ Melhorar o estacionamento</li> <li>✓ As barracas são terceirizadas, mas estão em péssimas condições e sujas. Exigir dos barraqueiros que alugam e da fiscalização da prefeitura</li> <li>✓ Melhoria do mercado</li> <li>✓ INMETRO - pagamento da balança</li> <li>✓ Mais clientes</li> <li>✓ Pessoas com necessidade, pedindo de graça, atrapalham</li> <li>✓ Impulsionar o comércio</li> <li>✓ Proibição de animais nas barracas</li> <li>✓ Injustiça do CEASA com o produtor</li> <li>✓ Coisas atrativas</li> <li>✓ Muito movimento de pedintes</li> <li>✓ Concorrência no Mercado e no Sacolão</li> <li>✓ Higienização dos banheiros</li> <li>✓ Animais circulando na feira</li> <li>✓ Quantidade de público frequentador</li> <li>✓ Concorrência desleal</li> </ul>
<b>Dependem do feirante</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Limpeza</li> <li>✓ Preço</li> <li>✓ Valores altos dos produtos</li> <li>✓ Maior variedade de produtos nas barracas</li> <li>✓ Maior variedade de produtos</li> <li>✓ Maior variedade de frutas e verduras</li> <li>✓ Variar os produtos da feira</li> <li>✓ Mais produtos diferentes na feira</li> <li>✓ Disseminar a tradição entre os jovens</li> <li>✓ Integração dos feirantes</li> <li>✓ Mais cereais</li> <li>✓ Colaboração</li> <li>✓ Parceria</li> </ul>

Quadro 10 – Curitiba – Respostas abertas da questão 23.

Fonte: A autora.

Em Curitiba, constata-se, portanto, que diversos itens se repetem, vindos da questão 24, apresentada na primeira categoria analítica. Os itens que se repetem são: segurança, sanitários, coleta de lixo, melhorar as barracas.

Porém, surgiram diferentes sugestões ainda não apresentadas nos dados das duas outras categorias anteriores, tais como: “abrir novas feiras em outros bairros; aumentar o horário das feiras”. Nas questões de trânsito: “maior auxílio do departamento de trânsito no dia da feira; melhorar a sinalização onde ocorre a feira”. São pontos importantes, que podem vir a solucionar diferentes problemas e preocupações do gestor, quando afirma que a feira é essencial para o território. Referente às solicitações de sinalização e a presença do agente de trânsito, ao longo das visitas, foram constatadas, de fato, algumas situações de risco em potencial. Enquanto algumas feiras acontecem em ruas mais afastadas e com pouco tráfego de veículos, outras acontecem em cruzamentos, com a sinalização fragilizada. Os feirantes são

expostos ao risco, como vemos na Figura 49, na Feira Água Verde “A” (acima) e Feira do Rebouças (abaixo).



Figura 49 – Feiras que funcionam em meio a avenidas.  
Fonte: A autora.

Em Varsóvia, o maior volume de solicitações de melhoria refere-se à infraestrutura da feira como um todo, desde as barracas até o conjunto estético da feira, acessibilidade, além de calçamentos, pavimentação, cobertura e telhado, água potável, água quente no inverno. Surgiram também questões mais operacionais, como ampliação do horário da feira, limpeza, mais sanitários ou, no caso das feiras que já possuem sanitário, foi solicitado que

esses fossem limpos com mais frequência. Solicitam estacionamento para o feirante e para o cliente, mas isso independe do gestor.

<p><b>Dependem do gestor da feira</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ acesso da feira</li> <li>✓ modernização</li> <li>✓ estética e aparência das bancas</li> <li>✓ estacionamento para clientes</li> <li>✓ limpeza da feira</li> <li>✓ divulgação</li> <li>✓ melhorar o pavimento</li> <li>✓ telhado e cobertura</li> <li>✓ acesso à energia elétrica</li> <li>✓ mais tempo de duração da feira</li> <li>✓ aquecimento para as bancas</li> <li>✓ melhorar as calçadas para os clientes</li> <li>✓ calçadas mais amplas</li> <li>✓ banheiros mais limpos</li> <li>✓ maior controle no cumprimento das normas e leis</li> <li>✓ segurança</li> <li>✓ melhor sinalização para as bancas</li> <li>✓ melhorar a organização</li> <li>✓ melhorar infraestrutura</li> <li>✓ os guardas municipais não conhecem as regras</li> <li>✓ renovação das calçadas e pisos</li> <li>✓ em vez de bancas de lona, deveriam ser de vidro</li> <li>✓ baixar o aluguel</li> <li>✓ falta de sanitários</li> <li>✓ aluguel mais baixo</li> <li>✓ não tem lugares para os veículos dos feirantes</li> <li>✓ mais interesse por parte dos funcionários públicos</li> <li>✓ melhorar a relação com as autoridades do Distrito</li> <li>✓ mais lugares para bancas</li> <li>✓ melhorar o acesso às bancas</li> <li>✓ instalação para água da chuva</li> <li>✓ menos controles dos guardas municipais</li> <li>✓ a banca é muito pequena para fazer as vendas e atender aos clientes</li> <li>✓ água corrente</li> <li>✓ quando chove, há muitas poças de água, melhoria no pavimento</li> <li>✓ é necessário modernizar toda a feira, apoiar os feirantes para modernizar as bancas (escutar suas opiniões e atender suas necessidades)</li> <li>✓ mais dias com a feira aberta</li> <li>✓ horário de funcionamento</li> <li>✓ modernização da feira</li> <li>✓ mudar o coordenador da feira, não se importa com o estado desta, está com muito mato e aqui não é pomar</li> <li>✓ divulgar na rádio</li> <li>✓ mais investimento por parte do dono do terreno</li> <li>✓ taxas de aluguel são muito altas</li> <li>✓ mais estabilidade das estruturas que são "provisórias"</li> <li>✓ água quente</li> <li>✓ os sanitários para os feirantes deveriam ser gratuitos</li> <li>✓ mais pontos elétricos</li> <li>✓ alugar as bancas vazias</li> </ul>
-------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

continua

continuação

<p><b>Dependem do gestor da feira</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ ter mais opções de lugares para novas bancas para melhorar a atratividade da feira e baixar o aluguel</li> <li>✓ mais apoio para os feirantes</li> <li>✓ melhorar a gestão da feira</li> <li>✓ melhorar acesso para pessoas com cadeiras de rodas, as bancas são muito próximas umas das outras</li> <li>✓ visibilidade e identificação da feira</li> <li>✓ deve haver limite para a atuação dos informais/ilegais</li> <li>✓ distribuir novas permissões para feirantes</li> <li>✓ energia elétrica/iluminação</li> <li>✓ melhorar as regras da feira</li> <li>✓ modernizar a feira, obter verba junto à União Europeia para modernizar a feira</li> <li>✓ regular a atuação dos vietnamitas</li> <li>✓ deveriam permitir que o feirante investisse na melhoria da banca, mas não deixam</li> <li>✓ mais dias e horários de funcionamento da feira</li> <li>✓ acesso a banheiros</li> <li>✓ limpar a feira depois do final de semana</li> <li>✓ um local para descarga de produtos</li> <li>✓ controles que verificam as permissões para vender</li> <li>✓ aluguel muito alto</li> <li>✓ a cobertura da banca deveria estar incluída no aluguel e não ser cobrada à parte</li> <li>✓ feirantes devem ter o direito de comprar suas bancas fixas</li> <li>✓ coordenador mais acessível</li> <li>✓ deve haver controle do consumo de álcool na feira</li> <li>✓ autorizações deveriam ser permanentes (agora são renovadas todos os anos)</li> <li>✓ gratuidade de estacionamento para feirantes</li> <li>✓ renovar a feira para que seja mais atrativa e funcional</li> <li>✓ a feira deve ficar mais tempo aberta</li> <li>✓ a feira poderia mudar e usar mais tecnologias</li> <li>✓ luta contra vendedores irregulares/ilegais</li> <li>✓ condições sanitárias</li> <li>✓ wi-fi gratuito na feira</li> <li>✓ é necessário proibir as vendas na entrada da feira, essas vendas são feitas por pessoas que não tem permissão da prefeitura, são informais</li> <li>✓ local para aquecer a comida</li> <li>✓ incentivar que mais pessoas venham vender na feira</li> <li>✓ modernização da feira para oferecer água corrente</li> <li>✓ aumentar a feira</li> <li>✓ fazer campanhas e divulgações mais modernas</li> <li>✓ estrangeiros ilegais</li> <li>✓ deixar acesso para os carros dos feirantes e funcionários da feira</li> </ul>
<p><b>Independem do feirante e do poder público</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ que parem de falar sobre o fechamento da feira</li> <li>✓ mais clientes</li> <li>✓ a feira foi reduzida</li> <li>✓ a postura do cliente com o feirante</li> <li>✓ a entrada dos supermercados foi ruim, tem muita concorrência; só os supermercados têm apoio</li> <li>✓ muitos cães soltos, andando pela feira</li> <li>✓ não permitir a entrada de cães</li> <li>✓ as mudanças não valem a pena porque o mercado pode nem existir em pouco tempo</li> </ul>

continua

conclusão

<b>Independem do feirante e do poder público</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ não eliminar a feira por causa das pessoas que ainda gostam desse tipo de lugar</li> <li>✓ eliminar os super e hipermercados locais</li> <li>✓ deveriam proibir vendas aos domingos</li> <li>✓ mais produtos regionais</li> <li>✓ querem fechar a feira e imitá-la</li> <li>✓ por vezes, delinquentes aparecem</li> <li>✓ falta de segurança quanto ao futuro da feira</li> </ul>
<b>Dependem do feirante</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ maior remuneração para os funcionários das bancas</li> <li>✓ adotar uso de cartões bancários</li> <li>✓ horário de trabalho</li> <li>✓ melhorar condições de trabalho na feira</li> <li>✓ relação do feirante e cliente</li> <li>✓ entregas</li> <li>✓ mais variedade de produtos e mais bancas</li> <li>✓ quando voltar a estudar, eu gostaria de sair desta feira por causa das más condições</li> <li>✓ conseguir uma banca fixa</li> </ul>

Quadro 11 – Varsóvia – Respostas abertas da questão 23.

Fonte: A autora.

As questões 30 a 35, e 39, procuram elucidar o envolvimento do feirante com os clientes e com o território. Na questão 30, conforme Tabela 34, o feirante é indagado se aceitaria o convite para mudar de bairro e, desse modo, deixar a atividade no atual local de comércio.

Tabela 34 – O feirante aceitaria mudar de bairro.

	Cidade		Total
	Curitiba	Varsóvia	
Não	258	119	377
Não respondido	11	14	25
Não sabe	17	73	90
Sim	48	27	75
<b>Total</b>	<b>334</b>	<b>233</b>	<b>567</b>

Fonte: A autora.

Em Curitiba, a maioria, 77%, não aceita mudar de bairro. Um número importante, 14%, afirma que sim, mudaria. Alguns não quiseram responder, 3%, e outros não souberam responder, 6%, porque afirmam que precisariam saber qual seria esse novo bairro e, dependendo deste, mudariam. Em outros casos, nas feiras maiores com diversas quadras, alguns dizem que querem mudar, pois na quadra deles “tem pouco movimento de clientes”.

Em Varsóvia, quase a maioria não aceitaria mudar, 51%. Houve um número grande de feirantes que não sabiam, 31%, ou não quiseram responder, 6%. E um pequeno número de

feirantes, 12%, afirma que aceitaria mudar de bairro. Por ser uma questão aberta, muitos não souberam responder, pois gostariam de saber para qual bairro seria transferida a nova feira, já que, dependendo do local, não aceitam mudar.

Comparando as duas cidades, confirma-se o vínculo que o feirante estabelece com os clientes do território, no entanto, mais forte com o território, já que, dependendo do bairro, se tiver mais clientes em potencial, haveria o aceite para a mudança. Num segundo momento, recuavam na resposta, pois informavam que não conseguiriam deixar seus clientes, antigos em sua maioria, tema para a próxima pergunta.

Na questão 31, conforme a Tabela 35, o feirante é indagado se possui clientela fixa.

Tabela 35 – O feirante tem clientes fixos?

	Cidade		Total
	Curitiba	Varsóvia	
Não	38	14	52
Não respondido	11	9	20
Sim	285	210	495
Total	334	233	567

Fonte: A autora.

Em Curitiba, a maioria dos feirantes, 85%, e em Varsóvia, 90%, afirmam que sim, possuem clientela fixa. E, como ocorreu em muitos casos da resposta anterior, essas duas questões ficaram atrelada uma a outra, pois o feirante não mudaria de bairro, justamente por ter clientela fixa e, caso aceitasse mudar, teria que conquistar uma nova clientela e não tinha certeza se isso aconteceria.

A questão 32 aborda a possibilidade de o feirante saber se os clientes que frequentam sua banca são do mesmo bairro ou se vêm de outros locais da cidade. As respostas foram diferentes para as duas cidades e os dados estão apresentados a partir da Tabela 36.

Tabela 36 – Os clientes pertencem ao mesmo bairro onde ocorre a feira?



	Cidade		Total
	Curitiba	Varsóvia	
Não	184	30	214
Não respondido	11	12	23
Não sabe	22	52	74
Sim	117	139	256
<b>Total</b>	<b>334</b>	<b>233</b>	<b>567</b>

Fonte: A autora.

Em Curitiba, segundo percepção do feirante e confirmado pelos dados, há um bom número que é do mesmo bairro, 35%, mas a maioria dos clientes não é do bairro onde acontece a feira, 55%. Um número pequeno de feirantes não respondeu ou não sabia qual o local de origem dos clientes, 10%.

Em Varsóvia, segundo percepção do feirante, confirmada pelos dados, a maioria dos clientes é do mesmo bairro onde ocorre a feira, 60%, sendo que o feirante também nota um pequeno número de clientes que vem de outras localidades, 13%. Um número significativo de feirantes não respondeu ou não sabia qual era o local de origem dos seus clientes, 27%.

Temos dados divergentes nas duas cidades, sendo em Curitiba a maioria dos clientes de diferentes localidades, já que muitas feiras acontecem em bairros de utilização mista, com diversas empresas e residências, atraindo diferente clientela. Em Varsóvia, a maioria é do próprio bairro, que possuem costume de frequentar sempre o mesmo local.

Na questão 33, conforme a Tabela 37, o feirante é indagado se, ao adquirir os produtos, pensa em algum cliente específico, sabendo que tal cliente teria interesse em adquirir.

Tabela 37 – O feirante adquire os produtos para algum cliente em específico?

	Cidade		Total
	Curitiba	Varsóvia	
Não	96	74	170
Não respondido	12	23	35
Sim	226	136	362
<b>Total</b>	<b>334</b>	<b>233</b>	<b>567</b>

Fonte: A autora.

Em Curitiba, 68%, e em Varsóvia, 59%, afirmam que sim, adquirem produtos já pensando em determinado cliente, pois sabem que ele vai comparecer na banca no dia combinado. Mais uma vez, se confirma o importante vínculo do feirante com sua clientela e a preocupação dele com cada cliente em especial, situação muito diferente do que ocorrem em outros comércios.

A questão 34, na Tabela 38, indaga sobre quais são os tipos de assuntos mais comuns, tratados na banca do feirante.

Tabela 38 – Quais os assuntos mais abordados na banca do feirante.

	Cidade		Total
	Curitiba	Varsóvia	
Alimentos	23	22	45
Alimentos e Saúde	4	20	24
Alimentos e Política	6	6	12
Alimentos, Política e Religião	0	4	4
Alimentos, Saúde e Política	1	10	11
Alimentos, Saúde e Religião	0	1	1
Alimentos, Saúde, Política e Religião	10	15	25
Não respondido	212	46	258
Política	52	28	80
Política e Religião	2	2	4
Religião	6	2	8
Saúde	12	45	57
Saúde e Política	6	26	32
Saúde, Política e Religião	0	6	6
Total	334	233	567

Fonte: A autora.

Em Varsóvia, a maioria das respostas foram diversificadas e se concentraram nos itens de saúde, alimentos, política e religião, ou mistos, com 80% dos respondentes, sendo 20% os que não responderam a essa questão.

Em Curitiba, embora os dados apontem que a maioria não respondeu, 63%, em verdade, responderam à questão aberta, pois os assuntos falados diferem dos itens apontados no questionário fechado. Na questão aberta, foram registradas diversas respostas, apresentadas a seguir. O foco dos assuntos são os produtos da própria banca: *“como ele faz os seus produtos; curiosidades dos produtos; utilidades do produto; brinquedos em crochê; aromaterapia; canecas decoradas; decoração em madeira; sabonetes; cases para instrumentos musicais e mochilas com restos de tecidos; utilitários e decoração; acessórios infantis; crochê; enxoval para bebê; bolsas e mochilas térmicas; decoração para cozinha; costura e crochê; plantas tipo kokedama; enxoval e bebê; feltro e costuras; cartonagem e caixas; roupas para boneca; porta- copos temáticos/nicho de colecionador; papelaria personalizada; crochê; cadernos tipo moleskine e vida pessoal; chinelos; produtos infantis e pedagógicos; acessórios para bebês; moda e assuntos ligado ao produto que é da linha infantil”*.

Assuntos variados, tais como: *“clima, esporte, sobre a vida, família, turismo, descontos, pontos de turismo; sobre Curitiba; artesanato; cachorros; gatos; biologia; pedido de informação; futebol; fofoca entre os feirantes; receitas; crochê; artesanato; notícias; comida; música; crise econômica; cada cliente gosta de falar de coisas diferentes; assuntos mais objetivos; assuntos pessoais; perfumaria e decoração; trabalho; desemprego; pescaria; economia; Lava Jato; assuntos de cada época; fofoca, o feirante é fofoqueiro; assuntos da época: se é política, fala de política, se é futebol, fala de futebol; beleza e cuidados com a beleza; novela; na política, o cliente quer saber a opinião do feirante; mercadorias e novidades; história”*.

Bem-estar, alimentação e saúde: *“estética associada à alimentação; produtos orgânicos; produção agroecológica”*. Muitos afirmam não conversar porque não têm tempo ou porque não querem: *“não costuma conversar sobre outros assuntos, só fala sobre seus produtos; não converso; não tem assunto, não costuma conversar”*.

Em Curitiba, diversos feirantes comentaram que não falam de temas mais polêmicos, como religião e política, porque isso espanta o cliente: *“religião e política nunca, falo outros assuntos variados; evita, só fala sobre os produtos; depende do que o cliente quer conversar, mas não se envolve em assunto polêmico; não se envolve com assuntos polêmicos; assunto atual é política; se falar de política ou esporte, perde o freguês, tem que falar assuntos que o cliente quer e tem que concordar com o freguês; nos assuntos de futebol,*

*política e religião, o feirante não deve se envolver e se o cliente der a opinião, ele concorda para não discutir com o cliente*". Alguns feirantes relatam fatos peculiares do ambiente da feira, que se diferencia de outros tipos de comércio: *"a feira virou divã, as pessoas vêm para conversar; no supermercado, os clientes não conversam com os atendentes, aqui na feira fazem amizades, são nossa família"*.

A questão 35, com dados na Tabela 39, foi elaborada para levantar a informação quanto ao possível vínculo do feirante com o comércio local ou algum tipo de parceria local, tanto para fornecer quanto para adquirir produtos. Em Curitiba, 76% e em Varsóvia, 69%. A maioria, portanto, afirma não possuir parceria, confirmando informações já levantadas de que muitos feirantes compram diretamente de atacadistas, central de distribuição para revenda ou possui produção própria, não estabelecendo vínculo com comércios locais.

Tabela 39 – Parceria local para adquirir ou fornecer produto.

	Cidade		Total
	Curitiba	Varsóvia	
Não tem parceria	256 76,6%	161 69,1%	417 73,5%
Não respondido	11 3,3%	22 9,4%	33 5,8%
Sim, tem parceria	67 20,1%	50 21,5%	117 20,6%
Total	334 100,0%	233 100,0%	567 100,0%

Fonte: A autora.

Em Varsóvia, 21% afirmam possuir algumas parcerias e, nas respostas abertas, em que são indagados sobre qual seria essa parceria, surgiram respostas diversificadas, conforme relato dos alunos que realizaram as entrevistas e observações em campo: *"tenho parceria com uma pessoa que importa frutas cítricas; o pão que vendo vem de uma panificação que fica na área periférica de Varsóvia; eu trago objetos da Europa Ocidental; nessa feira, os feirantes têm parcerias com os jardineiros e floristas que deixam as flores à venda nas suas bancas"*.

Em Curitiba, 21% afirmam também possuir algum tipo de parceria e, em algumas bancas de hortifrutigranjeiros, surgiram respostas, tais como: *"forneço semanalmente para restaurantes próximos da feira; vendo mais barato para restaurantes"*. Estas respostas se assemelham ao que Vasques (2016) constatou em seus estudos sobre feirantes que, habitualmente, faziam o papel de fornecedores de hortifrutigranjeiros para pequenos supermercados e restaurantes no bairro ou em bairros próximos à feira (VASQUES, 2016, p. 54).

E, por fim, a questão 39, com dados apresentados na Tabela 40, foi formulada para compreender qual a prática mais comum do feirante quanto às eventuais sobras, avarias ou perdas de seus produtos.

Tabela 40 – Destino para as sobras ou perda de produtos.

	Cidade		Total
	Curitiba	Varsóvia	
Faz promoção ao final da feira	39 11,7%	60 25,8%	99 17,5%
Faz promoção ao final da feira, faz troca de produtos entre os feirantes	1 0,3%	5 2,1%	6 1,1%
Faz promoção ao final da feira, faz troca de produtos entre os feirantes, são doadas no próprio bairro	2 0,6%	0 0,0%	2 0,4%
Faz promoção ao final da feira, faz troca de produtos entre os feirantes, são doadas no próprio bairro, fica com crédito com o fornecedor, leva de volta para consumo próprio	1 0,3%	0 0,0%	1 0,2%
Faz promoção ao final da feira, faz troca de produtos entre os feirantes, leva de volta para consumo próprio	2 0,6%	1 0,4%	3 0,5%
Faz promoção ao final da feira, fica com crédito com o fornecedor	0 0,0%	4 1,7%	4 0,7%
Faz promoção ao final da feira, fica com crédito com o fornecedor, leva de volta para consumo próprio	0 0,0%	1 0,4%	1 0,2%
Faz promoção ao final da feira, leva de volta para consumo próprio	2 0,6%	18 7,7%	20 3,5%
Faz promoção ao final da feira, leva de volta para consumo próprio, leva de volta para outra finalidade	1 0,3%	2 0,9%	3 0,5%
Faz promoção ao final da feira, leva de volta para outra finalidade	2 0,6%	9 3,9%	11 1,9%
Faz promoção ao final da feira, são doadas em outro local	9 2,7%	4 1,7%	13 2,3%
Faz promoção ao final da feira, são doadas em outro local, leva de volta para consumo próprio	0 0,0%	3 1,3%	3 0,5%
Faz promoção ao final da feira, são doadas no próprio bairro	12 3,6%	7 3,0%	19 3,4%
Faz promoção ao final da feira, são doadas no próprio bairro, leva de volta para consumo próprio	2 0,6%	2 0,9%	4 0,7%
Faz promoção ao final da feira, são doadas no próprio bairro, são doados em outro local	2 0,6%	1 0,4%	3 0,5%
Faz promoção ao final da feira, são doadas no próprio bairro, são doados em outro local, leva de volta para consumo próprio	1 0,3%	0 0,0%	1 0,2%
Faz troca de produtos entre os feirantes	6 1,8%	6 2,6%	12 2,1%
Faz troca de produtos entre os feirantes, são doadas em outro local	1 0,3%	0 0,0%	1 0,2%
Faz troca de produtos entre os feirantes, são doadas no próprio bairro	4 1,2%	1 0,4%	5 0,9%

continua

conclusão

	Cidade		Total
	Curitiba	Varsóvia	
Faz troca de produtos entre os feirantes, são doadas no próprio bairro, leva de volta para outra finalidade	1 0,3%	0 0,0%	1 0,2%
Faz troca de produtos entre os feirantes, fica com crédito com o fornecedor	1 0,3%	1 0,4%	2 0,4%
Faz troca de produtos entre os feirantes, leva de volta para consumo próprio	2 0,6%	0 0,0%	2 0,4%
Faz troca de produtos entre os feirantes, leva de volta para consumo próprio, leva de volta para outra finalidade	0 0,0%	1 0,4%	1 0,2%
Fica com crédito com o fornecedor	0 0,0%	7 3,0%	7 1,2%
Fica com crédito com o fornecedor, leva de volta para outra finalidade	3 0,9%	1 0,4%	4 0,7%
Fica com crédito com o fornecedor, são doadas em outro local, leva de volta para consumo próprio	1 0,3%	0 0,0%	1 0,2%
Fica com crédito com o fornecedor, leva de volta para consumo próprio	0 0,0%	1 0,4%	1 0,2%
Leva de volta para consumo próprio	11 3,3%	15 6,4%	26 4,6%
Leva de volta para consumo próprio, leva de volta para outra finalidade	1 0,3%	1 0,4%	2 0,4%
Leva de volta para outra finalidade	44 13,2%	13 5,6%	57 10,1%
Não respondido	113 33,8%	51 21,9%	164 28,9%
São doadas em outro local	26 7,8%	5 2,1%	31 5,5%
São doadas em outro local, leva de volta para consumo próprio	5 1,5%	1 0,4%	6 1,1%
São doadas em outro local, leva de volta para outra finalidade	1 0,3%	0 0,0%	1 0,2%
São doadas no próprio bairro	25 7,5%	9 3,9%	34 6,0%
São doadas no próprio bairro, leva de volta para consumo próprio	2 0,6%	0 0,0%	2 0,4%
São doadas no próprio bairro, leva de volta para consumo próprio, leva de volta para outra finalidade	1 0,3%	0 0,0%	1 0,2%
São doadas no próprio bairro, leva de volta para outra finalidade	1 0,3%	0 0,0%	1 0,2%
São doadas no próprio bairro, são doadas em outro local	8 2,4%	2 0,9%	10 1,8%
São doadas no próprio bairro, são doadas em outro local, leva de volta para consumo próprio	1 0,3%	0 0,0%	1 0,2%
São doadas no próprio bairro, são doadas em outro local, leva de volta para consumo próprio, leva de volta para outra finalidade	0 0,0%	1 0,4%	1 0,2%
Total	334 100,0%	233 100,0%	567 100,0%

Fonte: A autora.

Em Varsóvia, a maioria das respostas se concentrou na opção de realizarem promoções, levar de volta para consumo próprio e doação dos itens que sobram. Alguns não quiseram responder e não houve muitos comentários abertos; os poucos que comentaram, afirmam que *“não tem sobras; fazem ofertas e promoção”*.

Em Curitiba, a maioria das respostas se concentrou nas opções de promoção, doação, levam de volta para consumo próprio e levam de volta para outra finalidade. Em alguns casos, a questão não se aplicava, pois se tratava de produtos não perecíveis, como artesanato, vestuário, entre outros. Houve uma diversidade de comentários abertos porque o feirante não encontrou opção para sua resposta no questionário, já que ele teve outras respostas para a questão, conforme apresentado a seguir:

A maioria faz promoções ao longo da feira e no final da feira, a tradicional “xepa”: *“na quinta ou sexta costumam fazer promoções, pois a feira vai só até sexta; na validade do produto próximo do fim, faz promoção; preço mais barato; promoção no inverno já que é um produto mais utilizado no verão; faz promoção de produtos que não tiveram muita saída, tapetes coloridos, etc.; vende mais barato; faz promoção quando é produto que já saiu de moda; promoção ao longo da feira”*. Pela dinâmica de funcionamento da feira, os feirantes têm a preocupação de gerir seus estoques da melhor forma possível, para evitar desperdícios, pois isso se transforma em prejuízo. A maioria relata que já tem noção do volume de compras para a semana de feira e, quando ocorrem sobras, procura vender o máximo que conseguir, não sendo possível encaminhar para consumo próprio ou doação. Dificilmente, descarta algum produto que ainda esteja em condições de consumo.

Em algumas situações, o feirante devolve o produto para o fornecedor: *“fornecedor recolhe ou mantém estocado, esperando a melhor maneira de descartar o produto corretamente (cosméticos orgânicos e naturais); troca com o fornecedor; troca com a distribuidora; troca no frigorífico; na garantia, troca e, quando estraga, doa; troca entre lojas de pet”*. Mas essa prática representa a minoria dos feirantes, que trabalham com produtos industrializados, em que é possível fazer a devolução junto ao fornecedor.

Muitos mantêm o produto em estoque porque estarão em outra feira no dia seguinte ou têm canal de venda pela internet: *“vende em outra feira; vende outro dia; guarda para vender outro dia; estoca para vender; leva de volta e vende de novo; é estoque e vende na próxima feira; vende pela internet; volta para estoque, leva de volta e guarda; congela a massa para vender”*. Com isso, não têm perdas, já que, a maioria dos feirantes trabalha nas feiras de terça a domingo.

Outros vendem os produtos para mercados de bairro ou restaurantes: *“vendo em outro lugar; a maioria dos produtos é estoque para a feira do dia seguinte; vendem no sacolão do bairro; vende para restaurante que faz marmiteix; sobras de massas costuma congelar e vende em outra feira; congela; vende para feirantes; faz menor preço para restaurantes; vende mais barato para restaurante local; quase não tem sobras porque faz entrega”*. Aqui, confirma-se o item anterior das parcerias e também o item de outra categoria analítica, pois, com a empresa funcionando, o feirante tem mais abertura para fornecer para outras empresas, por exemplo, pequenos mercados, restaurantes e empresas que produzem alimentos para serem servidos em marmitas. Essa é a dinâmica da microescala da economia urbana, em que são difíceis de serem mensurados e percebidos, visto que é uma rede de um tamanho significativo, com diferentes conexões entre bairros.

Alguns feirantes reaproveitam o produto que sobra, criando um novo produto, nos casos de alimentos, geralmente para consumo próprio. Já no artesanato, criam nova peça para venda: *“faz geleia de frutas; reaproveita as sobras para fazer peças menores, brincos, por exemplo; os pedaços bem pequenos que sobram, ela doa para uma senhora no seu bairro que reaproveita para criar outra peça; reaproveita para peças de decoração; cria nova peça; reforma as peças para vender de novo; reforma para criar novo produto e vender; reaproveita ao máximo os tecidos e faz bolsas menores; reaproveita as sobras 3D; recicla e produz nova peça; reaproveita; reciclagem; modifica e faz outra peça; reinventa, aproveita as sobras; reaproveita sobras e faz novos produtos com os produtos que não vende, desmonta e cria outro; reutiliza os papéis menores para acabamentos nas peças; quando sobra um tipo de tecido mais colorido, ela doa para outra artesã que reutiliza para fazer artesanato em patchwork; reaproveita papel para fazer peças menores e cartões; reaproveita os recortes e cria peças menores”*.

Alguns dos feirantes, que moram em sítios, levam os produtos de hortifrutigranjeiros que sobram para seus animais de criação: *“alimentação de animais; consumo animal; tem criação de animais; adubo pra horta; o que é descarte leva para alimentar animais, mas evita perda, procura vender mais barato”*.

Outros feirantes afirmam possuírem pouca sobra, pois calculam a média de vendas e têm somente o necessário: *“tem pouca sobra; tem bom controle de estoque e quase não há sobras; procura trabalhar bem seu estoque para não sobrar nem faltar; já estão atentas às oscilações de vendas para mais ou para menos, por exemplo, em datas comemorativas, vende mais; no inverno vende um tipo de produto e no verão, outro”*.



Alguns feirantes destinam o item que sobra para doação, outros dão brindes para os clientes ou doam para pessoas na própria feira, familiares, amigos e/ou instituições carentes da cidade: *“doa para pedintes e quando o produto não está em condições de doar faz o descarte, pois é produto perecível; doa para pedintes e também doa para pessoal do ônibus que faz sopas para os moradores de rua; doam roupas e brinquedos que não podem mais ser vendidos para uma pessoa que leva para o Hospital Erasto Gaertner; doa para funcionários ou diaristas que trabalham com ele; brinde para cliente; presenteia família; presenteia os amigos; presenteia a família; doa para diarista; doa para família; doa para Pequeno Cotoleto, eles usam e fazem bazar; presenteia; almofada com defeito doa para hospital Pequeno Príncipe; doa em escolas; doa em unidades de saúde; doa em instituições; doa para igreja; doa para igreja que faz bazar; doa para Instituto do Câncer; doa para um bar que fica próximo do local onde eles tem a cozinha; doa para pedintes na feira, eles sempre esperam o fim da feira e vem pedir; doa para Associação Mãos Unidas; doa para cliente; doa em outros lugares; doa para vizinhas do seu bairro; fazem ‘assistência social’ para os pedintes (ainda afirmou, escreva aí que os feirantes fazem assistência social para os pedintes); eventualmente doa ou divide com os funcionários; quando sobra pasteis doa também para os funcionários; doa brinquedos na feira e chinelo leva em instituições de caridade; doa para crianças carentes que pedem na feira; distribui para pessoas carentes, mas não identificou onde; guarda para doações no final do ano; as doações são mais comuns no domingo, que é o último dia de feira. Já que segunda-feira é folga, tudo que sobra no domingo temos que decidir o que fazer; doa para creche; doa para carrinheiros; doa cosmético para quem aceita consumir fora do prazo; leva para igrejas; doa para igreja em outro bairro; leva para vizinha; doam para população de rua; doa na própria feira; doa para colegas feirantes; doa para colegas feirantes, veja, uns doam para os outros; doam para pessoas de rua no final da feira; doa para ‘pedintes’, desde que realizem algum tipo de ajuda; doa mercadoria que eventualmente é danificada pelos clientes, bolachas, etc.; doa para moradores em situação de rua; ONG vem buscar no final da feira; doa peças com defeito ou roupas fora de coleção para o Hospital Erasto Gaertner; roupas fora de coleção, doa no hospital Erasto Gaertner; produtos pet com baixa saída e em boas condições, doa para ONG de pets; quando estraga, doa; doa brinquedos que estragaram na banca; retalhos do produto que podem ser vendidos são doados para moradores de rua no final da feira”*. Aqui se percebe outra relação da microescala, também de difícil mensuração: o volume de doações e ajuda destinada a projetos sociais formais e informais.

Fazem trocas entre os feirantes: *“permuta; troca entre feirantes da economia solidária, iniciativa recente ainda em teste”*. Algo muito pontual que foi encontrado, pois, em geral, as feiras de economia solidária ocorrem em locais diferentes.

Uns não conseguem reutilizar ou doar seu produto e acabam tendo perdas, ou seja, necessitam descartar o produto: *“evita sobras, mas quando têm, descarta; mas é comum ter perda, todo comerciante tem perda; quando o brinquedo estraga é descarte; não tem muito o que fazer, quando a flor estraga ou faz promoção ou vai para descarte; tipo de produto: sushi vai para descarte, não pode doar”*. Somente em casos em que não é possível a doação ou outro uso, os feirantes não tem outra opção a não ser descartar o produto.

### **5.3.2 Apresentação dos dados das entrevistas aplicadas aos gestores das feiras**

Neste subitem, serão apresentados os dados obtidos nas entrevistas aplicadas aos gestores das feiras, ainda na terceira categoria dos “Arranjos extraorganizacionais” e referem-se às questões de números 9 a 14, e 16.

#### **5.3.2.1 Entrevista aplicada em Varsóvia**

Em Varsóvia, a aplicação da entrevista aconteceu no dia 02 de novembro de 2017. O que se constatou é que há um modo de controle e governança, uma separação bem demarcada em relação ao controle exercido em cada setor da prefeitura. Essa separação ficou esclarecida nas respostas obtidas na entrevista.

Na questão 9, elaborada para entender se há algum coordenador, controlador ou mediador no cotidiano da feira, o respondente afirmou que a associação, sociedade ou cooperativa é responsável por esse controle e coordenação e que, geralmente, possuem regulamentos próprios para as diversas regras que abrangem a organização e o funcionamento da feira.

A questão 10 foi elaborada para entender, nos casos de conflitos e demais demandas, quem é o responsável por resolver essas questões e de que modo isso ocorre. O respondente

afirmou que a associação, sociedade ou cooperativa é responsável por gerir eventuais conflitos. Esse não tem conhecimento de algum setor da prefeitura que cuide desses assuntos.

Na questão 11 buscou-se entender se existe algum contrato para formalizar o uso do espaço para a banca, por exemplo, aluguel, licitação ou algum outro meio. O respondente afirmou que sim, existem as áreas previamente autorizadas e também os casos em que o feirante chega e propõe uma área para a prefeitura. É feita a análise dessa proposta e, se uma determinada área é requerida por dois ou mais feirantes, é realizada chamada pública para ocupação. A prefeitura tem implantado novos processos de ordenamento territorial, que é quando ocorrem as permissões para novos usos do solo urbano. Com isso, tem aproveitado esse documento legal e está regularizando a situação de algumas feiras para que possam permanecer no mesmo local, porém regularizadas.

Na questão 12, buscou-se compreender se, de modo geral, o espaço utilizado para as feiras ou mercados é público ou privado. O respondente comentou que são áreas da prefeitura, normalmente, mas também existem casos em que as cooperativas ocupam outras áreas e alugam para os feirantes.

A questão 13 foi elaborada para verificar a percepção do gestor acerca do feirante “ter espaço” para participar das decisões que envolvem as feiras. A resposta foi de que existem várias situações, por exemplo, quando o município decide fechar uma feira, eles protestam. Em outras ocasiões, eles pedem para trocar de lugar, a prefeitura negocia. Então, de modo geral, não há uma participação efetiva do feirante e, quando há uma situação a ser resolvida, os casos são tratados de forma isolada.

A questão 14 foi elaborada para verificar a percepção do gestor sobre a “participação” do feirante nas decisões que envolvem as feiras, ou seja, nos casos em que há esse espaço, se o feirante de fato o utiliza para participar e apresentar seus pleitos. O respondente afirma que “percebe participação reduzida” por parte dos feirantes. Acha que já houve mais participação, mas que, no seu modo de ver, isso está reduzido.

Na questão 16 foi elaborada para entender se, no ponto de vista do gestor, a feira causa algum tipo de impacto no bairro. De modo geral, os moradores estão satisfeitos, mas o respondente percebe que as associações dos feirantes são muito desorganizadas e as feiras nem sempre têm boa aparência estética e estão limpas. Considera que existem ainda muitos problemas a serem resolvidos.

### 5.3.2.2 Entrevistas aplicadas em Curitiba

A seguir são apresentados os dados obtidos a partir das entrevistas junto aos gestores de feiras da SMAB e IMT.

#### 5.3.2.2 Entrevista aplicada junto à Secretaria Municipal do Abastecimento (SMAB)

Na questão 9 foi formulada para verificar se o gestor da feira tem conhecimento ou indicaria algum coordenador, controlador ou mediador no cotidiano da feira. O entrevistado informou que existe uma hierarquia na SMAB, com cargos de “Diretor, Gerente, Coordenadores, que são vários, Fiscal e o Representante de Feira, que é um feirante eleito entre o grupo de feirantes”. Na SMAB, existe uma definição clara dos cargos e funções dentre os diferentes equipamentos urbanos e as responsabilidades na secretaria, entre elas o Mercado Municipal, Mercado Regional, Armazém da Família, Sacolão da Família, Varejão, Restaurante Popular, além de todas as 88 feiras em funcionamento.

A questão 10 verifica, nos casos de conflitos e demais demandas, quem é o responsável por resolver essas questões. O entrevistado informou que existem diferentes situações, mas, em geral “o Coordenador faz o contato inicial e traz a demanda para a SMAB; em outros casos, o Representante da Feira tenta resolver, se não consegue, chama o Coordenador ou o Fiscal que é da prefeitura”. Aqui, parece estar implantado um modelo hierárquico, pois, ao que tudo indica, não há relatos de queixas dos feirantes nesse sentido e esses se sentem assistidos.

Na questão 11, sobre o modo de formalização do uso do espaço para a banca, o entrevistado informou que é feito via “chamamento público ou licitação, concorrência, via Edital. Nesse caso, o feirante ganha a licença por meio de um decreto de uso; é um decreto de permissão de uso; há um estudo de nova nomenclatura para definir se é permissão, licença, cessão, autorização; no caso da SMAB, há a possibilidade de transferência, nos casos em que o feirante desiste e ele pode transferir para outro; nos casos de fraude, por exemplo, se identificarem locação da banca, a licença é cassada”.

A questão 12 foi formulada para entender como é o espaço utilizado para as feiras ou mercados, se é público ou privado. Em Curitiba, nas feiras coordenadas pela SMAB, o espaço é

público. O entrevistado tem conhecimento de outras iniciativas: “existem outros espaços privados, mas não tem nada com a SMAB, por exemplo, espaço Cadore, Mercado Sal, entre outros”.

A questão 13 foi elaborada para entender a visão do gestor quanto ao espaço que o feirante tem para se expressar no tocante às decisões que envolvem as feiras. O entrevistado respondeu: “sim, tem a comissão técnica dos feirantes; as reuniões são por demanda; o poder público sempre está junto, tudo é tratado na SMAB. Por exemplo, o IPPUC quer fazer uma alteração viária, todos são convocados para discutirem juntos os impactos da alteração”.

Na questão 14, foi perguntado se o gestor percebe se o feirante de fato participa das decisões que envolvem as feiras: “nem tanto e isso é histórico; por mais que chame, tentam mudar isso há muito tempo; a evolução acontece de gestão em gestão; para o feirante e para o técnico, são cumpridos o que é determinado em cada gestão; mas a regulação é permanente”.

A questão 16 foi feita para verificar se, na visão do gestor, a feira causa algum tipo de impacto no bairro. “Sim, hoje é agradável ao bairro, pois traz segurança; a feira deve ‘despertar’ o local onde ela está, tem que ser agradável; antigamente, havia reclamação quando se instalava uma feira, porque fazia barulho, trazia sujeira, mas percebemos, de 1992 pra cá, que acontece ao contrário; hoje, há o pedido para que coloque a feira para espantar o pessoal com má intenção. Por exemplo, recentemente, implantaram a Feira do Futebol, que acontece no Alto da Glória. Houve elogios, pois tinha muitos usuários de drogas na região, que urinavam na redondeza. Quando se coloca um novo equipamento público, ele dissemina segurança; estamos buscando fazer isso e também levar essa visão para outras feiras; mesmo que a feira traga alguns incômodos, como dificuldade para sair de casa, diminui a circulação; no geral, todas as feiras já consolidadas têm uma boa relação com os moradores”.

O entrevistado também comentou que “a feira acaba fazendo com que as vias fiquem mais conservadas, regula o preço dos produtos naquele local, nos comércios do entorno. Por exemplo, o programa Nossa Feira foi instalado em locais onde não havia ofertas de hortifruti-granjeiros e o que se viu, nos meses seguintes, é que abriram vários comércios que passaram a ofertar esses produtos aos moradores locais. A missão da SMAB se cumpre nessas ações”.

Outro exemplo citado pelo entrevistado: “segundo estudos da OMS, a população deveria consumir 400g de hortifruti-granjeiros por pessoa e, atualmente, consome 130g a 170g; então, há a tentativa de incentivar a população a aumentar o consumo e melhorar a saúde”. Além dos aspectos sociais, a feira também impacta na geração de emprego e renda: “os empregos gerados são de quase 2 mil pessoas diretas, entre produtores, feirantes e funcionários. Juntando com os trabalhadores da CEASA, facilmente, chega-se a 5 mil empregos”.

### 5.3.2.2.2 Entrevista aplicada junto ao Instituto Municipal do Turismo (IMT)

Na questão em que se verifica se há algum coordenador, controlador ou mediador no cotidiano da feira, o entrevistado informa que “no IMT são sete pessoas que cuidam das feiras e eles mesmos são os que fazem a fiscalização, mesmo não sendo fiscal de carreira. Mas, se houver necessidade de realizar apreensão, quando acontece o caso de um feirante irregular, é acionada a fiscalização do urbanismo para retirar o feirante e resolver a situação; cuidamos das listas de presença de controle de frequência, intermediamos conflitos e cuidamos dos cadastros e das reuniões; tudo é feito com o representante de feira”.

Eles contam com outras secretarias, conforme o entrevistado: “dependemos da faz, junto com a guarda municipal, para tratar das questões dos moradores em situação de rua; o Meio Ambiente faz a limpeza e também ações eventuais de educação e conscientização para os feirantes, para manter a ordem nas bancas; a Vigilância Sanitária cuida das barracas de alimentação, que recebem orientação e capacitações bianuais, e o IMT exige o certificado do curso de boas práticas na manipulação de alimentos”.

Para os casos de conflitos e demais demandas, sobre quem é o responsável por resolver essas questões, é possível verificar resposta na questão 10. O entrevistado explica que “o IMT resolve; o representante pode até trazer a demanda, mas a resolução é por conta do IMT; Na maioria das vezes, as ações são feitas por denúncia; Para não ter falsas denúncias, adotaram um formato de registro via formulário, em que o feirante faz a denúncia por escrito. Esta é levada para a comissão discutir e para resolverem juntos; mesmo estando tudo em regulamento e havendo a fiscalização constante, as irregularidades ocorrem com frequência. As questões são levadas para a comissão, para que entrem em consenso, mas existem casos em que o assunto termina no Ministério Público, quando o feirante denuncia o IMT”.

Na questão 11, para entender se o gestor aponta se há algum contrato para formalizar o uso do espaço para a banca, ele respondeu que “sim, via edital e vira permissão de uso; para conseguir uma vaga na feira, há o edital com as regras para que o feirante deixe seu material de amostra para ser avaliado; é estabelecida uma comissão específica, com notório conhecimento em artesanato, em Portaria, para esse processo de seleção; todas as bancas são legalizadas, mesmo as que são herdadas; há um estudo sendo feito para mudar alguns critérios porque, por exemplo, existem feirantes que estão há 40 anos na feira, isso tem que ser mudado porque o próprio IMT é questionado; a ideia é que haja um processo de seleção e renovação a

cada cinco anos, em que todos passariam por essa comissão para renovar as permissões porque, atualmente, de acordo com o decreto vigente, só pode ser feita a transferência de titularidade de um titular que faleceu, por exemplo, para um parente em primeiro grau, somente filhos e cônjuge, irmãos não podem; na prática, não conseguimos agir sempre assim, porque não é necessário que o titular venha a falecer para que o filho, que sempre o ajudou e que domina a técnica daquele artesanato, assuma a banca. Isso acaba sendo injusto. Nesses casos, quando há a solicitação de transferência, isso é trazido para a comissão e juntos decidem se é justo conduzir desse modo”.

Ele também relatou uma ocorrência: “aconteceu um caso de um artesão que faleceu e era separado, todos sabiam, e a família não tinha nenhum contato com ele, mas, no momento de transferir a titularidade, ao serem questionados se continuariam com a mesma atividade, informaram que não, que iriam confeccionar outro tipo de produto e que era uma outra pessoa que faria a produção, ou seja, eles não eram artesãos. Sendo assim, na comissão, decidiu-se que a banca passaria para outro feirante; esse é um assunto delicado que conflita com os feirantes do trecho e com as regras gerais”.

A questão 12 trata de como o espaço é utilizado para as feiras, se é público ou privado. O entrevistado respondeu que se trata de “espaço público, são praças, parques e ruas; as demais feiras particulares não têm nenhum tipo de vínculo com o IMT”. Na questão 13, qual a percepção do entrevistado sobre “o espaço de participação” para o feirante, ele existe?, o entrevistado respondeu que “tem, através da comissão dos representantes”.

Na questão 14, na percepção do gestor, o feirante “participa” das decisões que envolvem as feiras?, ele respondeu que “muitas vezes sim, mas nem sempre; algumas situações têm de ser resolvidas rapidamente, pois são situações que se apresentam como inesperadas e não há tempo para convocar a comissão, mas, posteriormente, a comissão é informada; tem alguns feirantes que gostam de se envolver e outros não têm interesse; até nos casos de cursos que são ofertados, a adesão é baixa; em casos em que o feirante não se atualiza e não cuida muito do seu produto, são feitas conversas individuais para incentivar a melhoria da peça, etc.”.

Na questão 16, ao ser questionado sobre sua percepção quanto à feira causar algum tipo de impacto no bairro, o entrevistado afirma que “sim, são semanais. Trazem movimento, crescem com o tempo, os próprios moradores se interessam e se utilizam da feira”.

## 6 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Neste capítulo, será apresentada a sistematização e discussão dos resultados encontrados para as duas cidades, a partir dos dados das categorias analíticas estabelecidas para esse estudo: configuração relacional interna das feiras urbanas, arranjos interorganizacionais e arranjos extraorganizacionais.

### 6.1 CONFIGURAÇÃO RELACIONAL INTERNA DAS FEIRAS URBANAS

Nesta categoria, “Configuração relacional interna às feiras urbanas”, foram consideradas como bases na construção das variáveis as perspectivas de que as feiras contemplam um conjunto de características, tais como: (a) atividades de pequeno porte, (b) geralmente familiares ou autônomas, que (c) produzem ou comercializam pequenas quantidades de mercadorias, conforme apontado por Santos (2008 [1979], p. 197); (d) São atividades em microescala, que abrigam um contingente considerável da população ativa, a partir da teoria de Max-Neef *et al.* (2012, p. 66), (e) canais de distribuição, junto com sacolões, varejões e comboios, conforme estudos de Santos e Silveira (2011, p. 151), e que apresentam características como (f) a personalização de atendimento ao cliente e a (g) barganha nos preços, tendo como base os estudos de Godoy (2005), Porto (2005), Queiroz e Azevedo (2012), Erimar Santos (2013) e Brugger (2014).

Além da elaboração das variáveis a partir da teoria, foi necessário considerar outras informações que seriam respondidas a partir da pesquisa de campo, tanto nas observações quanto com a aplicação dos questionários e entrevistas. Essas informações foram importantes no sentido de levantar: (a) o perfil do feirante e de seu grupo imediato, bem como as características e categorias das feiras comuns para as duas cidades, tendo como unidade de análise o indivíduo, sua família, colaborador, funcionário e/ou vínculo com diarista; (b) os perfis de acordo com a faixa etária, escolaridade, gênero, nível de formalização, razões para escolher a feira, número de pessoas envolvidas na atividade, assim como o tipo de vínculo para a formalização do trabalho e o perfil geral da microssociedade, representada pela feira urbana.



Entendeu-se que, com esse desenho, as informações levantadas seriam suficientes para analisar e discutir os casos, pois traria a caracterização geral das feiras para entender os dois contextos socioeconômicos em que elas se inserem nos territórios de cada cidade. Entretanto, como ocorre em todas as pesquisas, algumas questões não foram plenamente respondidas, tanto por falha na elaboração do questionário quanto por erro no momento da aplicação. Mesmo assim, as informações coletadas foram robustas e se transformaram em cerca de 22.000 dados, que poderão ser analisados sob novas perspectivas em futuros estudos e artigos a serem publicados.

Sendo assim, para discutir as informações obtidas no estudo e sistematizadas nessa categoria, optou-se por manter em separado a apresentação dos dados, a partir da perspectiva do feirante e dos gestores entrevistados. Ao final de cada categoria é feita a junção desses dados e feita uma análise sobre a existência de divergência ou semelhança no ponto de vista dos atores envolvidos nas dinâmicas das feiras urbanas, nas duas cidades.

### **6.1.1 Discussão dos resultados sob o ponto de vista do feirante**

Nesta categoria, “Configuração relacional interna das feiras urbanas”, os resultados da aplicação da pesquisa apontam para os aspectos apresentados e sintetizados a seguir, na Tabela 45. Eles estão organizados pelas variáveis estabelecidas como referências metodológicas, na coluna 1 da referida tabela. Nesta categoria, que levantou diferentes dados e informações, a partir dos instrumentos metodológicos acerca do perfil e características gerais das feiras nas duas cidades estudadas, conclui-se que existem dados que se assemelham ou que diferem em Curitiba e em Varsóvia, tanto nas questões pertinentes ao feirante quanto a questões do formato da feira, e também em aspectos da relação com o poder público e da legislação vigente.

Aspecto	Semelhança	Diferença
<b>Perfil do feirante e do seu grupo imediato</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· faixa etária com idade acima dos 40 anos;</li> <li>· o tempo de atividade na feira é de mais de 20 anos;</li> <li>· no dia da aplicação dos questionários se constatou a presença do proprietário da banca;</li> <li>· a maioria dos feirantes utiliza transporte próprio para suas mercadorias e não costuma compartilhar o transporte com outros feirantes;</li> <li>· a maioria dos feirantes apenas revende produtos, são poucos produtores;</li> <li>· aumento no número de mulheres na atividade comercial da feira.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· indicadores de escolaridade maiores em Varsóvia;</li> <li>· quanto à motivação para trabalharem na feira, sendo que, em Curitiba, a maioria dos respondentes afirma estarem nessa atividade por tradição de família e gosto pelo comércio; em Varsóvia, a maioria dos respondentes afirma estarem nessa atividade por gosto pelo comércio e pela falta de oportunidade de emprego;</li> <li>· maior dependência da renda advinda da feira em Curitiba do que em Varsóvia;</li> <li>· a maioria dos feirantes em Curitiba não trocava sua atividade de feirante, mesmo se tivesse oportunidade de trabalhar com carteira registrada que lhe desse a mesma renda da feira.</li> </ul>
<b>Tipos de produtos vendidos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· a maioria dos produtos naturais, na categoria de hortifrutigranjeiros, eram convencionais e os produtos orgânicos eram minoria dos casos;</li> <li>· registrou-se a ocorrência de produtos naturais que são produzidos pelo próprio feirante, que não possuem selo de orgânicos, mas que são muito procurados pelo cliente, que confia no feirante.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· em Curitiba, há mais ocorrência de artesanatos e alimentos preparados na feira e prontos para consumo;</li> <li>· em Varsóvia, há mais presença de obras de arte, itens de antiquário e produtos industrializados, comercializados nas feiras.</li> </ul>
<b>Perfil do empreendimento, do negócio</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· os feirantes não possuem empresas formalizadas e, em ambas as cidades, esse não é um critério para se tornar feirante;</li> <li>· a maioria dos feirantes relatou possuir concorrência dentro e nas proximidades da feira;</li> <li>· em ambas as cidades, houve desconforto em responder sobre como ocorre a formalização do trabalho de diaristas, ajudantes, funcionários;</li> <li>· para financiar a atividade da banca, a maioria dos feirantes utiliza recurso próprio, dificilmente recorrendo a instituições bancárias ou de crédito;</li> <li>· na aquisição dos produtos junto ao fornecedor, a maioria dos feirantes adquire o produto à vista;</li> <li>· para o cálculo do preço de venda, a maioria dos feirantes não forneceu muitos detalhes, mas afirma utilizar um percentual fixo para manter uma margem de lucro.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· em Curitiba, a forma mais comum de recebimento da venda na feira é com cartões (débito e crédito) e a maioria quase absoluta, em Varsóvia, ainda recebe somente em dinheiro.</li> </ul>
<b>Perfil geral da feira</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· a maioria dos feirantes está satisfeito com a estrutura geral da feira e não acha que haveria alguma tecnologia que pudesse ajudá-los a aumentar vendas ou melhorar sua atividade no dia a dia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· no item que perguntou ao feirante se ele vê alguma tecnologia ou melhoria que pudesse ser adotada na feira, mesmo que a maioria afirmasse que não haveria, nos comentários abertos, foram registrados muitos comentários dos feirantes em Curitiba.</li> </ul>

Quadro 12 – Categoria 1: Semelhanças e diferenças nas feiras em Curitiba e Varsóvia.

Fonte: A autora.

No aspecto do perfil geral do feirante e do seu grupo imediato, houve semelhanças em itens, como: faixa etária acima dos 40 anos e tempo de atividade na feira de mais de 20 anos, dados que confirmam o longo período de atuação dos feirantes e a importância que existe na transmissão da atividade “de pai para filho”. Esta ocorrência foi maior em Curitiba, pois está relacionada à motivação para trabalharem na feira, sendo que a maioria dos respondentes afirma estar nessa atividade por tradição de família e, em segundo lugar, está a motivação de gosto pelo comércio, tanto o é que a maioria dos feirantes não trocariam sua atividade, mesmo se tivesse oportunidade de trabalhar com carteira registrada e em algo que lhe desse a mesma renda da feira. Situação diferente é constatada em Varsóvia, em que a maioria dos respondentes afirma estar nessa atividade por gosto pelo comércio e pela falta de oportunidade de emprego.

Atualmente, em Curitiba, nas famílias dos feirantes, os pais incentivam os filhos a estudarem, para que busquem novas oportunidades, mas, caso queiram permanecer na feira, que possam trazer algo novo. Exemplo: há incidência maior de feirantes que estão utilizando tecnologias para divulgação das bancas, recebimento das vendas e lançamento de promoções; também há aqueles que estão abandonando o modelo de barraca tradicional e seguindo para o novo modelo de trailer, tanto por força da legislação (no caso de carnes, peixes, laticínios e embutidos) quanto por iniciativa própria (muitos entendem que esse modelo facilita a atividade, já que não é necessário “perder” duas ou três horas para montar a banca). Quanto aos indicadores de escolaridade, são maiores em Varsóvia, possivelmente pelo modelo de sociedade que teve como política incentivar e manter os alunos em sala de aula por períodos maiores de tempo.

Outra semelhança é o perfil autônomo e empreendedor que foi constatado a partir de informações, tais como: (a) presença do proprietário da banca, que é o que ocorre com os autônomos que, em geral, não possuem funcionários. Foram raros os casos de existirem funcionários ou “diaristas”, como eles mesmos dizem. Outra constatação importante é que a maioria dos feirantes apenas (b) revende produtos; são poucos que comercializam sua produção. E, por fim, a confirmação de que a maioria dos feirantes (c) utiliza transporte próprio para suas mercadorias e não costuma compartilhar o transporte com outros feirantes. Nesse quesito, no início da pesquisa, imaginou-se que haveria mais atitudes de cooperação no aspecto do transporte, mas a não ocorrência dessa prática (dentre outras) também contribuiu para confirmar práticas individualizadas nas atividades comerciais, em que o empreendedor resolve tudo a seu modo. Por outro lado, embora esses possam ser indicadores importantes que qualificam o empreendedor, no caso de Curitiba, há maior dependência da renda advinda da feira e das políticas públicas ofertadas pelo governo local, como o espaço onde ocorre a feira, fornecimento de sanitários, a

limpeza após a feira e baixas taxas para os permissionários, dado que difere muito quando comparamos aos valores pagos com taxas de alvará, entre outras, recolhidas pelos empreendedores que possuem o mesmo tipo de comércio, mas em lojas físicas.

Outro dado confirmado, semelhante nas duas cidades, é o aumento no número de mulheres na atividade comercial da feira, especialmente nos últimos 30 anos. Para apurar razões mais precisas dessa ocorrência seria necessário novo estudo, já que este não foi o único objetivo, e pode-se dizer que foi um dos achados da pesquisa. É possível sugerir que uma das razões pode estar vinculada às mudanças nos sistemas econômicos e políticos. No Brasil, em 1988, com a implantação da nova Constituição Federal, que trouxe desdobramentos na consolidação de novas políticas, as quais incluem geração de trabalho e renda e também gênero, e na Polônia, em 1989, com a entrada de novos regimes: político, com a República Parlamentarista, e econômico, com o Capitalismo. Ambas as mudanças foram significativas no país e podem contribuir para o aumento do número de mulheres nas atividades comerciais das feiras.

Dos aspectos levantados, confirma-se que a feira é uma atividade empreendedora, vinculada à área comercial, na maioria das vezes com empreendimentos e atividades laborais não formalizados, que funcionam em estruturas precárias, mas que foge dos padrões das atividades empreendedoras, sendo, portanto, muito importante em seus territórios de atuação. Por ser uma atividade em microescala, o feirante é um agente ecossocioeconômico que contribui para uma sociedade mais sustentável e, sem dúvida, pode ser qualificada como economicamente equilibrada, socialmente justa e harmoniosa com o meio ambiente, já que gera pouco impacto ambiental.

Seguimos agora para a discussão dos dados, nessa mesma categoria da “Configuração relacional interna das feiras urbanas”, advindos das entrevistas com os gestores das feiras e, ao final, para a discussão geral dessa categoria analítica.

### **6.1.2 Discussão dos resultados sob o ponto de vista do gestor da feira**

Em Varsóvia, houve dificuldade para agendar a entrevista, pouca receptividade e o gestor não soube responder diversas perguntas, entre elas, se há alguma tecnologia para melhoria da feira e como são as relações de trabalho. No caso dos contratos para ser feirante,

esses são feitos diretamente com o dono do terreno ou uma pessoa física, associação, sindicato ou sociedade loca a área da prefeitura, recolhe as taxas e explora a área comercialmente.

Em Curitiba, tanto na SMAB quanto no IMT, o agendamento foi fácil e ambas as entrevistas foram gravadas. Não houve nenhuma omissão em informação ou resposta. Os dois agentes públicos informaram que as feiras sempre podem ser melhoradas, deve haver alguma tecnologia a ser adotada, mas não souberam falar qual seria, e entendem que elas sempre manterão esse tipo de estrutura e funcionamento.

Quanto à tecnologia, a resposta em Varsóvia foi mais vinculada à arrecadação do poder público, pois, em todas as feiras, o fiscal vai diariamente em cada banca e faz a tributação por meio de uma nota fiscal emitida em nome do feirante.

No caso das relações de trabalho, em Curitiba, novamente ambos os agentes afirmam que os feirantes são pessoa física e trabalham em família, na maioria das vezes. Em alguns casos, sabem que existem funcionários e que empregos são gerados, mas não sabem dizer quanto seria esse montante.

Por fim, houve semelhança apenas na percepção de ambos os entrevistados em Curitiba e em Varsóvia de que há um aumento no número de feirantes com empresas formais, mas não souberam informar qual seria esse número, visto que em ambas as cidades não existem estudos sobre isso.

Diante do que foi exposto acima, constata-se, nas entrevistas, que os gestores não possuem informações precisas acerca do montante de empregos gerados nas feiras. Desse modo, parece que a questão da economia informal, quando vinculada às ocupações de trabalho, carecem de levantamento mais preciso. A preocupação dos gestores está na regulação como um todo e na arrecadação das taxas e impostos. Desse modo, não surgiu, em nenhum momento das entrevistas, comentários a respeito dessas relações de trabalho, já que, conforme afirmam os gestores, os feirantes trabalham em família.

A conclusão, nessa categoria analítica, é de que esse estudo comprova o conceito híbrido de empreendimento comercial (GRIMM *et al.*, 2016b), também encontrado nas feiras urbanas em Curitiba e Varsóvia, pois tratam-se de atividades comerciais mistas - formalizadas e não formalizadas, que atuam por meio de chamadas ou permissões do poder público e que se relacionam com a economia de mercado. Na maioria dos dados levantados, não foram encontrados empreendimentos comunitários ou solidários, conceitualmente falando, mas empreendimentos lucrativos e que estão muito mais vinculados à economia de mercado do que imbuídos de valores comunitários, solidários e/ou compartilhados. É claro, existem

peculiaridades muito específicas que regem o funcionamento dos ambientes nessas microssociedades quando os comparamos com outros tipos de atividades comerciais, no entanto, nessa categoria que procurou compreender a configuração relacional interna das feiras, os resultados apontam para um modo de vida individualizado, em que cada comerciante se preocupa com as atividades e demandas do seu negócio e de sua banca.

A feira como um todo proporciona uma dinâmica própria em diferentes aspectos, como segurança, convivência, inclusão, etc., estabelecendo uma rede socioeconômica, interdependente e territorial (MOURA JUNIOR, 2010), que é formada por feirantes, fornecedores, poder público, clientela e vizinhança. Trata-se, portanto, de um tipo de atividade comercial que se utiliza de regulações específicas que se diferenciam, por exemplo, dos pequenos comércio em ruas e shoppings.

Quando analisamos as semelhanças que surgiram nas duas cidades, elas não apresentam muitas novidades em relação ao referencial teórico acessado e considerado nesse estudo, porém, no item que aborda a formalidade do contrato de trabalho ou a formalidade na legalização de uma possível empresa do feirante, destaca-se o desconforto percebido no momento das entrevistas. Com isso, cabe pensar sobre as novas funções no mundo do trabalho nas feiras, a partir da economia informal, apontada nos estudos de Moura Junior (2010, p. 149). Nas feiras, existem ocupações próprias desse meio e que se originam dos modos de trabalho no campo comercial, mas isso não quer dizer que haja desvalorização ou desarticulação de outras ocupações formais de trabalho, apenas as ocupações nas feiras são específicas e requerem regulações diferenciadas, já que se tratam de atividades em microescala (MAX-NEEF *et al.*, 2012, p. 66), em que um significativo número da população se ocupa com atividades de geração de renda e trabalho.

Por fim, as feiras geram atividades informais, dentro da visão da economia informal de Portes e Haller (2004, p. 11), pois geram novos recursos a partir de ativos lícitos e, além disso, possuem vínculo direto com a regulação e fiscalização do gestor dessa atividade. Portanto, não são ilegais ou clandestinas, mas ainda é necessária uma nova linha de pesquisa sobre essa temática, já que as feiras são atividades comerciais com peculiaridades diferente de outras, no mesmo campo econômico. Seguimos para a segunda categoria analítica.

## 6.2 ARRANJOS INTERORGANIZACIONAIS DAS FEIRAS URBANAS

Nesta categoria, foram levantados dados para analisar a configuração dos arranjos interorganizacionais, que se estabelecem a partir das relações do feirante com o poder público, no contexto regulado e autorregulado.

A base para elaboração desta categoria se deu a partir da abordagem das organizações de Sampaio (2010), das relações dos feirantes e do poder público, no contexto regulado e autorregulado, em Curitiba, por Padilha (2017, p. 19) e em Varsóvia, por Witkowski (1993) e Klima e Zajackowski (2008, p. 143). Para que fosse possível elaborar as variáveis, foram consideradas as possíveis relações existentes entre poder público e feirante e de que modo um influencia ou interfere na atuação do outro, bem como de que maneira e se existem as iniciativas de autorregulação em diferentes níveis. A discussão desses dados será apresentada nos próximos dois subitens, com a conclusão ao final dessa categoria.

### 6.2.1 Discussão dos resultados sob o ponto de vista do feirante

A seguir, na Tabela 46, é apresentada a síntese das informações encontradas nos questionários juntos aos feirantes. Nesse momento, buscou-se conhecer como e se ocorre a influência do gestor da feira, no contexto regulado, junto aos feirantes, e também buscou-se compreender como e se ocorre algum mecanismo de autorregulação estabelecido entre os feirantes ou com outros agentes.

Aspecto	Semelhança	Diferença
<b>Contexto regulado e influência do gestor da feira</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Nas duas cidades, um percentual pequeno de respondentes concorda que as regulações são insuficientes;</li> <li>· A maioria concorda que a regulação é adequada;</li> <li>· Quanto à fiscalização, a maioria dos feirantes segue apenas o que os fiscais exigem;</li> <li>· Quanto à clareza dos regulamentos, a maioria concorda que são fáceis de entender.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Em Curitiba, um percentual intermediário afirma que a regulação é muito rígida;</li> <li>· Em Varsóvia, um percentual mínimo afirma que a regulação é rígida;</li> <li>· Houve um grande número de não respondentes em Varsóvia, tanto na questão de regulação e fiscalização quanto no papel da prefeitura;</li> <li>· Em Curitiba, um pouco mais da metade dos participantes afirma que a prefeitura mais auxilia em suas atividades.</li> </ul>
<b>Contexto autorregulado e mecanismos para gestão de interesses e conflitos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Nas duas cidades, a maioria dos feirantes participa de modo independente, desvinculados de grupos;</li> <li>· Em termos percentuais, significativos em cada cidade, os participantes afirmam não ter espaço para se expressar.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Em Curitiba, os que afirmam ter espaço o fazem das mais diversas formas, desde associações, grupos, via WhatsApp, com o líder da feira, etc.;</li> <li>· Em Curitiba, a maioria afirma que conhece alguma organização que representa os feirantes;</li> <li>· Em Varsóvia, a maioria afirma não conhecer organização que represente os feirantes.</li> </ul>

Quadro 13 – Categoria 2: Semelhanças e diferenças nas feiras em Curitiba e Varsóvia.

Fonte: A autora.

No contexto regulado, como resultado, temos um padrão de similaridade nas respostas ao haver concordância de que a regulação existente é clara e adequada, sendo suficiente para atender às expectativas e demandas dos feirantes. No item de fiscalização, os feirantes apenas seguem o que os fiscais exigem.

Da divergência de dados, são relevantes as informações que surgiram nas duas cidades, tendo, em Curitiba um percentual de mais da metade afirmando que a prefeitura mais auxilia do que atrapalha em suas atividades e um significativo número de feirantes afirmando que a regulação é muito rígida. São dados interessantes, pois ao mesmo tempo em que o feirante entende que a prefeitura está o ajudando, há o questionamento quanto à necessidade de flexibilizar a regulação.

Em Varsóvia, um percentual mínimo afirma que a regulação é muito rígida, mas o que se sobressaiu foi um número alto de não respondentes, confirmando o que se percebeu na observação empírica, que foram casos de muitos imigrantes que tiveram medo de responder a questões como essas, para não serem penalizados, e, em outros casos, tratava-se de feirantes ilegais e que também evitavam opinar com receio de alguma denúncia.

No contexto autorregulado, nas duas cidades, houve similaridade de informação, visto que a maioria dos feirantes participa de modo independente. Embora alguns conheçam e saibam da existência de grupos, tais como associações, cooperativas, sociedades ou sindicato, eles não



participam desses espaços. O segundo ponto de similaridade foi a maioria dos respondentes afirmar não possuir um espaço para expressar sua opinião quanto aos assuntos da feira.

Também houve informações divergentes, sendo, em Curitiba, um percentual significativo de feirantes que afirma conhecer alguma organização que represente os feirantes. Os poucos que dizem ter esse espaço, informaram, nas respostas abertas, que isso ocorre com o líder da feira, por meio de grupos no aplicativo WhatsApp e em grupos de feirantes no próprio bairro. Em Varsóvia, a maioria não conhece organizações que representam os feirantes e, novamente nesse item, houve significativas ocorrências de não resposta à questão.

### **6.2.2 Discussão dos resultados sob o ponto de vista do gestor**

Em termos de apoio concedido pelo gestor da feira, em Curitiba, nas duas secretarias, a resposta foi de que sim, há o apoio na concessão e gestão do espaço público onde acontece a feira. Em Varsóvia, embora o participante representasse o poder público e desenvolvesse atividade vinculada à gestão dos terrenos da feira, este não quis responder, mas informou que, para alguns casos especiais de enfermidade com o feirante, tem conhecimento de que a prefeitura o isenta da taxa.

Quanto ao financiamento da atividade do feirante, não há nenhum subsídio ou apoio por parte dos gestores (público em Curitiba e privado em Varsóvia), pois é algo que o próprio feirante tem de resolver. Dos recursos não financeiros, em Varsóvia, não há nenhum; o espaço é terceirizado e o feirante paga tudo ao responsável pelo terreno e também recolhe as taxas para a prefeitura. Em Curitiba, os feirantes recebem limpeza pública, sinalização, iluminação, sanitários e, em alguns tipos de feira, recebem também a barraca, mediante pequeno valor de locação com empresa terceirizada.

Quanto às parcerias, se existem para a feira acontecer, na SMAB, em Curitiba, ocorrem entre diferentes secretarias: trânsito, urbanismo, planejamento, saúde, meio ambiente e também com outros atores, como a CEASA e o SEBRAE. No IMT, o relato é de que não existem parcerias, a prefeitura faz tudo. Em Varsóvia, há parceria entre a população local, que ajuda a denunciar situações irregulares e assim é possível manter a ordem.

Quanto aos tipos de apoio mais solicitados pelos feirantes aos gestores, em Curitiba, as respostas se concentraram, na SMAB: marketing e divulgação, e no IMT: barracas melhores.

Em Varsóvia, a prefeitura não concede nenhum apoio; se o feirante pede algo, solicita ao responsável pelo terreno. Por fim, ao serem perguntados sobre a atual regulação, se esta atende às demandas das feiras, em ambas as cidades, as respostas foram de que, em partes, sim, estão em processo de revisão e que esta é constante, fato relatado em ambas as cidades.

Ao seguirmos para finalizar a discussão dessa categoria analítica, são vários os pontos a serem considerados. Em Curitiba, é perceptível um conflito de entendimento entre feirantes e gestor da feira quanto à existência de um espaço para o feirante expressar livremente suas questões, pois, enquanto o gestor afirma que há esse espaço, o feirante alega não existir. Os feirantes relataram que o gestor faz as regulações e as implementa de modo impositivo. Por outro lado, ficou muito claro que, na maioria das respostas, o feirante alega não ter tempo, nem interesse, em participar de espaços de construção. Em outro item, o feirante alega que a prefeitura o auxilia, mas questiona e diz que a mesma deveria flexibilizar as regulações atuais. Certamente, isso se daria em um espaço em que o feirante pudesse expressar quais temas e demandas necessitam de resolução, porém, não foi identificado, ao longo da pesquisa, quaisquer iniciativas por parte dos feirantes, em que fosse possível buscarem coletivamente alguma solução, já que a maioria participa das feiras sem vínculo com grupos.

Pelo próprio modelo econômico vigente em ambas as cidades, em que os interesses individuais prevalecem, conforme a dinâmica também presente nos arranjos socioprodutivos das feiras, que mantêm a lógica econômica individual (GRIMM *et al.*, 2016b) para os casos em que não há consenso, por exemplo, na permissão de venda de determinado tipo de produto, então o poder público necessita intervir com seu aparato político, jurídico e regulador (GUIGOU, 1986, p. 125). Mesmo assim, por falta de contingente de técnicos que acompanham as feiras, os agentes das feiras (feirantes e gestores) seguem as determinações das regulações e administram o dia a dia das feiras como é possível, cabendo ao feirante a maior responsabilidade de atender os conflitos no cotidiano, que, em sua maioria, exigem solução imediata. Os gestores agem por demanda, a partir de denúncias da ocorrência de feirantes ilegais ou irregulares ou quando há situações que incomodam a vizinhança.

Dessa maneira, há um modo de cooperação muito particular que ocorre nas feiras, em que os participantes conseguem atender às demandas pontuais e exercer sua atividade comercial, adotando formas de gestão específicas.

A respeito das estratégias empreendidas, destaca-se que o sistema estrutural da feira pode ser caracterizado como de um arranjo socioprodutivo, composto por microempresas e pequenos empreendedores, onde se supera a competitividade utilitarista

econômica e se privilegia uma rede de cooperação. Nesse arranjo, pequenos negócios ganham visibilidade e diante de uma economia de mercado pautada no lucro como máxima, aumenta-se a possibilidade de sobrevivência e se estabelecendo como estratégia local de geração de renda e inclusão social (GRIMM *et al.*, 2018).

Não foi encontrada uma tipologia específica ou iniciativas significativas no contexto autorregulado. O que foi apurado é que existem iniciativas isoladas em dados territórios e em feiras específicas e que não se estende para uma dada região da cidade. Em Curitiba, os feirantes itineram; se em uma feira há alguma regra, isso não quer dizer que na feira em outro bairro a regra seja a mesma. Em Varsóvia, as feiras são fixas e existem somente as mesmas regras em cada feira. Essa constatação remete aos estudos de Sampaio e Dallabrida (2009a), sobre a articulação que acontece nos territórios, a partir de grupos organizados ou quase organizados, perfil encontrado nas feiras.

Por fim, em termos de dependência das políticas públicas e do Estado, foi confirmada uma dependência maior em Curitiba, em que os feirantes recebem mais subsídio e mais apoio do aparato público, diferente de Varsóvia, que arrecada as taxas da atividade comercial do feirante e do gestor do espaço, mas não necessariamente reverte essas em benefício dos feirantes. A gestão do terreno, como dizem, é terceirizada para uma pessoa física ou jurídica (associação, sindicato, sociedade) e esta arrecada outro montante e se responsabiliza pela infraestrutura e demais demandas cotidianas. Para as políticas públicas, não existe um modelo padrão, conforme explicitam Dias e Matos (2012, p. 15-16), “pois elas são respostas contingentes à situação de uma cidade, região ou um país”. O que se avalia é que existem dois modelos de governança diferentes em cada cidade, sendo a feira um importante pilar de transformação estrutural na sociedade, mantendo dinâmicas específicas que ocorrem no mundo, com suas práticas na escala humana. Estas, por sua vez, se interligam com estratégias de sobrevivência coletiva e também se vinculam à identidade cultural e à memória popular (MAX-NEEF *et al.*, 2012, p. 66).

Seguimos para a discussão dos resultados da última categoria analítica.

### 6.3 ARRANJOS EXTRAORGANIZACIONAIS

Nessa categoria, serão discutidos os dados encontrados no mapeamento dos arranjos extraorganizacionais. O delineamento ocorreu a partir dos arranjos interorganizacionais, que

vimos na categoria anterior, e estes são os que se organizam a partir da relação do feirante e do gestor da feira. Esses arranjos influenciam nas relações territoriais, trazendo impactos no modo de vida do feirante, nas suas relações com a clientela e com o território, bem como no contexto dos arranjos institucionais autorregulados. A base teórica para a elaboração desta categoria dos arranjos extraorganizacionais – que ocorrem a partir da influência do agente, ou vários deles, no território –, se deu a partir dos estudos de Sampaio (2010), bem como foram considerados os aspectos negociais e convencionais das feiras dos estudos de Godoy (2005, p. 3-4) e Tavares (2005, p. 17-20). Na construção das variáveis, buscou-se compreender os aspectos: nas relações negociais, tendo como unidade de análise as relações concorrenciais, critérios para a formação do preço de venda, permanência ou sentido de pertencimento do feirante ao território; estratégias de gestão utilizadas na banca e os meios de participação e influências dos feirantes na formulação das regulações de sua atividade comercial. No contexto convивencial, foram consideradas como unidades de análise os conflitos, os interesses individuais e coletivos que prevalecem no cotidiano e de que modo ocorre a relação com o território. Também foi analisada a influência das organizações – públicas e privadas – nas relações territoriais e como ocorre o “modo de vida do feirante”, a partir da relação com os demais feirantes, com a clientela e com o território.

A discussão desses dados será apresentada nos próximos dois subitens, com a conclusão ao final dessa categoria.

### **6.3.1 Discussão dos resultados sob o ponto de vista do feirante**

Para a discussão desses dados levou-se em consideração as relações negociais e convencionais, que abrangem a concorrência; o modo de gestão do feirante, como, por exemplo, os critérios para a formação do preço de venda, permanência ou sentido de pertencimento do feirante ao território; gestão de conflitos e de interesses individuais e coletivos, que prevalecem no cotidiano e de que modo ocorre a relação com o território. A síntese é apresentada no Quadro 14.

Aspecto	Semelhança	Diferença
<b>Relações negociais e conviviais</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· A maioria dos feirantes tem bancas somente na cidade de Curitiba e Varsóvia e trabalha seis dias por semana;</li> <li>· A maioria dos feirantes não mudaria de bairro;</li> <li>· A maioria dos feirantes possui clientela fixa e adquire produtos pensando em seus clientes;</li> <li>· A maioria dos feirantes faz promoção no final da feira ou leva os produtos para consumo próprio ou outra finalidade.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Em Curitiba, os feirantes itineram ao longo da semana, com bancas em bairros diferentes, formando uma rede;</li> <li>· Em Curitiba, os feirantes atendem clientes de diferentes lugares e não somente do bairro, como ocorre em Varsóvia;</li> <li>· Em Varsóvia, os feirantes permanecem na mesma banca, que é fixa, ao longo da semana;</li> <li>· Em Varsóvia, os feirantes conversam assuntos diversificados com os clientes;</li> <li>· Em Curitiba, embora os feirantes conversem de tudo, muitos afirmaram que evitam temas polêmicos, como política, religião e futebol;</li> <li>· Em Curitiba, um importante percentual de feirantes respondeu que doa para entidades sociais as sobras ou produtos sem condições de venda;</li> <li>· Em Curitiba, foram diversos relatos em que o feirante doa sobras de matéria-prima do artesanato para reaproveitamento. A doação é feita para outros feirantes ou para artesãos, em seus bairros.</li> </ul>

Quadro 14 – Categoria 3: Semelhanças e diferenças nas feiras em Curitiba e Varsóvia.

Fonte: A autora.

Das semelhanças encontradas, confirmou-se que a maioria dos feirantes possui sua atividade comercial na cidade estudada, tendo, portanto, pouco ou nenhum vínculo ou atividade com outro município, trabalhando nessa atividade seis dias por semana, demonstrando importante vínculo com o território e a clientela local, visto que a maioria também afirma que não trocaria de bairro até porque adquire produtos pensando em algum cliente específico. Quanto ao comportamento, confirmou-se o uso frequente da “xepa”, que são as promoções para liquidar os produtos no final do período da feira. Esses aspectos aparecem em estudos de Moura Junior (2010, p. 149), Godoy (2005), Porto (2005), Rocha *et al.* (2010), Queiroz e Azevedo (2012), Santos (2013) e Brugger (2014) e se confirmam também nesse estudo.

Dos aspectos das diferenças que surgiram nas duas cidades, em Varsóvia, as bancas são fixas e os feirantes conversam sobre todos os tipos de assunto com seus clientes e isso inclui temas como política e religião. Em Curitiba, por sua vez, temas ditos “polêmicos” pelos feirantes, tais como política, religião e futebol, são evitados no cotidiano da banca, pois o feirante não quer discutir com o cliente. Também em Curitiba, os feirantes itineram, atendem clientes de diferentes lugares, não somente em um único bairro e doam as sobras de produtos para entidades e grupos sociais vulnerabilizados. Todas essas ocorrências confirmam a configuração dos

arranjos de autodependência, numa escala regional, e perpassam pelo desenvolvimento para a escala humana, termo conceituado por Max-Neef (2012).

O que foi encontrado em ambas as feiras confirma o que Haesbaert (2002) descreve a respeito do território, sob duas perspectivas contrárias: a) numa concepção naturalista, que envolve o campo dos sentidos e da sensibilidade humana, que se moldam a partir da paisagem ao seu redor. Esta visão provoca comportamentos nas pessoas, que se vinculam ao território, a partir da ligação afetiva e emocional; b) também se constata a concepção etnocêntrica no território, em que este é uma construção humana e social. Isso ocorre de dois modos, “de um domínio material sobre o espaço, decorrente do poder de uma classe econômica, e/ou de um grupo político dominante, como de sua apropriação simbólica, a partir da identidade que cada grupo cultural ‘livremente’ construiu no espaço em que vive” (HAESBAERT, 2002, p. 118-120).

Portanto, nas feiras, ainda há a resistência às influências da sociedade-rede, globalizada, em que ocorre a construção, com mais frequência, dos “não lugares”, como em grandes centros comerciais, por exemplo. A feira é repleta de sentido e significado, sendo território demarcado pela perspectiva culturalista, em que há aglutinação da identificação cultural, afetiva e simbólica (HAESBAERT, 2002, p. 129;131). Nos relatos dos feirantes, especialmente em Varsóvia, há a preocupação latente quanto ao desaparecimento das feiras, tanto pela influência dos novos centros comerciais quanto pelos novos planejamentos urbanos nos diferentes Distritos; tudo indica que existem fortes movimentos de requalificação e modernização, ambas influências trazidas pelo capitalismo.

### **6.3.2 Discussão dos resultados sob o ponto de vista do gestor**

Em ambas as cidades, há um sistema de chamada pública para a escolha dos feirantes e também um meio de controle e um tipo de liderança que se responsabiliza pela ordem no cotidiano da feira. Em Varsóvia, essa responsabilidade cabe ao gestor do terreno e, em casos mais graves, a fiscalização da prefeitura se envolve. Em Curitiba, os gestores públicos contam com o líder local ou da quadra e estes levam os assuntos aos coordenadores ou fiscais. Na SMAB, há um organograma bem definido e, no IMT, essa função é distribuída entre os sete funcionários que cuidam das feiras. Há, portanto, características que

demonstram que, embora existam as regulações e o sistema burocrático, ele é democrático e eficiente, novamente seguindo em direção ao conceito dos arranjos de autodependência, conceituado por Max-Neef (2012).

Em Curitiba, todas as feiras ocorrem em espaços públicos e há um sistema público específico para geri-las. Ambas as secretarias relataram que têm conhecimento de feiras gastronômicas privadas, mas são iniciativas particulares autorizadas pelo urbanismo e em nada tem a ver com essas duas secretarias que administram as demais feiras.

Em Varsóvia ocorre ao contrário. A prefeitura loca uma área pública para um agente (pessoa física, associação, sociedade ou sindicato) e este loca a área para os feirantes. Estes recolhem tributos sobre as vendas, para a prefeitura, e recolhem o aluguel e eventuais benfeitorias, como sanitários ou cobertura da banca, para o agente privado, gestor do terreno.

Quanto à participação, no sentido dos aspectos de negociações para melhoria das feiras, em Curitiba, os gestores afirmam que o feirante tem espaço, por meio das comissões e do representante de feira, mas o problema é histórico e a maioria não se interessa em participar. Embora os feirantes eleitos participem de reuniões mensais com a prefeitura e levem pedidos dos demais feirantes (GRIMM *et al.*, 2018), no resultado apontado pelos questionários, apontam insatisfação e sentimento de não terem sua voz ouvida pelo poder público.

Entre os pontos de melhoria apresentados por boa parte dos feirantes do Largo da Ordem está a barraca. No argumento deles, há o entendimento de que a barraca é alugada por eles, em parceria com a prefeitura, e, por ser paga, deveria estar em melhores condições. Mas o regulamento é claro para o caso dos feirantes do Largo da Ordem: a responsabilidade pelas barracas é do expositor e, dentre as responsabilidades, estão “montagem, guarda e conservação” (GRIMM *et al.*, 2018). Há, portanto, um esforço por parte do gestor em buscar uma solução para o caso, mas, nos estudos de Grimm *et al.* (2018), existe o relato da transição do formato de governança, em que, antes, tudo era tratado diretamente pelo feirante, agora, tudo é feito pelo agente público.

A respeito da gestão, anteriormente descentralizada, em que os feirantes se organizavam e decidiam como e o que vender, atualmente é centralizada no poder público, priorizando o uso e ocupação do território, fiscalizando a forma, horário, qualidade e variedade do comércio, e decidindo sobre a cessão de espaço para novos feirantes. Esta administração institucionalizou o arranjo, trouxe controle e ordenamento, mas, ao mesmo tempo, parece não estimular a participação popular e o crescimento do protagonismo das comissões na busca de soluções aos problemas comuns (GRIMM *et al.*, 2018).

Em Varsóvia, os feirantes participam por meio de protesto, portanto, não há um espaço claro de participação. Por outro lado, se houvesse esse espaço, de acordo com o gestor, não haveria participação, pois, em poucas ocasiões, o que se viu foi uma adesão baixa por parte dos feirantes.

No caso do impacto da feira no bairro, em ambas as cidades os gestores afirmam que sim, há impacto, melhoria na segurança, convivência, os moradores aderem e estão satisfeitos com as feiras, mas também concordam que sempre há algo a melhorar. Em Varsóvia, por exemplo, o gestor comentou que a aparência e estética, bem como a limpeza das feiras, deveria ser melhorada e, por fim, desabafou que “há muito para ser feito”.

Dentro da estrutura interna da economia urbana, conceituada por Singer (1998, p. 145-147), considerando as feiras uma importante estrutura que contribui para as dinâmicas locais e para o consumo interno das cidades, constatou-se uma percepção técnica dos gestores, de que faz-se necessário compreender o funcionamento dessas estruturas, respeitando suas dinâmicas, mas também assumindo a responsabilidade de que essa se trata de algo público.



## 7 CONCLUSÃO

As feiras urbanas são importantes estruturas de comercialização no espaço urbano, que abrangem uma gama de mercadorias que vão desde produtos agrícolas e não agrícolas, artesanatos, arte, antiguidades até alimentos prontos para o consumo, entre outros, demonstrando a influência nos territórios onde ocorrem. Os tipos de influência são os mais variados, desde a movimentação econômica e financeira, mas também a produção de simbolismos, como a troca de saberes e as relações sociais que se estabelecem nesses ambientes. Apresentam-se como uma atividade comercial alternativa aos pequenos comércios, mercados, supermercados e shopping centers, pois, além de ofertar uma grande variedade de produtos, fornece outras experiências ao cliente. Como exemplos dessas experiências, citamos a oportunidade de comprar em ambientes ao ar livre, privilegiando o contato face a face entre vendedor e comprador; o cultivo da barganha de preços de ambos os lados; a atenção diferenciada oferecida pelo feirante. Com tudo isso, o que ocorre no ambiente das feiras é muito mais simbólico, em que as relações sociais são fortemente estabelecidas e é onde ocorre a apropriação coletiva do território, seja por parte dos feirantes ou do público consumidor, visto que ali acontece a troca de tradições e costumes locais.

O feirante, por sua vez, é um agente importante na dinâmica da cidade, tanto na contribuição para as relações comerciais locais, interferindo nas dinâmicas territoriais, como também em suas respostas frente à concorrência de um mercado ágil e agressivo. A forma como esse agente dispõe as mercadorias e estabelece as relações com sua clientela permanece repleta de significados e sentidos, fortalecendo sua importância.

Sem dúvida, são diferentes os motivos para a permanência das feiras na cidade, desde a importância econômica dessas atividades realizadas nos territórios, da segurança trazida com a circulação de pessoas, da construção de identidades locais, entre outros. Outro argumento que sustenta a permanência das feiras livres, especialmente as de hortifrutigranjeiros, é tanto a regulação do preço das mercadorias quanto a demanda por abastecer os bairros da cidade (muito embora, em cada bairro existam comércios locais, quitandas e supermercados). Então, há algo a mais, que vai além dessa visão da necessidade de abastecimento e também dos aspectos econômicos que giram em torno das feiras, que corrobora com as microssociedades e a autodependência de Max-Neef *et al.* (2012), no aspecto de

que, na feira, são desenvolvidas as relações sociais, afetivas e simbólicas, que configuram os arranjos organizacionais (inter e extra) apontados por Sampaio (2010), em cada território.

As duas cidades apresentam dados semelhantes, embora com realidades muito diferentes em termos de cenários socioeconômicos e políticos. Na maioria das cidades brasileiras e polonesas, ainda há poucos anos atrás, os feirantes não dispunham de local adequado e regulado para desenvolverem suas atividades econômicas, nem de políticas públicas que o apoiassem, mudança que começou a ocorrer a partir dos anos de 1990. Atualmente, embora ainda não de maneira completa, esta realidade está um pouco diferente, pois boa parte das cidades instituíram regras específicas para essas atividades, por meio das regulações.

Em Curitiba, por exemplo, além da legislação que seleciona novos permissionários por meio de chamada pública, no caso das feiras de hortifrutigranjeiros, existe uma exigência mais específica para melhorar as questões sanitárias na manipulação de alimentos. Em Varsóvia, as mudanças ocorreram a partir de um processo de regulação nos anos de 1990 e, desde então, as feiras que antes ocorriam em qualquer espaço público passaram a ocupar locais específicos destinados para as feiras, somente permitindo, portanto, a ocupação em locais demarcados para essas atividades.

Esse aspecto de diminuir a burocracia é facilmente notado nas feiras urbanas que, embora sejam reguladas, tanto em Curitiba quanto em Varsóvia, em nada se compara às regulações de outros estabelecimentos comerciais, nas mesmas áreas de atividades comerciais das feiras, tais como hortifrutigranjeiros, alimentos prontos, artesanato e produtos industrializados.

Há também outro movimento de autorregulação que ocorre em diferentes níveis da sociedade, dentro do espaço urbano e que são passíveis de serem identificados, que é o caso dos processos que surgem a partir do interesse dos diferentes grupos de pessoas. Esse tipo de iniciativa é necessária porque, em diferentes situações, ainda não há regulação por parte do poder público e, desse modo, a sociedade consegue, ao se mobilizar geralmente na perspectiva intragrupos, a formulação de uma regulação que atenda aos seus interesses. Para o caso das feiras, foram identificados alguns desses processos, explícitos, tais como a influência dos feirantes na alteração de regras em editais para chamada de novos feirantes, e implícitas, como as regras de convivência no cotidiano das feiras.

A conclusão é de que as feiras em Curitiba e Varsóvia são atividades comerciais pertencentes ao conceito híbrido de arranjos socioprodutivos, regidos por interesses individuais típicos a cada empreendimento lucrativo, porém, com uma dinâmica singular em diferentes aspectos, tais como os encontrados nas categorias analisadas:

- a) Embora as feiras sejam reguladas, controladas e fiscalizadas pelo poder público, as configurações relacionais internas seguem uma lógica específica com diferentes processos de autorregulação intragrupo;
- b) Dentro do grupo se sentem seguros e estendem essa sensação de segurança para os clientes e para o território;
- c) Existem regras próprias de convivência entre os feirantes, clientes e território. Por mais que existam outros regulamentos formais, são identificadas diferentes regras entre os frequentadores;
- d) A feira é um lugar de todos, não tem preconceitos, é inclusiva a todas as classes sociais e diversas tribos urbanas; diferentes dos “não lugares”, como os grandes centros comerciais;
- e) As feiras geram novos recursos socioeconômicos e culturais, a partir de ativos lícitos, pois possuem vínculo direto com a regulação e fiscalização do gestor dessa atividade e, portanto, não são ilegais ou clandestinas, como muitas vezes são vistas.

Por fim, há que se repensar esse modelo singular de atividade econômica, que tem sido impactada por diferentes regulações e políticas municipais, nacionais e internacionais, especialmente nas três últimas décadas, em ambas as cidades, levando a uma diminuição no número de pessoas interessadas em se manter nessa atividade comercial. Claramente, existem dois movimentos, o dos feirantes mais tradicionais, que reivindicam manter a feira como sempre foi, e os novos feirantes, com uma visão mais empreendedora, trazendo muitos elementos, como campanhas de marketing, similares ao comércio lojista e de shoppings, incorrendo no risco de descaracterizar essa atividade da feira. Sendo a feira, portanto, importante para o território e para a dinâmica das cidades, certamente faz-se necessário compreender em profundidade o funcionamento dessas estruturas, respeitando suas dinâmicas singulares, trazendo uma regulação diferenciada para as atividades laborais que ali se configuram e resguardando os arranjos e relações estabelecidas nesses ambientes urbanos.

**a) Resgate dos objetivos de pesquisa**

Ao resgatar os objetivos de pesquisa, pode-se concluir que:

No OE1, aconteceram dificuldades para localizar e ter acesso às legislações vigentes dessa atividade comercial. Mesmo assim, foi possível ter acesso e coletar diferentes informações explícitas, implícitas e tácitas, vinculadas às atividades negociais e convivenciais, em ambas as cidades. Foram acessados portais das prefeituras para localizar documentos,

reportagens e a legislação; na ausência da informação, este dado foi complementado no momento das entrevistas junto aos gestores. As notas e observações de campo foram essenciais para compreender as informações implícitas e tácitas, nem sempre constantes em meios formais de monitoramento.

No OE2, foram descritos os diferentes materiais consultados, entre eles a apresentação dos dados dos questionários e entrevistas, bem como a apresentação dos mapas e fotografias identificadas ao longo das visitas em campo. A dificuldade maior ocorreu em relação aos materiais poloneses, pois somente o conhecimento básico do idioma não permitiu autonomia ao longo da pesquisa, resultando em demora maior em cada etapa dos objetivos.

No OE3, após a apresentação e análise dos dados, foi possível identificar o perfil e perspectivas dos feirantes e de como se sujeitam às influências de arranjos inter e extra organizacionais. Todo o levantamento feito nas etapas anteriores foram suficientes para atingir esse objetivo.

Por fim, no OE4, tendo em vista toda a categorização e análise dos materiais levantados, foi possível avaliar como os arranjos institucionais reguladores formais e informais impactam nos arranjos em si e nos territórios onde as feiras acontecem. A conclusão é de que, mesmo com a regulação existente, há diferentes regras implícitas, que ocorrem entre os feirantes, clientes e o território, o que demonstra a força que há na cooperação intra arranjo socioeconômico. Este fato revela ainda mais a importância do território, sendo este determinante para que aconteça o arranjo ecossocioeconômico.

#### **b) Contribuições da pesquisa**

Esse estudo difere dos já realizados pelo Núcleo de Pesquisas em Ecossocioeconomia, no sentido de confrontar diferentes pesquisas sobre feiras urbanas, inserindo o tema na ecossocioeconomia. O estudo contribui de modo original para: (a) o campo teórico-conceitual da ecossocioeconomia; (b) estudo voltado para arranjo socioproductivo de pequena escala, que é pouco explorado em investigações acadêmicas; (c) para analisar as feiras sob uma perspectiva atual, que, embora velhas como fenômenos urbanos, permanecem em cena como exemplos vivos de políticas que podem pertencer a contextos tolerantes, capazes de promover a convivencialidade e a coesão social; (d) sob o ponto de vista da visão estratégica para as cidades do futuro, as diretrizes apontam para o fortalecimento de espaços de coesão social e as feiras, que ainda permanecem, criam essas dinâmicas; (e) o ineditismo de estudo das feiras, sob esta perspectiva em Curitiba e Varsóvia, e também entre as duas cidades.

**c) Limitações da pesquisa**

Das limitações de pesquisa se sobressaíram a dificuldade de acessar materiais sistematizados com os temas aqui utilizados e, com isso, muito tempo foi dedicado para cumprir a etapa de aprofundamento e contextualização dos casos. Outro ponto de limitação foi a impossibilidade de conseguir aproximar a pesquisa com questões ou abordagens junto aos clientes, para mensurar de que modo eles percebem a feira e o impacto no território.

**d) Contribuições do estudo para a gestão urbana**

As contribuições para a gestão urbana se sobressaem em diferentes vertentes: (a) tipologia de regulação e governança, diferenciadas para essa atividade comercial, com atuação coletiva e territorial; (b) a identificação das redes convivenciais, que se organizam em torno das feiras, com o fortalecimento de vínculos territoriais entre os feirantes e os clientes, moradores e lojistas e, mais fortemente em Curitiba, também entre os territórios; (c) embora as feiras sejam microssociedades, vinculadas a atividades comerciais que se ligam à economia de mercado, essas criam dinâmicas específicas e, portanto, impactam nos territórios de atuação.

**e) Oportunidades para novos estudos**

As oportunidades de novos estudos poderão ocorrer em algumas perspectivas: (a) no âmbito das regulações, aprofundar as razões essenciais do interesse do gestor público em manter essa atividade. A razão seria pela arrecadação das taxas? Pelo abastecimento de mercadorias nos bairros? No caso de hortifrutigranjeiros, a feira ainda é um agente regulador de preços? Ou seria pela segurança pública, que o movimento da feira naturalmente provoca?; (b) no âmbito das ocupações laborais, descrever como ocorrem as ocupações de trabalho nas diferentes etapas de montagem e funcionamento da feira; (c) abordar os clientes e a vizinhança para compreender de que modo estes percebem a feira; (d) identificar as razões do aumento da presença das mulheres nas feiras; (e) quanto às regras sanitárias, implantadas nos últimos anos, seria interessante mapear como foi a percepção e adaptação do feirante para a nova legislação, no sentido de entender se esta trouxe melhorias também no cotidiano da banca ou incômodo ao feirante. Ainda nesse item das questões sanitárias, há diferença nas atribuições do cargo de um técnico em saúde da SMAB e da Secretaria da Saúde? Na SMAB, há mais flexibilidade para o feirante se ajustar às exigências sanitárias?

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Shirley Patrícia Nogueira de Castro e. **Fazendo a feira**: estudo das artes de dizer, nutrir e fazer etnomatemático de feirantes e fregueses da Feira do Livro do Bairro Major Prates em Montes Claros - MG. 2009. 135 p. Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Social, Universidade de Montes Claros, Montes Claros.

BONZATTO, Eduardo Antonio; POLICHUK, Naja Kayanna. Origem da feira do Largo da Ordem, Curitiba, em 1970: diálogos de arte e zanato. **Revista Lumen et Virtus**, Jackbran, Vol. V, p. 95-117, março.

BRASIL. **Estatuto da Cidade**: Lei 10.257/2001 que estabelece diretrizes gerais da política urbana. Publicação: Câmara dos Deputados. 2001.

BRUGGER, Aline Pandeló. **Comércio, feiras e um lugar de obsolescência em Juiz de Fora - MG**: a feira informal da Avenida Brasil. 2014. 112 p. Instituto de Ciências Humanas, Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora.

BRUNDTLAND, Gro Harlem. **Nosso futuro comum**. Rio de Janeiro: FGV, 1987.

CARMO, Maristela Simões do. **(Re)estruturação do sistema agroalimentar no Brasil**: a diversificação da demanda e a flexibilidade da oferta. São Paulo: IEA, 1996.

CARPINTERO, Óscar. **El desafío de la bioeconomía**. Revista Ecología Política, Icaria Editorial, Diciembre.

CARRIÈRE, J. P.; CAZELLA, A. A. Abordagem introdutória ao conceito de desenvolvimento territorial. **Eisforia**, p. 23-47.

CARVALHO, David Ferreira. Desenvolvimento Sustentável e seus limites teórico-metodológicos. In: **Contra-discurso do desenvolvimento sustentável**. Marcionila Fernandes e Lemuel Guerra (Orgs.). Belém: UNAMAZ/UFGA, 2006.

COSTA FILHO, Aluisio; SATTLER, Miguel Aloysio. Anais do VIII Encontro Nacional da ANPUR. In: (Ed.) **Considerações acerca da adaptação do conceito de sustentabilidade ao estudo do desenvolvimento urbano**: ANPUR, 1999.

CRUZETTA, Fernanda Carolina. **Rememorações da Cidade de Curitiba**: visões do progresso nas décadas iniciais do século XX. 2010. 50 p. Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Paraná, Curitiba.

DIAS, Reinaldo; MATOS, Fernanda. **Políticas públicas**: princípios, propósitos e processos. São Paulo: Atlas, 2012.

DOMINGUES JR., Jurandir; GRAVA, Diego da Silva; SAMPAIO, Carlos Alberto Cioce. A Experiência Cooperativa de Mondragón (Comunidade Autônoma Vasca, Estado Espanhol) sob as perspectivas da economia solidária e da ecossocioeconomia das organizações. In: **XV Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Planejamento Urbano e Regional**. Recife, 2013.

DUPUY, Jean-Pierre. **Introdução à crítica da ecologia política**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1980.

ERIMAR SANTOS, José. Feiras livres: (re)apropriação do território na/da cidade, neste período técnico-científico-informacional. **Revista Ensino & Pesquisa**, 17, p. 39-56, mai./ago.

FELSKI, Henrique; SAMPAIO, Carlos Alberto Cioce; DALLABRIDA, Ivan Sidney. O processo de tomada de decisão sob o viés da ecossocioeconomia das organizações: o caso de uma cooperativa catarinense de artesãos. **Revista Organizações Rurais & Agroindustriais**, v. 12, n. 1. p. 83-97. 2010.

FERNANDES, Valdir; SAMPAIO, Carlos Alberto Cioce. Formulação de estratégias de desenvolvimento baseado no conhecimento local. **RAE eletrônica**, v. 5, n. 2. 2006.

FERRETTI, M. Feiras nordestinas: estudos e problemas. In: **Reeducando o Olhar**: estudos sobre feiras e mercados. S. Ferretti (Org.). São Luis/MA: Edições UFMA-PROIN, 2000. p. 35-66.

FORYS, Iwona. Gentrification on the example of suburban parts of the Szczecin urban agglomeration. **Versita**, v. 21. 2013, Acesso em: <https://www.degruyter.com/downloadpdf/j/remav.2013.21.issue-3/remav-2013-0021/remav-2013-0021.xml>.

FREDER, Schirlei Mari. **Economia criativa**: estruturação de agenda para políticas públicas nas cidades de Curitiba e Porto Alegre. 2015. (Dissertação). Orientador: Mario Procopiuck.

PPGTU - Programa de Pós-graduação em Gestão Urbana, Pontifícia Universidade Católica do Paraná, Curitiba.

FREDER, Schirlei Mari; PROCOPIUCK, Mario; GRIMM, Isabel Jurema; SAMPAIO, Carlos Alberto Cioce. Acuerdos socioprodutivos y las dinámicas socioespaciais de las ferias libres. In: **Simposio Internacional: Espacios en movimiento el pasado y el futuro de las estructuras urbanas y rurales**. Varsovia: Departamento de Geografía del Desarrollo y Planeación Espacial de la Facultad de Geografía y Estudios Regionales de la Universidad de Varsovia, 2017.

\_\_\_\_\_. Acuerdos socioprodutivos y las dinámicas socioespaciais de las ferias libres. In: **Sociedad Geografica del Peru**. Lima: Sociedad Geografica del Peru (no prelo). 2018.

FREDER, Schirlei Mari; PROCOPIUCK, Mario; VIANA, Ketlen. Etnicidade e formação de cidades: Manifestação cultural polonesa em cidades brasileiras como possibilidade de fortalecimento de laços entre Brasil e Polônia pela economia criativa. **Revista del CESLA**, v. 20. p. 67-90. 2017.

FURTADO, Celso. **O mito do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

GARCIA, Manon; TOPPEL, Paula Vaccari; SAMPAIO, Carlos Alberto Cioce; DALLABRIDA, Ivan Sidney; MANTOVANELI JR, Oklinger. Ecosocioeconomia empresarial. In: **Gestão empresarial para a Sustentabilidade**. Arlindo Philipppi Jr.; Carlos Alberto Cioce Sampaio e Valdir Fernandes (Orgs.). Barueri: Manole, 2017. p. 1140.

GAZETA DO POVO. In: (Ed.) **Feira do Largo da Ordem é reconhecida como patrimônio de Curitiba**, 2018a. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/haus/estilo-cultura/feira-largo-da-ordem-reconhecida-patrimonio-imaterial-curitiba-novas-barracas/>. Acesso em: 06 mar. 2019.

\_\_\_\_\_. In: (Ed.) **Guia das feiras em Curitiba**, 2018b. Disponível em: <http://www.gazetadopovo.com.br/vida-e-cidadania/especiais/guia-de-feiras-em-curitiba/index.jpp#>. Acesso em 11 abr. 2018.

GEORGESCU-ROEGEN, Nicholas. **O decrescimento: entropia, ecologia, economia**. São Paulo: Editora Senac, 2012.

GLAESER, Edward Ludwig. **Os centros urbanos: a maior invenção da humanidade**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.



GODOY, Wilson Itamar. **As feiras livres de Pelotas- RS**: estudo sobre a dimensão sócio-econômica de um sistema local de comercialização. 2005. 313 p. Faculdade de Agronomia Eliseu Maciel, Universidade Federal de Pelotas, Pelotas.

GOMES, Almiralva Ferraz; FREITAS SILVA, Joice de Souza; ALMEIDA DOS SANTOS, Adilson; SANTANA, Weslei Gusmão Piau; GONÇALVES DOS SANTOS, José Antonio. Perfil socioeconômico de mulheres feirantes. In: **Estudo no interior baiano**. IV Encontro de Administração Política/Jun.

GRIMM, Isabel Jurema; FREDER, Schirlei Mari; SAMPAIO, Carlos Alberto Cioce; PROCOPIUCK, Mario. Arranjos socioprodutivos de base territorial: Uma análise das feiras livres comunitárias na cidade de Curitiba. In: **VI Encontro de Turismo de Base Comunitária e Economia Solidária**. Salvador, 2016a.

\_\_\_\_\_. VI Encontro de Turismo de Base Comunitária e Economia Solidária - VI ETBCES. In: (Ed.) **Arranjos socioprodutivos de base territorial**: uma análise das feiras livres comunitárias na cidade de Curitiba (PR). Salvador/BA: UFBA, 2016b.

GRIMM, Isabel Jurema; SAMPAIO, Carlos Alberto Cioce; PROCOPIUCK, Mario. Encadeamento ecossocioeconômico e gestão urbana: um estudo das feiras livres na cidade de Curitiba (PR). **Novos Cadernos NAEA**, 21, p. 35-56, Jan-Abr, 2018.

GUIGOU, Jean-Louis. A terra e o espaço: enigmas para os economistas. In: **O Espaço interdisciplinar**. Milton Santos e Maria Adélia Aparecida de Souza (Orgs.). São Paulo: Nobel, 1986. p. 142.

GUS. In: **Główny Urząd Statystyczny** (Ed.) Główny Urząd Statystyczny, 2018. Disponível em: <https://stat.gov.pl/metainformacje/slownik-pojec/pojecia-stosowane-w-statystyce-publicznej/861,pojecie.html>.

HAESBAERT, Rogério. **Territórios alternativos**. São Paulo: Contexto, 2002.

HARVEY, David. **A produção capitalista do espaço**. São Paulo: Annablume, 2005.

HELLINGER, Bert. **A simetria oculta do amor**. São Paulo: Cultrix, 1999. p. 73.

HOFFMANN, R.; ENGLER, J. J. de C; SERRANO, O.; THAME, A. C. de M.; NEVES, E. M. **Administração da empresa agrícola**. São Paulo: Livraria Pioneira Editora, 1987.

IBGE. **Cidades**. 2017. Disponível em: <http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/home.php?lang=:>  
Acesso em: 31 jul. 2017.

\_\_\_\_\_. **Conceitos dos indicadores sociais**. 2018. Disponível em:  
<https://ww2.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/condicaoadevida/indicadoresminimos/conceitos.shtm>: Acesso em: 10 mar. 2018.

ILLICH, Ivan. **Tools for Conviviality**. New York: Harper & Row, Publishers, 1973.

IMT. In: (Ed.) **Pesquisa Feira do Largo da Ordem**: Instituto Municipal de Turismo, 2012.  
Disponível em: <http://multimidia.turismo.curitiba.pr.gov.br/2014/10/pdf/00000329.pdf>.

\_\_\_\_\_. In: (Ed.) **Feiras**. Disponível em:  
<http://www.turismo.curitiba.pr.gov.br/categoria/feiras/6>: Instituto Municipal de Turismo,  
2017.

IPEA. **Caracterização e tendências da rede urbana do Brasil**: estudos básicos para  
caracterização da rede urbana. Brasília: IPEA, p. 390, 2001.

\_\_\_\_\_. **Índice de Gini**. 2004.

IPPUC. In: (Ed.) **1940 a 1960 - O Plano Agache**: Fatos que marcaram o período: Instituto de  
Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba, 2018. Disponível em:  
[http://www.ippuc.org.br/mostrarlindahotempo.php?pagina=11&idioma=1&tipo=&posicao=6  
&titulo=1940%20a%201960&ampliar=sim](http://www.ippuc.org.br/mostrarlindahotempo.php?pagina=11&idioma=1&tipo=&posicao=6&titulo=1940%20a%201960&ampliar=sim).

IVAN, Illich. **A convivencialidade**. Lisboa: Publicações Europa-América, 1976.

KAMINSKI, Lukasz; KORKUC, Maciej. **1050 anos**: guia pela história da Polônia de 966 a  
2016. Kraków, Poland: Legra, 2016. 117 p.

KLIJN, E. Policy networks and Network management: a state of the art. In: **Managing  
Complex Networks**. Strategies for the Public Sector. W. J. M. Kickert; E. Klijn e J. F. M.  
Koppenjan (Orgs.). London, UK: Sage Publications, 1999. p. 15-34.

KLIMA, Ewa; Zajaczkowski, Jaroslaw. Marketplace retail in Poland in the years 1995-2006.  
In: **Geografia Konferencja**, 2008.

KUHN, Thomas. **A estrutura das revoluções científicas**. São Paulo: Perspectiva, 1998.

KUSUMARINIM, Yusita; EKASIWI, Sri Nastiti Nugrahan; FAQIH, Muhammad. Sustainable Interior: a holistic approach of eco-socio-econo interior. **Australian Journal of Basic and Applied Sciences**, v. 5, n. 12. p. 2176-2181. 2011.

LISBOA, Armando de Melo. Prefácio. In: **Introdução à economia ecológica**. Luiz Fernando Krieger Merico (Org.). Blumenau: FURB, 1996. p. 9-12.

LUZZATI, Tommaso. El desarrollo ecocompatible: la actualidad de la contribución de Kark William Kapp (1910-1976). **Revista de Econogía Política**, Icaria Editorial Diciembre.

MASCARENHAS, Gilmar; DOLZANI, Miriam C. S. Feira livre: territorialidade popular e cultura na metrópole contemporânea. **Revista Eletrônica Ateliê Geográfico**. UFG/IESA, 2, p. 72-8.

MAX-NEEF, Manfred A. Comentario a la edición española. In: **La economía desmascarada: del poder y la codicia a la compasión y el bien común**. Manfred A. Max-Neef e Philip B. Smith, (Orgs.). Barcelona: Icaria, 2011a.

\_\_\_\_\_. Introducción: a favor de una nueva economía. In: **La economía desmascarada: del poder y la codicia a la compasión y el bien común**. Manfred A. Max-Neef e Philip B. Smith, (Orgs.). Barcelona: Icaria, 2011b.

\_\_\_\_\_. **Desenvolvimento à escala humana: concepção, aplicação e reflexões posteriores**. Blumenau: Edifurb, 2012.

MAX-NEEF, Manfred A.; Elizalde, Antonio e Hopenhayn, Martin. Desenvolvimento e autodependência. In: **Desenvolvimento à escala humana: concepção, aplicação e reflexões posteriores**. Edifurb (Org.). Blumenau: Edifurb, 2012.

MAY, Peter Herman. Economia Ecológica e o Desenvolvimento Equitativo no Brasil. In: **Economia Ecológica: aplicações no Brasil**. Peter H. May (Org.). Rio de Janeiro: Campus, 1995.

\_\_\_\_\_. **Economia do meio ambiente: teoria e prática**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010a.

\_\_\_\_\_. Prefácio. In: **Economia do meio ambiente: teoria e prática**. Peter Herman May, (Org.). Rio de Janeiro: Elsevier, 2010b.

MENDES, Jefferson Marcel Gross. Dimensões da Sustentabilidade. **Revista das Faculdades Santa Cruz**, 7, p. 49-59.

MERCADO MUNICIPAL DE CURITIBA. **Sobre o Mercado Municipal de Curitiba: conheça mais sobre nossa história**. Prefeitura Municipal de Curitiba, 2018.

MERICO, Luiz Fernando Krieger. **Introdução à economia ecológica**. Blumenau: FURB, 1996.

MORAIS, Francilene Araújo de. **Dignidade nas relações entre stakeholders no mercado da feira livre de Campina Grande: um estudo etnográfico**. 2016. 201 p. Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo.

MOURA JUNIOR, Cosme Oliveira. **Economia, cotidiano e sociabilidade no comércio de rua: o caso de São Luís**. São Luís: EDUFMA, 2010. 160 p.

MUMFORD, Lewis. **A cidade na história: suas origens, transformações e perspectivas**. 4. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

NASZEMIASTO. **Lista i mapa warszawskich targowisk dostępna w internecie**. 2010. Disponível em: <http://warszawa.naszemiasto.pl/arttykul/lista-i-mapa-warszawskich-targowisk-dostepna-w-internecie,715936,art,t,id,tm.html>. Acesso em: 04 ago. 2017.

OLIVEIRA, Rafael Kuster de; ANDREOLI, Cleverson Vitório; OLIVEIRA FRANCO, José Gustavo de; ANDREOLI, Fabiana de Nadai; HIGA, Antonio Hioyei. Gestão empresarial para a sustentabilidade e governança ambiental sob a perspectiva dos serviços ecossistêmicos. In: **Gestão empresarial para a Sustentabilidade**. Arlindo Philippi Jr.; Carlos Alberto Cioce Sampaio e Valdir Fernandes (Orgs.). Barueri: Manole, 2017. p. 1140.

ONU. In: (Ed.) **A ONU e o meio ambiente, 2016**. Disponível em: <https://nacoesunidas.org/acao/meio-ambiente/>.

\_\_\_\_\_. **Objetivos do Desenvolvimento Sustentável - ODS**. N.07/06/2018. 2018. Disponível em: <https://nacoesunidas.org/pos2015/>.

PADILHA, Douglas Ochiai. **Controvérsias na construção do mercado de orgânicos em Curitiba**. 2017. 283 p. Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Paraná, Curitiba.

PAKOSZ, Renata Kasper; PIETRAS, Marcin; LUCZAJ, Lukasz. Wild and native plants and mushrooms sold in the open-air markets of south eastern Poland. **Journal of Ethnobiology and Ethnomedicine**. p. 12-45. 2016.

PECQUER, B. Qualidade e desenvolvimento territorial: a hipótese da cesta de bens e de serviços territorializados. **Eisforia**, 1, p. 135-154.

PIRES, Iva Miranda. Problemas sociais complexos: o olhar da ecologia humana. In: **Ecologia humana: uma visão global**. Ronaldo Gomes Alvim; Ajibola Isau Badiru e Juracy Marques (Orgs.). Feira de Santana: UEFS, 2014. p. 368.

PNUD. **Índice de Desenvolvimento Humano (IDH)**. 2017.

PORTES, Alejandro; HALLER, Willian. **La economía informal**. Santiago do Chile: CEPAL, 2004.

PORTO, Gil Carlos Silveira. **Configuração sócio-espacial e inserção das feiras livres de Itapetinga - BA e arredores no circuito inferior da economia**. 2005. 166 p. Instituto de Geociências, UFBA, Salvador.

PREFEITURA MUNICIPAL DE CURITIBA. In: (Ed.) **Feiras Orgânicas**: Secretaria Municipal de Abastecimento, 2016. Disponível em: <http://www.curitiba.pr.gov.br/conteudo/feiras-historico-feiras-livres/244>.

\_\_\_\_\_. In: (Ed.) **História da Cidade**: imigração: Secretaria Municipal de Abastecimento, 2018a. Disponível em: <http://www.curitiba.pr.gov.br/conteudo/historia-imigracao/208>,

\_\_\_\_\_. In: (Ed.) **Ippuc desenha as novas barracas da Feirinha do Largo da Ordem**: IPPUC, 2018b. Disponível em: <http://www.curitiba.pr.gov.br/noticias/ippuc-desenha-as-novas-barracas-da-feirinha-do-largo-da-ordem/44743>. Acesso em: 06 mar. 2019.

\_\_\_\_\_. In: (Ed.) **Pesquisa da Prefeitura vai traçar o perfil do turista que visita Curitiba**: Instituto Municipal de Turismo, 2018c. Disponível em: <http://www.curitiba.pr.gov.br/noticias/pesquisa-da-prefeitura-vai-tracar-o-perfil-do-turista-que-visita-curitiba/46016>.

\_\_\_\_\_. In: (Ed.) **Plano Agache**: Prefeitura Municipal de Curitiba, 2018d. Disponível em: <http://www.curitiba.pr.gov.br/idioma/portugues/planoagache>.

\_\_\_\_\_. In: (Ed.) **Programa Nossa Feira**: Secretaria Municipal de Abastecimento, 2018e. Disponível em: <http://www.curitiba.pr.gov.br/conteudo/programa-nossa-feira-smab/1604>.

PROCOPIUCK, Mario; FREDER, Schirlei Mari. Políticas públicas de fomento à economia criativa: Curitiba e contexto nacional e internacional. **Revista Brasileira de Planejamento e Desenvolvimento**, v. 2, n. 2., p. 15-29. 2013a.

\_\_\_\_\_. Políticas públicas e fomento à economia criativa: Curitiba e contexto nacional e internacional. In: **1º Seminário de Planejamento e Desenvolvimento**. Curitiba: Universidade Tecnológica Federal do Paraná: Programa de Planejamento e Governança Pública, 2013b.

\_\_\_\_\_. Economia criativa: modelo federal brasileiro e a importância das discussões frente a referenciais internacionais. **Cadernos de CEOM**, Unochapecó, 27.

\_\_\_\_\_. Economia criativa: modelo federal brasileiro e importância das discussões frente a referenciais internacionais. **Cadernos do CEOM**, v. 27, n. 40., p. 227-251. 2014b.

PROCOPIUCK, Mario; SAMPAIO, Carlos Alberto Cioce; FREDER, Schirlei Mari; ROSA, Altair. Simposio Internacional Espacios en movimiento el pasado y el futuro de las estructuras urbanas e rurales. In: (Ed.) **Feiras urbanas livres em Curitiba**: análise sob a perspectiva da ecossocioeconomia. Varsóvia: Universidade de Varsóvia, 2017a.

\_\_\_\_\_. Feiras urbanas livres em Curitiba: análise sob a perspectiva da ecossocioeconomia. In: **Simposio Internacional**: Espacios en movimiento el pasado y el futuro de las estructuras urbanas y rurales. Varsovia: Departamento de Geografía del Desarrollo y Planeación Espacial de la Facultad de Geografía y Estudios Regionales de la Universidad de Varsovia, 2017b.

QUEIROZ, Thiago Augusto Nogueira de; AZEVEDO, Francisco Fransualdo de. **Circuitos da economia urbana**: arranjos espaciais e dinâmica das feiras livres em Natal-RN. *Sociedade e Território*, 24, p. 115-133, jan./jun.

RIBEIRO DOS SANTOS, Luciane Cristina. **Gestão urbana na perspectiva da ecossocioeconomia**: análise dos arranjos institucionais para a governança do território do Cabula, Salvador - BA. 2016. 179 p. Pós-Graduação em Gestão Urbana, PUC-PR, Curitiba.

ROCHA, Hélio Carlos; COSTA, Carlos; CASTOLDI, Florindo Luiz; CECHETTI, Dileta; CAVETE, Eunice de Oliveira; LODI, Betânia dos Santos. Perfil socioeconômico dos feirantes e consumidores da Feira do Produtor de Passo Fundo, RS. **Ciência Rural**, 40, p. 2593-2597, Dez.

ROMEIRO, Ademar Ribeiro. Economia ou economia política da sustentabilidade. In: **Economia do meio ambiente: teoria e prática**. Peter Herman May (Org.). Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

SACHS, Ignacy. **Ecodesenvolvimento: crescer sem destruir**. São Paulo: Vértice, 1986.  
\_\_\_\_\_. **Rumo à ecossocioeconomia: teoria e prática do desenvolvimento**. São Paulo: Cortez, 2007.

SAMPAIO, Carlos Alberto Cioce. **Ecossocioeconomia das organizações: gestão que privilegia outra economia**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2008.

\_\_\_\_\_. **Gestão que privilegia uma outra economia: ecossocioeconomia das organizações**. Blumenau: Edifurb, 2010.

SAMPAIO, Carlos Alberto Cioce; DALLABRIDA, Ivan Sidney. Ecossocioeconomia das organizações: gestão que privilegia uma outra economia. **Revista da FAE**, FAE, 12, p. 17-33, Jul./Dez.

\_\_\_\_\_. Ecossocioeconomia das organizações: gestão que privilegia uma outra economia. **Revista da FAE**, v. 2, p. 17-33. 2009b.

SAMPAIO, Carlos Alberto Cioce; DALLABRIDA, Ivan Sidney; MONTOVANELLI JR., Oklinger. Educação para o ecodesenvolvimento como estratégia de desenvolvimento territorial sustentável: uma primeira aproximação. In: **Seminário Internacional de Desenvolvimento Regional**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2011.

SAMPAIO, Carlos Alberto Cioce; LEÓN, Iñaki Ceberio de; DALLABRIDA, Ivan Sidney; PELLIN, Valdinho. Arranjos socioprodutivos de base comunitária: arranjos produtivos locais pensados como arranjos institucionais. O caso da mondragón corporação cooperativa. **Organizações & Sociedade**, v. 15, p. 77-98. 2008.

SAMPAIO, Carlos Alberto Cioce; MANTOVANELLI JR., Oklinger; FERNANDES, Valdir. Economia social: razão e sensibilidade. In: **Seminário Internacional Educação Intercultural, Gênero e Movimentos Sociais**. Florianópolis: Anais, 2003.

SAMPAIO, Carlos Alberto Cioce; MONTOVANELLI JR., Oklinger; FERNANDES, Valdir. Racionalidade de tomada de decisão para o planejamento e a gestão territorial sustentável. **REDES - Revista do Desenvolvimento Regional**, v. 16, n. 2. p. 131-155. 2011.

SAMPIERI, Roberto Hernández; COLLADO, Carlos Fernández; BAPTISTA LUCIO, María Del Pilar. **Metodologia de Pesquisa**. Porto Alegre: Penso, 2013. 624 p.

SANTOS, Cleon Ricardo dos; ULTRAMARI, Clóvis; DUTRA, Cláudia Martins. Artigo-base sobre meio ambiente urbano. In: **Meio ambiente Brasil: avanços e obstáculos pós-Rio-92**. Estação Liberdade - Instituto Socioambiental; Fundação Getúlio Vargas (Org.). São Paulo; Rio de Janeiro, 2004.

SANTOS, Milton. **O espaço dividido: os dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos**. 2. ed. São Paulo: EDUSP, 2008 [1979].

SANTOS, Milton; SILVEIRA, María Laura. **O Brasil: território e sociedade no início do século XXI**. 15. ed. Rio de Janeiro: Record, 2011. 475 p.

SAWAYA, Sylvio Barros. O espaço como objeto de trabalho. In: **O Espaço Interdisciplinar**. Milton Santos e Maria Adélia Aparecida De Souza (Orgs.). São Paulo: Nobel, 1986. p. 142.

SCHEAFFER, Richard L.; MENDENHALL III, William; OTT, R. Lyman. **Elementary survey sampling**. 6. ed. Helrnont: Duxbury Press, 2006. 464 p.

SCHUMPETER, Joseph Alois. **Teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Nova Cultural, 1997.

SCOTTO, Gabriela; CARVALHO, Isabel Cristina de Moura; GUIMARÃES, Leandro Belinaso. **Desenvolvimento Sustentável**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008. SEBRAE. **Perfil das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte**. Brasília: 2018. 28 p.

SINGER, Paul. **Economia política da urbanização**. São Paulo: Contexto, 1998.

SMAB. In: (Ed.) **Feiras**. Disponível em: <http://www.curitiba.pr.gov.br/secretarias/equipamentos/abastecimento/9>: Secretaria Municipal de Abastecimento, 2017.



TARGOWISKA, Warszawskie. **Lista i mapa warszawskich targowisk dostępna w internecie**. 2017. Disponível em: <http://www.targowiska.um.warszawa.pl/TargowiskaMapa.aspx>, em: Acesso em: 03 ago. 2017.

TAVARES, Breitner Luiz. Feira do Rolo - **Na pedagogia da malandragem**: memória e representações sociais no espaço urbano de Ceilândia. 2005. 145 p. Programa de Pós-graduação em Sociologia, Universidade de Brasília, Brasília.

TOURAINÉ, A. **Sociologia de la acción**. Barcelona: Ediciones Ariel, 1969.

VALE, Gláucia Maria Vasconcellos. **Territórios vitoriosos**: o papel das redes organizacionais. Rio de Janeiro: Garamond, 2007. 208 p.

VASQUES, Samuel Tafernabéri. **Dinâmicas socioeconômicas na prática dos feirantes agricultores de Chapecó/SC**. 2016. 93 p. Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional, UTFPR, Pato Branco.

VEDANA, Viviana. Fazer a feira e ser feirante: a construção cotidiana do trabalho em mercados de rua no contexto urbano. **Horizontes Antropológicos**, p. 41-68, jan./jun.

VEIGA, José Eli da. **Desenvolvimento sustentável**: o desafio do século XXI. Rio de Janeiro: Garamond, 2010.

VIEIRA, Paulo Freire. Ecodesenvolvimento: do conceito à ação, de Estocolmo a Joanesburgo. In: **Rumo à ecossocioeconomia**: teoria e prática do desenvolvimento. Cortez (Org.). São Paulo: Sachs, Ignacy, 2007.

WAWRYSZUK, Ola Bareja; GOLEBIEWSKI, Jaroslaw. **Economic Functions of Open-Air Trade in the Context of Local Food System Development**. Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu, 16, p. 20-26.

WESOŁOWSKA, Alicja. **Polônia nos olhos do geógrafo**. Varsóvia: Stowarzyszenie Wspólnota Polska, 2012.

WITKOWSKI, Terrence H. In: Leigh Mcalister e Michael L. Rothschild (Ed.) **The Polish Consumer in Transition**: Shopping Warsaw's Street Vendors and Open Air Markets. California: Association for Consumer Research, 1993. p. 13-17. Disponível em: <http://acrwebsite.org/volumes/7410/volumes/v20/NA-20>.

WOŚ, Rafał. Czar targu. **Tygodnik Powszechny**. 2018 Disponível em: <https://www.tygodnikpowszechny.pl/czar-targu-156561>. Acesso em: 22 dez. 2018.

ZAMIGNAN, Gabriela; SAMPAIO, Carlos Alberto Cioce; MANTOVANELI JR., Oklinger. Etapas de diagnóstico da metodologia de planejamento e gestão de arranjos socioprodutivos de turismo comunitário: a experiência da Microbacia do Rio Sagrado (Morretes, Brasil). **Turismo & Sociedade**, 4, p. 249-264, Out.

ZDEPSKI, Fabiola Bevervanço; PROCOPIUCK, Mario; SAMPAIO, Carlos Alberto Cioce. Teoria da Atividade para compreender como o artesanato de referência cultural pode ter fortalecida a criatividade em arranjos de Ecosocioeconomia. In: **VIII Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ambiente e Sociedade**. Natal: ANPPAS, 2017.

## APÊNDICES

### APÊNDICE I – ROTEIRO DAS ENTREVISTAS (PORTUGUÊS)

#### Dados da Feira

Nome da feira: .....

Número de feirantes cadastrados para atuarem nesta feira: .....

Número de barracas em funcionamento hoje nesta feira: .....

Funcionamento da feira: ( ) diurno ( ) noturno

Data de aplicação do questionário: ...../...../2017, horas: .....

#### Dados sobre o(a) feirante entrevistado(a)

**1) Nome do município em que o(a) feirante mora: .....**

**2) Faixa etária do(a) feirante:**

( ) menos de 16 anos ( ) 16 a 20 anos ( ) 21 a 30 anos ( ) 31 a 40 anos

( ) 41 a 50 anos ( ) 51 a 60 anos ( ) mais de 60 anos

**3) Escolaridade do(a) feirante:**

( ) Ensino fundamental ( ) Ensino médio ( ) Ensino superior ( ) Pós-graduação

**4) Sexo:**

( ) Feminino ( ) Masculino

**5) Qual é o principal motivo para você trabalhar com feiras?**

( ) tradição de família

( ) gosto pelo comércio

( ) falta de emprego formal

( ) desemprego

( ) outro(s). Qual(is)? .....

**6) Sua atividade de feirante é formal?**

( ) Sim. Possuo empresa.

( ) Não. Participo apenas como permissionado.

**7) Quantas pessoas formam a sua família? (.....)**

**Quantos trabalham em feiras (.....)**

**Dessas pessoas, quantas são Homens ( ..... ) Mulheres ( ..... )**

**8) A renda da sua família**

( ) mais de 80% originada nas atividades da feira

- tem mais de 50% originada em atividade assalariada
- tem mais de 50% originada em atividades comerciais não relacionadas com a feira
- tem mais de 50% originada em aposentadoria, pensões, benefícios sociais

**9) Se você tiver uma oportunidade de trabalhar registrado (carteira assinada) ganhando o que ganha como feirante, você deixaria de ser feirante?**  Sim  Não  Não sabe

**Atividades do feirante:**

**10) Há quanto tempo você trabalha como feirante em Curitiba?**

..... (anos) ou ..... (meses)

**11) Você trabalha atualmente em feiras em municípios diferentes de Curitiba?**

Não.

Sim , quais? .....

**12) Em que dias da semana você trabalha em feiras em Curitiba?**

Dia da semana	Número de vezes por mês			
	1	2	3	4
<input type="checkbox"/> Segundas-feiras	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Terças-feiras	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Quartas-feiras	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Quintas-feiras	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Sextas-feiras	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Sábados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Domingos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**13) Você atua como feirante em quais feiras, em Curitiba?**

Só nesta feira.  Outras: quais outras feiras .....,  
.....

**14) Em relação à sua participação nesta feira, o entrevistado é:**

- proprietário da banca  sócio da banca
- empregado da banca  trabalha informalmente na banca (“bico”)

**15) Nesta feira, você participa:**

- de modo independente
- vinculado à alguma associação (produtores, feirantes, etc.)

**16) Quanto ao número de pessoas que trabalham com você nesta feira:**

- trabalho sozinho(a)
- Em conjunto com outras pessoas, sendo [nº]..... membros da família e [nº]..... outras pessoas (empregados, conhecidos, etc.)

**17) Com que tipo de produtos você trabalha nesta feira?**

Produtos naturais	<input type="checkbox"/> frutas/verduras convencionais <input type="checkbox"/> frutas/verduras orgânicos
Produtos industrializados	<input type="checkbox"/> Utilidades domésticas (ferramentas, acessórios para cozinha, etc.) <input type="checkbox"/> Vestuário (roupas e calçados)
Alimentos	<input type="checkbox"/> alimentos preparados fora da feira (embutidos, salgados, doces, etc.) <input type="checkbox"/> alimentos preparados na própria feira (sanduíches, assados, doces, etc.)
Produtos culturais	<input type="checkbox"/> Artesanato <input type="checkbox"/> Obras de arte <input type="checkbox"/> Outras

**18) Quantos produtos diferentes você comercializa nesta feira?**

.....

**19) Qual é o valor do produto mais caro que você comercializa? R\$ .....**

**Qual é o produto mais barato que você comercializa? R\$ .....**

**20) Para transportar os produtos para serem comercializados nesta feira, você utiliza:**

<input type="checkbox"/> Transporte próprio?	<input type="checkbox"/> só para os meus produtos <input type="checkbox"/> transporte também produtos para outros feirantes
<input type="checkbox"/> Transporte terceirizado?	<input type="checkbox"/> o transporte é contratado só para os meus produtos <input type="checkbox"/> O transporte é compartilhado com outros feirantes

**21) Os produtos comercializados nesta feira são:**

Quanto à produção	<input type="checkbox"/> são produzidos ou criados pelo feirante ou sua família <input type="checkbox"/> são adquiridos de outros fornecedores e revendidos na feira
Quanto aos concorrentes	<input type="checkbox"/> há concorrentes dentro da própria feira <input type="checkbox"/> Há concorrentes nas proximidades da feira <input type="checkbox"/> Não há concorrentes diretos

**22) Quanto às atividades da prefeitura para controle da feira**

Regulamentação	<input type="checkbox"/> insuficiente <input type="checkbox"/> adequada <input type="checkbox"/> muito rígida
Fiscalização	<input type="checkbox"/> procuro seguir apenas o que os fiscais exigem <input type="checkbox"/> se cumprir os regulamentos não é necessário se preocupar com o que os fiscais exigem
Regulamentos	<input type="checkbox"/> Claros <input type="checkbox"/> Confusos
A prefeitura	<input type="checkbox"/> mais auxilia nas minhas atividades na feira <input type="checkbox"/> mais atrapalha nas minhas atividades na feira

**23) Na sua opinião, quais são os três principais pontos que devem ser melhorados nesta feira?**

1º .....

2º .....

3º .....

**24) Você considera que poderia ter algum equipamento ou tecnologia que pudesse ser adotado para melhorar a atividade na sua banca?  Não  Sim. Qual:**

\_\_\_\_\_

**25) Das pessoas que trabalham com você na feira, eles tem contratos de trabalho formais?**

Não  Sim. Que tipo de contrato: \_\_\_\_\_

**26) Que tipo de recurso financeiro costuma utilizar para financiar a sua atividade de feirante?**

recurso próprio  bancário  cooperativa  associação  empréstimo com família

empréstimo com amigos. Outro tipo de apoio: \_\_\_\_\_

**27) Quanto à compra do produto junto ao fornecedor:**

adquire à vista  adquire a prazo  fica com crédito com o fornecedor

Ou outro tipo de negociação, qual: \_\_\_\_\_

**28) Como ocorre a elaboração do preço de venda dos produtos?**

Em função do cálculo do lucro no dia da feira  barganha do cliente  muda o preço quando chega na feira e vê o preço das bancas. Outro tipo de decisão, qual:

\_\_\_\_\_

**29) Quanto ao recebimento da venda, qual a forma mais comum?**

dinheiro  venda com cartão de débito  venda com cartão de crédito. Outro tipo de recebimento, qual: \_\_\_\_\_

**30) Se você fosse convidado para mudar de bairro, aceitaria?**  Sim  Não  Não sabe.

**31) Sabe dizer se tem clientes fixos?**  Sim  Não

**32) E a maioria de seus clientes são desse mesmo bairro?**  Sim  Não  Não sabe

**33) Quando você adquire os produtos, sabe dizer se compra produtos pensando em algum cliente em especial?**  Sim  Não

**34) No cotidiano da feira, convivendo com os clientes, que tipo de assunto é mais comum acontecer:**

Alimentos (receitas, preparação e armazenamento de alimentos)  saúde  política  religião

outros assuntos, quais: \_\_\_\_\_

**35) Você possui algum tipo de parceria para fornecer ou adquirir algum produto com comerciante local?**  Não  Sim. Que tipo de parceria? \_\_\_\_\_

**36) O feirante participa de algum espaço onde possa expressar sua opinião sobre o funcionamento da feira, sobre as leis ou sobre assuntos da feira?**

Não  Sim. Quais: \_\_\_\_\_

**37) O feirante conhece alguma organização que represente a classe dos feirantes?**

Não  Sim.

Se sim, quais:  Sindicato  associação  grupo  fórum  conselho

outras \_\_\_\_\_

**38) O feirante é afiliado/participante de alguma organização que represente a classe dos feirantes?**

Não  Sim.

Se sim, quais:  Sindicato  associação  grupo  fórum  conselho

outras \_\_\_\_\_

**39) O que você faz com as sobras dos produtos?**

faz promoção no final da feira  faz troca de produtos entre os feirantes  são doadas no próprio bairro  são doadas em outro local  leva de volta para consumo próprio  leva de volta para outra finalidade.  outro destino, qual: \_\_\_\_\_

## APÊNDICE II – ROTEIRO DAS ENTREVISTAS (POLONÊS)

### Dane targu

Nazwa targu/targowisko: .....

Liczba sprzedawców zarejestrowanych do pracy na targach: .....

Liczba straganów działających dzisiaj na tym targu: .....

Funkcjonowanie targu: ( ) dziennie ( ) nocnie

Data aplikacji kwestionariusza: ...../...../2017, godzina: .....

### Dane ankietowanego sprzedawcy/ankietowanej sprzedawczynie

**1) Nazwa dzielnicy/miasta, gdzie sprzedawca mieszka.....**

**2) Grupa wiekowa sprzedawcy:**

( ) mniej niż 16 lat ( ) 16 do 20 lat ( ) 21 do 30 lat ( ) 31 do 40 lat

( ) 41 do 50 lat ( ) 51 do 60 lat ( ) więcej niż 60 lat

**3) Wykształcenie s:**

( ) Szkoła podstawowa ( ) Gimnazjum ( ) Szkoła średnia/ Szkoła zawodowa /  
(Zawodówka) Technikum

( ) Studia pierwszego stopnia ( ) Studia drugiego stopnia

**4) Płeć:**

( ) Żeńska ( ) Męska

**5) Jaki jest główny powód Pana/Pani pracy na straganie?**

( ) tradycja rodzinna

( ) lubi pracę w handlu

( ) brak innego zatrudnienia

( ) bezrobocie

( ) inne. Jakie?.....

**6) Czy Pana/Pani działalność handlowa jest sformalizowana?**

( ) Tak. Mam firmę.

( ) Nie. Mam tylko pozwolenie na handel.

( ) inne rozwiązanie; Jakie? .....

**7) Ile osób liczy Pana/Pani rodzina?**

( ) czy ktoś z nich pracuje na targu ( ) Jeśli tak, to ile osób?

( ) .Ile z nich to mężczyźni ( ) i kobiety ( )



**8) Dochód rodziny**

- więcej niż 80% pochodzi z działalności na targach
- więcej niż 50% to wynagrodzenie z innej pracy
- więcej niż 50% pochodzi z handlu nie odbywającego się na targowisku
- więcej niż 50% stanowią świadczenia społeczne, n.p. emerytury, renty, zasiłki itd.

**9) Jeżeli Pan/Pani miałby/miałaby możliwość pracować gdzie indziej (na formalnej umowie) zarabiając to samo co zarabia tutaj jako sprzedawca/sprzedawczyni, czy Pan/Pani zmieniłaby pracę**

- Tak  Nie  Nie wiem

**Działalności sprzedawcy:**

**10) Jak długo Pan/Pani pracuje jako sprzedawca/sprzedawczyni w Warszawie? .....**

(lat) albo ..... (miesiące)

**11) Czy Pan/Pani pracuje aktualnie także na innych targach w innych miastach niż Warszawa?**

- Nie.

Tak , na jakich? .....

**12) W jakich dniach Pan/Pani pracuje na targach w Warszawie?**

Dni tygodnia	Liczba razy w miesiącu			
	1	2	3	4
<input type="checkbox"/> w poniedziałek	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> we wtorek	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> w środę	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> w czwartek	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> w piątek	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> w sobotę	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> w niedzielę	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**13) Na których targach w Warszawie pracuje Pan/Pani jako sprzedawca/sprzedawczyni?**

- Tylko na tym targu.  Na innych: jakie inne targi .....
- .....

**14) Ankietowany jest:**

- właścicielem straganu  współwłaścicielem straganu
- pracownikiem właściciela straganu  pracuje nieformalnie/ jako pracą dodatkową

**15) Na tym targu Pan/Pani pracuje:**

- w sposób niezależny  
 w ramach stowarzyszenia / grupy (producentów, sprzedawców itd.)

**16) Ile osób pracuje z Panem/Panią na tym targu:**

- pracuje sam/sama  
 razem z innymi, w tym [n°]..... członkowie rodziny i [n°]..... inne osoby (pracownicy, znajomi itd.)

**17) Jakimi produktami Pan/Pani handluje na tym targu?**

Produkty naturalne	<input type="checkbox"/> owoce/warzywa konwencjonalne <input type="checkbox"/> owoce/warzywa organiczne
Produkty przemysłowe	<input type="checkbox"/> sprzęty gospodarstwa domowego (narzędzia, akcesoria kuchenne itd.) <input type="checkbox"/> Odzież (odzież i obuwiu)
Inna żywność	<input type="checkbox"/> żywność przygotowane poza targami (wędliny, zakąski, słodczyce itd.) <input type="checkbox"/> jedzenie przygotowane na targu (kanapki, zapiekanki)
Rękodzieło sztuka, książki	<input type="checkbox"/> rękodzieło <input type="checkbox"/> dzieła sztuki <input type="checkbox"/> inne

**18) Liczba produktów, Pan/Pani sprzedaje na tym targu? .....**

**19) Ile kosztuje najdroższy produkt, który Pan/Pani sprzedaje? PLN ..... Jaki jest najtańszy produkt, który pan/pani sprzedaje? PLN .....**

**20) Żeby transportować towar sprzedawany na tym targu, Pan/Pani wykorzystuje**

<input type="checkbox"/> Własny transport?	<input type="checkbox"/> tylko dla moich produktów <input type="checkbox"/> transportuję też produkty dla innych sprzedawców
<input type="checkbox"/> Transport zlecony?	<input type="checkbox"/> transport jest wynajmowany tylko dla moich produktów <input type="checkbox"/> transport jest dzielony z innymi sprzedawcami

**21) Produkty sprzedawane na tym targu są:**

Jeśli chodzi o produkcję	<input type="checkbox"/> są one produkowane przez sprzedawcę lub jego rodzinę <input type="checkbox"/> są one zakupione od innych dostawców i sprzedawane na targach
Jeśli chodzi o konkurencję	<input type="checkbox"/> jest konkurencja wewnątrz targów

tów	<input type="checkbox"/> jest konkurencja w okolicach targu <input type="checkbox"/> nie ma bezpośrednich konkurentów
<b>22) Jeśli chodzi o działania urzędu miasta/dzielnicy regulujące handel na targu:</b>	
Reglamentacja/pozwolenia	<input type="checkbox"/> niedostateczna <input type="checkbox"/> odpowiednia <input type="checkbox"/> bardzo duża <input type="checkbox"/> Nie wiem
Kontrola	<input type="checkbox"/> robię tylko co kontrola wymaga <input type="checkbox"/> jeżeli robi się to co jest wymagane nie trzeba martwić się kontrolą <input type="checkbox"/> Nie wiem
Przepisy/ Regulaminy	<input type="checkbox"/> jasne <input type="checkbox"/> niejasne
Urząd miasta/dzielnicy	<input type="checkbox"/> pomaga w moich działaniach na targach <input type="checkbox"/> przeszkadza w moich działaniach na targach

**23) W Pana/Pani opinii, jakie są trzy główne rzeczy, które należałoby poprawić na tym targu?**

1° .....

2° .....

3° .....

**24) Uważa Pan/Pani, że jest jakieś urządzenie czy rozwiązanie technologiczne mogłoby ułatwić czy polepszyć działanie Pana/Pani stoiska?  Nie  Tak. Jakie:**

\_\_\_\_\_

**25) Osoby, które pracują z Panem/Panią na targu, posiadają formalną umowę pracowniczą?**

Nie  Tak. Jaki typ umowy: \_\_\_\_\_

**26) W jaki sposób zwykle finansuje Pan/Pani swoją działalność na targu?**

środki własne  kredyt bankowy  spółdzielnia  stowarzyszenie  pożyczka od rodziny  pożyczka od przyjaciół. Inna forma wsparcia finansowego:

\_\_\_\_\_

**27) Jeśli chodzi o kupno towaru, czy płaci Pan/Pani dostawcy:**

za całość towaru  w ratach  na kredyt u dostawcy. Inna forma negocjacji, jaka:

\_\_\_\_\_

**28) W jaki sposób ustala Pan/Pani ceny towarów?**

według dziennego zysku na targu  specjalne oferty dla klientów  zmienia Pan/Pani cenę, kiedy przychodzi na targ i widzi ceny na innych stoiskach Inne decyzje, jakie:

\_\_\_\_\_

**29) Jaką formę płatności klienci wybierają najczęściej?**

gotówka  karta debetowa  karta kredytowa

Inny typ płatności, jaki: \_\_\_\_\_

**30) Gdyby zaproponowano Panu/Pani przeniesienie swojej działalności do innej dzielnicy, zgodził/aby się Pan/Pani?  Tak  Nie  Nie wiem.**

**31) Czy ma Pan/Pani stałych klientów?  Tak  Nie**

**32) Czy większość Pana/Pani klientów mieszka w tej dzielnicy?**

Tak  Nie  Nie wiem

**33) Czy kiedy zamawia Pan/Pani towar, myśli Pan/Pani o konkretnych klientach?**

Tak  Nie

**34) Jakie tematy najczęściej się pojawiają w codziennych rozmowach na targu:**

Produkty spożywcze (przepisy, gotowanie, przechowywanie)

zdrowie  polityka  religia

inne tematy, jakie : \_\_\_\_\_

**35) Czy współpracuje Pan/Pani z jakimś lokalnym producentem lub pośrednikiem?**

Nie  Tak. Na czym polega ta współpraca?

\_\_\_\_\_

**36) Czy uczestniczy Pan/Pani w jakimś forum gdzie może Pan/pani wyrazić swoją opinię na temat działania targu, o prawodawstwie czy innych sprawach związanych z targiem?**

Nie  Tak. Jakie: \_\_\_\_\_

**37) Czy zna Pan/Pani jakąś organizację, która zrzesza/reprezentuje sprzedawców targowych?  Nie  Tak.**

Jeśli tak, to jakie:  związek zawodowy  stowarzyszenie  grupa  forum  rada

inne \_\_\_\_\_

**38) Czy jest Pan/Pani zrzeszony/a lub uczestniczy w jakiejś organizacji, która reprezentuje sprzedawców targowych?  Nie  Tak.**

Jeśli tak, to w jakiej:  związek zawodowy  stowarzyszenie  grupa  forum  rada

inne \_\_\_\_\_

**39) Co robi Pan/Pani produktami, które się nie sprzedały?**

( ) obniżam ceny por koniec dnia ( ) wymieniam się z innymi sprzedawcami na inne produkty ( ) rozdaję w dzielnicy ( ) rozdaję w innym miejscu ( ) zabieram z powrotem do własnego spożycia ( ) zabieram z powrotem w innym celu ( ) inny sposób, jaki:

---

**APÊNDICE III – ROTEIRO DE ENTREVISTA PARA O GESTOR DA FEIRA**

Que tipo de relação você tem com a feira ou mercado?

Sendo poder público:

- ( ) agente do comitê local ou regional na cidade
- ( ) técnico concursado que atualmente coordena as feiras no bairro
- ( ) Outro vínculo, qual: \_\_\_\_\_

Sendo iniciativa privada:

- ( ) apenas proprietário do terreno ( ) é funcionário e cuida do terreno
- ( ) tem outros terrenos com feiras em outros bairros
- ( ) Outro vínculo, qual: \_\_\_\_\_

Você considera que os equipamentos e a tecnologia utilizados pelo feirante atendem suas necessidades atuais?

\_\_\_\_\_

Como você percebe as relações de trabalho na feira (contratos formais, informais, não formais)?

\_\_\_\_\_

Há apoio público ou privado para a atividade do feirante? Se sim, quais:

\_\_\_\_\_

Atualmente existe alguma ação ou alguma alternativa de financiamento ou empréstimo para as atividades do feirante?

\_\_\_\_\_

Dos recursos não financeiros, qual o apoio que o feirante recebe do município ou do gestor da feira (barraca/cessão do espaço para a feira/taxa de aluguel simbólica/outra...)?

\_\_\_\_\_

Para a feira acontecer, existem parcerias entre atores (públicos, privados, empresas locais, organizações, associações, cooperativas, outros)?

\_\_\_\_\_

Que tipo de apoio é mais solicitado pelo feirante ao gestor da feira:

- coleta de resíduo  infraestrutura melhor  barracas melhores  calçamento  
 banheiros  apoio financeiro  apoio para o transporte  
 Outros, quais:

---

Seria possível relatar se há algum coordenador, controlador ou mediador no cotidiano da feira.

---

E nos casos de conflitos e demais demandas, quem é o responsável por resolver essas questões?

---

Você sabe dizer se existe algum contrato para formalizar o uso do espaço para a banca?  
(aluguel, licitação, etc.).

---

Em geral, o espaço utilizado para as feiras ou mercados, é público ou privado?

---

Na sua percepção, o feirante “tem espaço” para participar das decisões que envolvem as feiras?

---

Na sua percepção, o feirante “participa” das decisões que envolvem as feiras?

---

Você acha que a regulação vigente atende a realidade atual da feira?

---

Você considera que a feira causa algum tipo de impacto no bairro?

---

Você percebe se o índice de formalização das atividades do feirante tem se modificado com o passar do tempo? Atualmente, como você percebe essas condições?

---

## APÊNDICE IV – NÚMERO DE FEIRAS EM CURITIBA

Tipo de Feira	Localização/Bairro		
Orgânica 15	Emater Santa Quitéria Cristo Rei Passeio Público Seminário Praça da Ucrânia Praça do Japão Santa Felicidade		Cabral Jardim Botânico Portão Mercado Municipal Praça do Expedicionário Prefeitura Ahú (noturna)*
Direto da Roça * 08	Abranches Botiatuvinha Orleans Santa Felicidade		Uberaba Pilarzinho Boa Vista Santa Felicidade II
Ponto do Pescado * 01	Mercês		
Feira do Litoral * 01	Centro		
Feiras volantes * 39	Rebouças Água Verde B Jardim Botânico Uberaba/Vila São Paulo Santa Amélia Mossunguê São Francisco Bigorriho Boa Vista Xaxim (Rua Cascavel) Ahú Batel Boqueirão	Santa Quitéria Bairro Alto Água Verde A Jardim Social Jardim das Américas Cristo Rei Xaxim (Vila São Pedro) Santa Felicidade Alto da Glória Vila Hauer Seminário Portão Vila Guaíra Vista Alegre	Pilarzinho Bom Retiro Santa Felicidade (Jardim Pinheiros) Santa Felicidade (Jardim Virgínia) Prado Velho Mercês Bacacheri Santo Inácio (Jardim Saturno) Fazendinha (Santa Helena) Barreirinha Campo Comprido Cajuru
Nossa Feira = 15 05 desativadas em janeiro/2017: Sítio Cercado Tatuquara Vila São Pedro CIC/Caiuá Bairro Alto	Capão da Imbuia Praça 19 de Dezembro Uberaba Centenário São Braz Novo Mundo Barreirinha Uberaba		CIC/Campo Alegre Pilarzinho Vila Lindóia Xaxim CIC Capão Raso Campo de Santana
Feira Livre Noturna 12	Alto da Glória * Bacacheri * Bigorriho * Juvevê * São Francisco * Tatuquara *		Água Verde * Batel * Hugo Lange * Santa Felicidade * Vila Izabel * Sítio Cercado *

Quadro 1 – Feiras de hortifrutigranjeiros.

\* Informações obtidas no site da Secretaria de Abastecimento de Curitiba – SMAB.

\*\* Informações obtidas no site da Prefeitura Municipal de Curitiba, na aba do Instituto Municipal de Turismo de Curitiba – IMT.



Noturna 10	Alto da Glória Bacacheri Champagnat/Bigorriho Juvevê São Francisco	Água Verde Batel Hugo Lange Santa Felicidade Vila Izabel *
Gastronômica 03	Batel Cristo Rei Capão Raso	
Antiguidades 01	Praça da Espanha	
Artes Plásticas 01	Luiz Xavier	
Artesanato 22	São Lourenço Sítio Cercado Largo da Ordem Tatuquara Praça 29 de Março Água Verde Praça da Ucrânia República Argentina Santa Felicidade Bacacheri Boqueirão	CIC Fazendinha Hauer Jardim Botânico Juvevê Passeio Público Pinheirinho Portão Santa Quitéria Bairro Alto ** São Lucas **
Feira Especial de Páscoa 02	Praça Osório Praça Santos Andrade	
Feira Especial de Inverno 02	Praça Osório Praça Santos Andrade	
Feira Especial de Primavera 02	Praça Osório Praça Santos Andrade	
Feira Especial de Natal 02	Praça Osório Praça Santos Andrade	

Quadro 2 – Feiras diversificadas (gastronômica, antiguidades, artes plásticas, artesanato e feiras especiais).

\* Informações obtidas no site da Secretaria de Abastecimento de Curitiba – SMAB.

\*\* Informações obtidas no site da Prefeitura Municipal de Curitiba, na aba do Instituto Municipal de Turismo de Curitiba – IMT.

## APÊNDICE V – NÚMERO DE FEIRAS EM VARSÓVIA

<b>Distrito</b>	<b>Feiras fixas permanentes (Targowisko stałe)</b>	<b>Pontos de venda (Stanowisko handlowe)</b>	<b>Feira de um dia (Targowisko jednodniowe)</b>	<b>Pequenas feiras – com acordo firmado com o responsável pela gestão do terreno (Uzgodnienie z zarządcą terenu)</b>
Bemowo	02	04	-	
Praga Południe	06	34	01	01
Wawer	02	05	01	
Białołęka	04	14	01	
Praga Północ	04	13	02	
Wesoła	-	08	01	
Bielany	07	08	-	
Śródmieście	03	46	02	
Wilanów	-	06	-	
Mokotów	11	31	01	
Targówek	06	25	-	
Włochy	02	09	-	
Ochota	03	20	-	
Ursus	-	15	-	
Wola	02	52	01	04
Rembertów	-	07	01	
Ursynów	03	56		
Żoliborz	02	27	-	
<b>Total</b>	<b>57</b>	<b>380</b>	<b>11</b>	<b>05</b>

Quadro 3 – Feiras em Varsóvia.

Fonte: A autora, com base em Targowiska (2017).

## APÊNDICE VI – MAPA DAS FEIRAS EM VARSÓVIA

### Feiras Fixas Permanentes (Targowisko stałe)

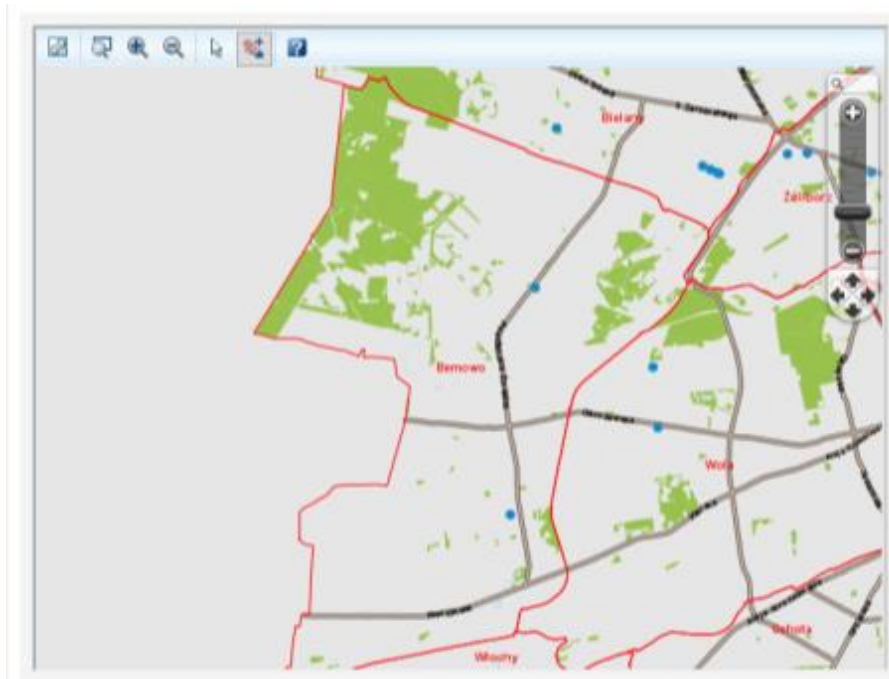


Figura 1 – Distrito Bemowo.  
Fonte: Targowiska (2017).

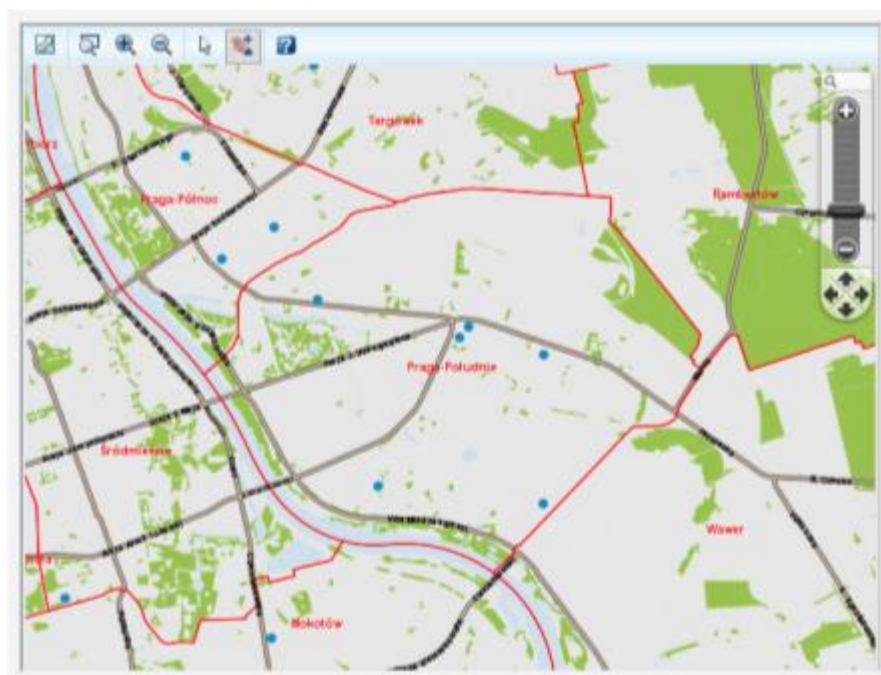


Figura 2 – Distrito Praga Południe.  
Fonte: Targowiska (2017).



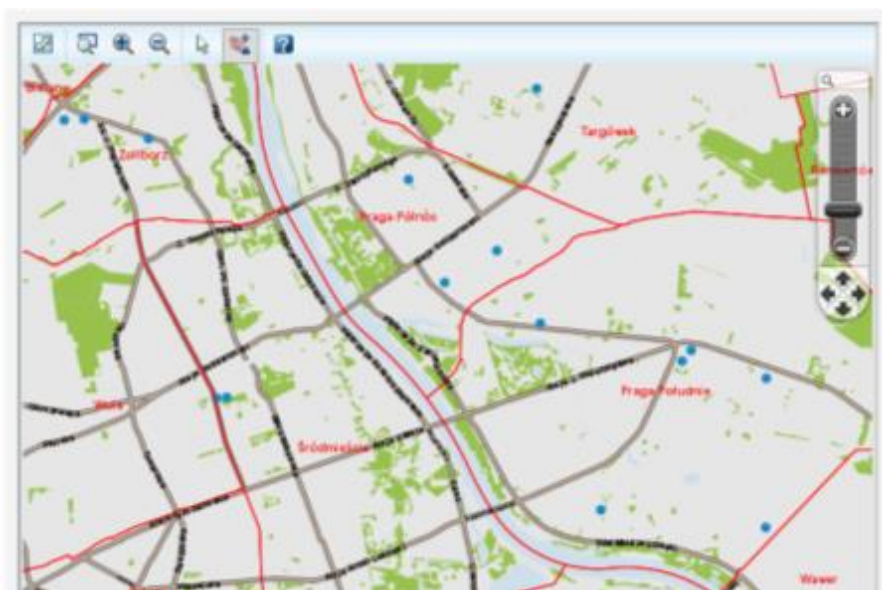


Figura 5 – Distrito Praga Północ.  
Fonte: Targowiska (2017).

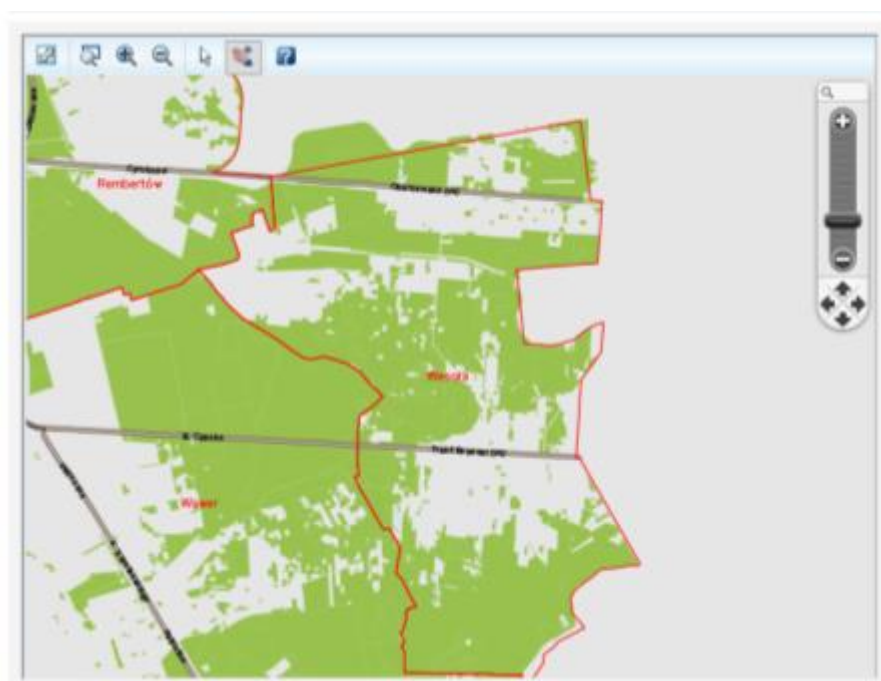


Figura 6 – Distrito Wesola.  
Fonte: Targowiska (2017).

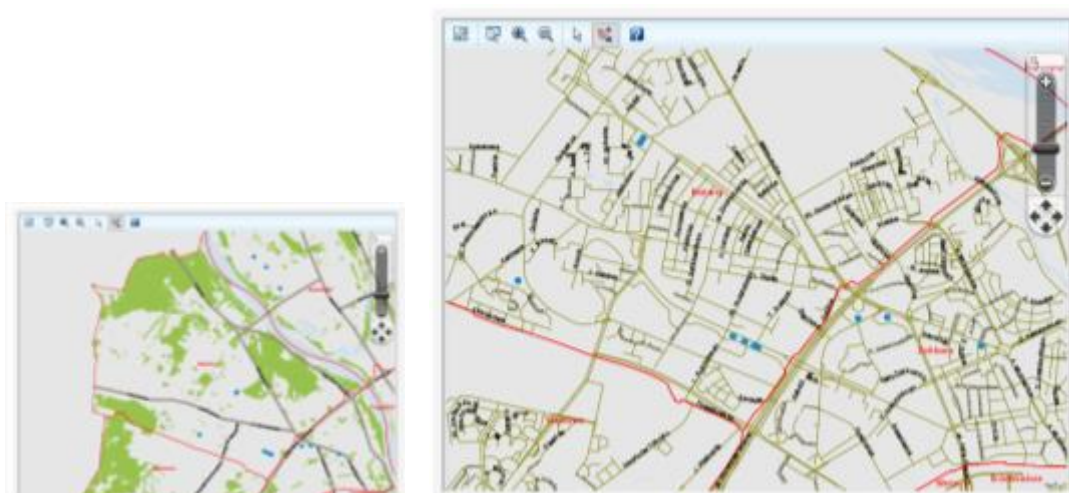


Figura 7 – Distrito Bielany.  
Fonte: Targowiska (2017).

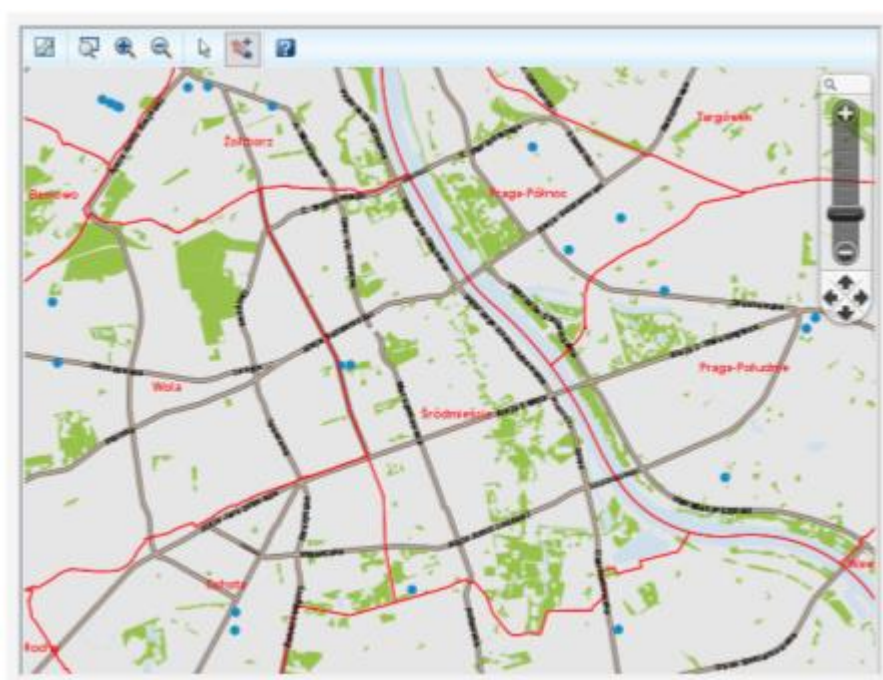


Figura 8 – Distrito Śródmieście.  
Fonte: Targowiska (2017).

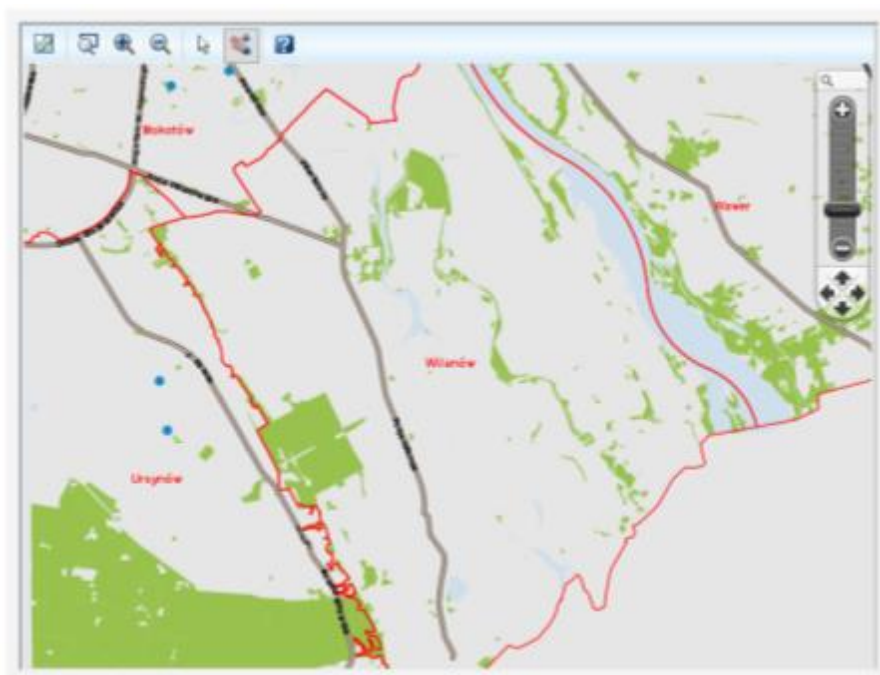


Figura 9 – Distrito Wilanów.  
Fonte: Targowiska (2017).

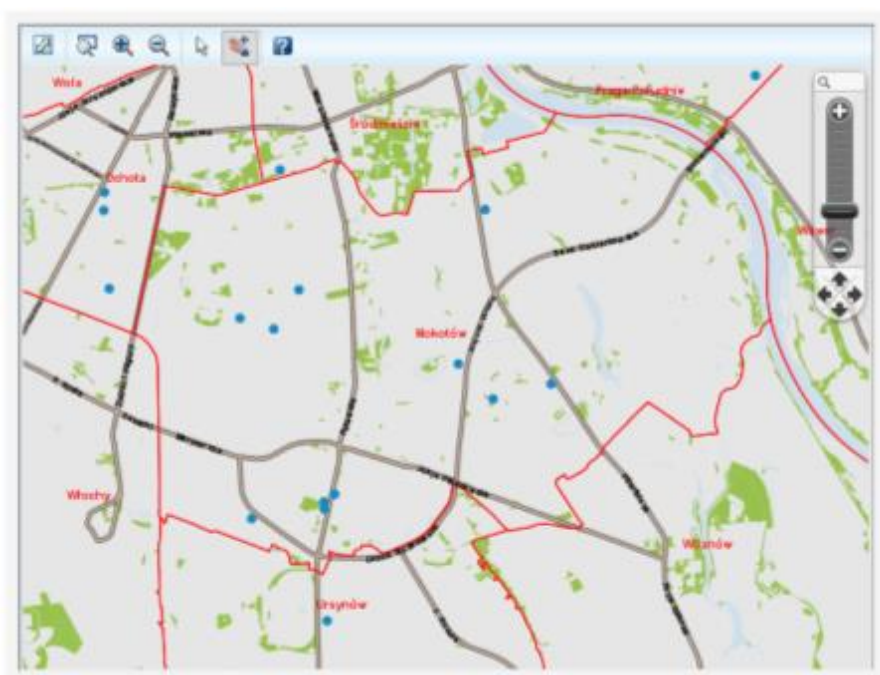


Figura 10 – Distrito Mokotów.  
Fonte: Targowiska (2017).

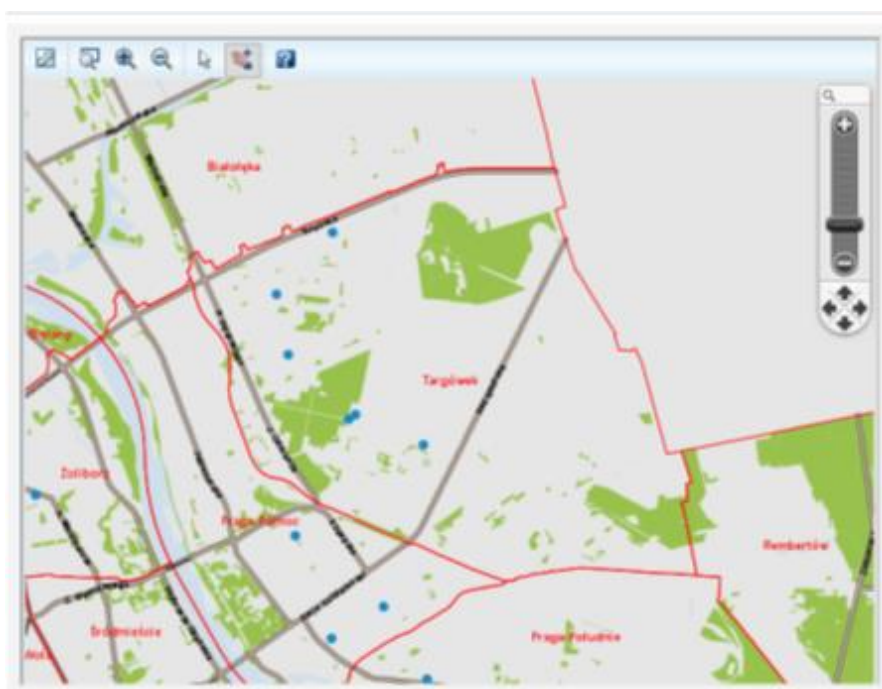


Figura 11 – Distrito Targówek.  
Fonte: Targowiska (2017).

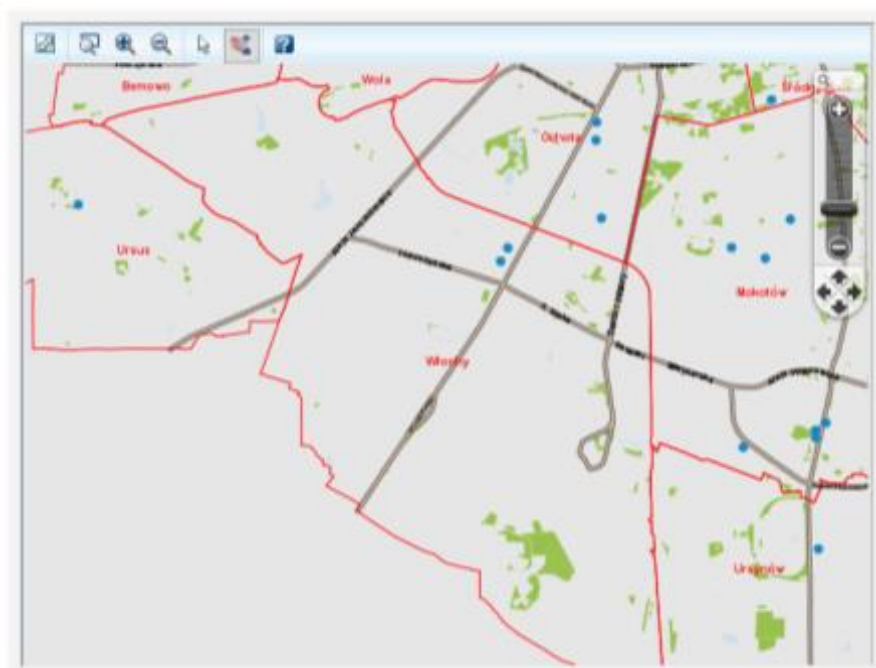


Figura 12 – Distrito Włochy.  
Fonte: Targowiska (2017).



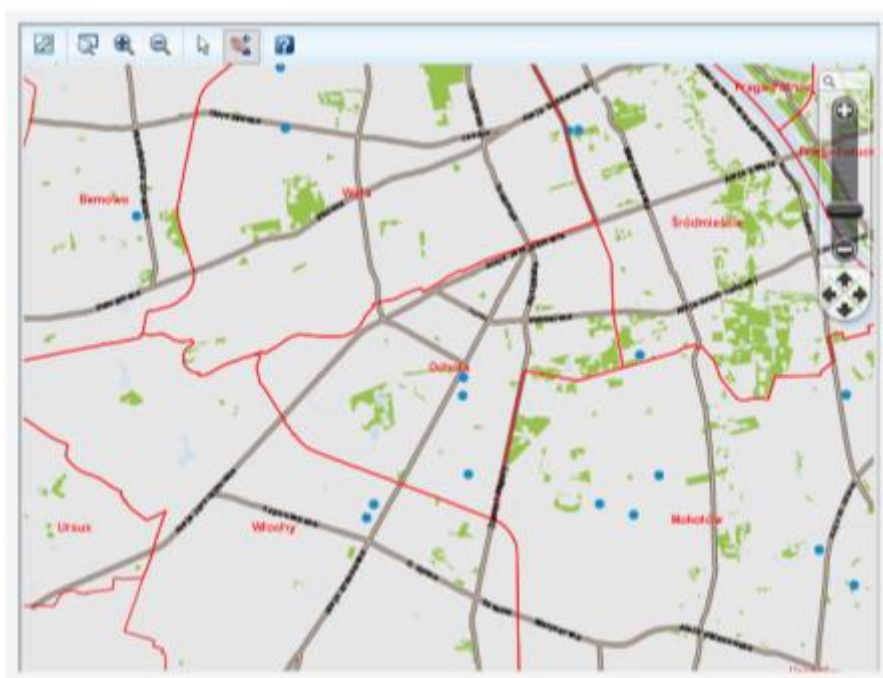


Figura 13 – Distrito Ochota.  
Fonte: Targowiska (2017).

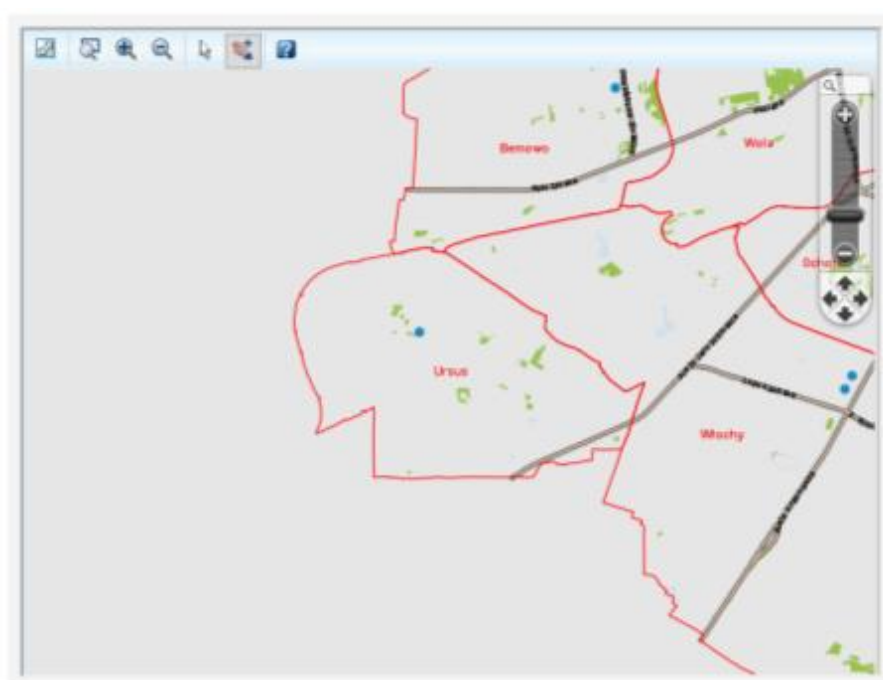


Figura 14 – Distrito Ursus.  
Fonte: Targowiska (2017).

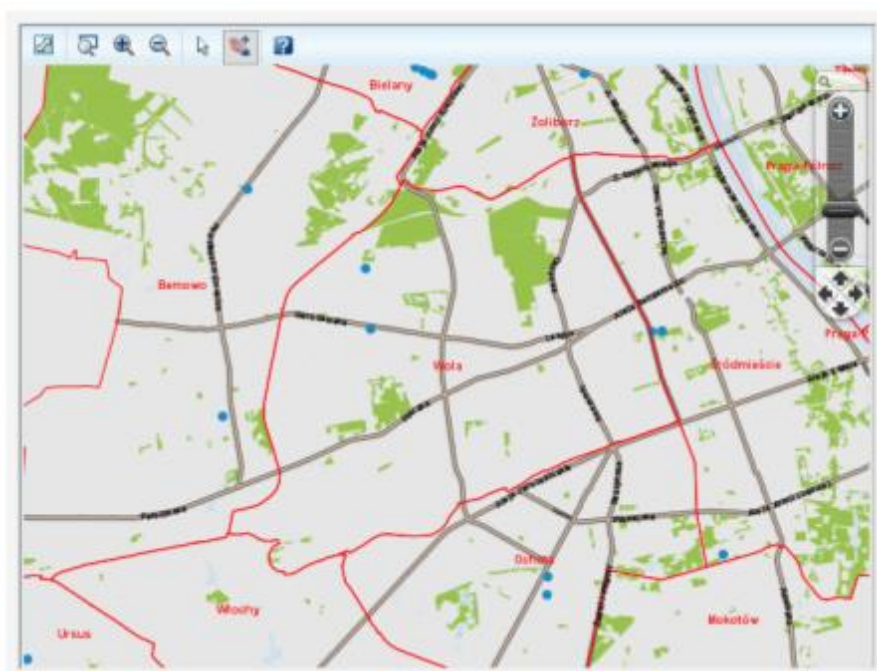


Figura 15 – Distrito Wola.  
Fonte: Targowiska (2017).

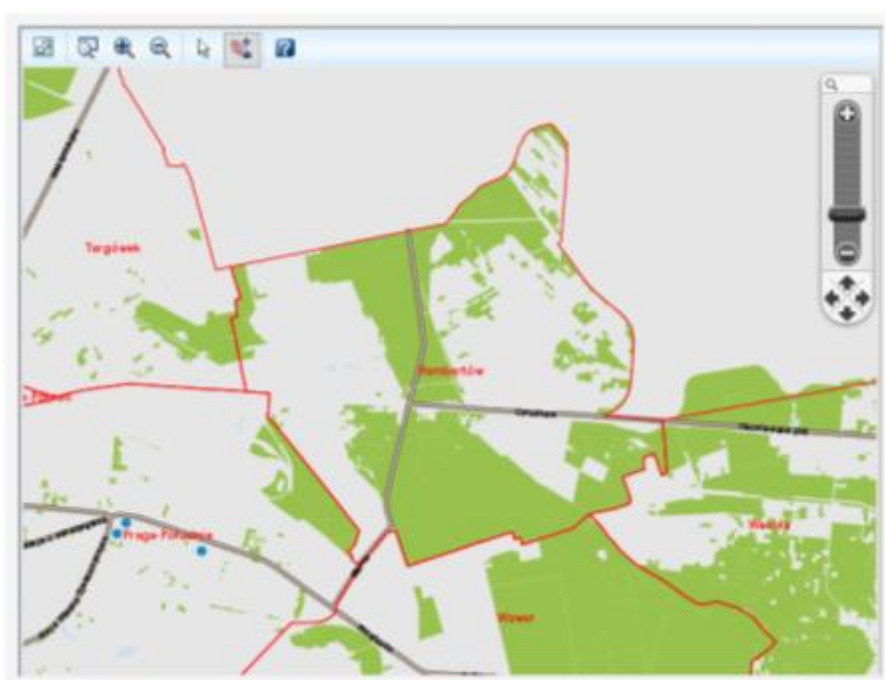


Figura 16 – Distrito Rembertów.  
Fonte: Targowiska (2017).



Figura 17 – Distrito Ursynów.  
Fonte: Targowiska (2017).

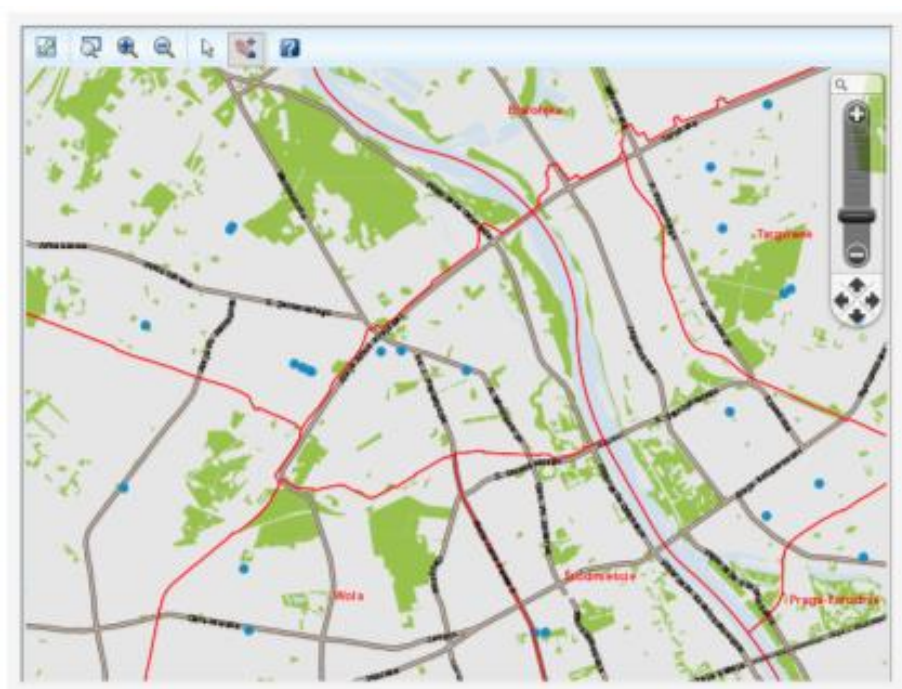


Figura 18 – Distrito Żoliborz.  
Fonte: Targowiska (2017).

## APÊNDICE VII – FEIRAS DE UM DIA: HORÁRIOS E ENDEREÇOS

<b>Distrito</b>	<b>Localização</b>	<b>Dias de funcionamento</b>	<b>Horário</b>
Białołęka	ul. Światowida	Sábado (Atividade suspensa temporariamente)	7h – 14h
Mokotów	ul. Piaseczyńska	Terça e sexta-feira	7h30 – 14h30
Praga Południe	ul. Dudziarska	Sexta-feira (Exceto feriados)	8h – 18h30
Praga Północ	ul. Namysłowska, 8 ul. Szwedzka róg Stalowej	Sábado e domingo Terça-feira e sexta-feira (Exceto feriados)	7h – 19h 6h – 15h
Rembertów	ul. Paderewskiego, 15	Quarta-feira (Exceto feriados)	7h – 18h
		Sábado (Exceto feriados)	7h – 14h
Śródmieście	al. 3 Maja (rej. ul. Kruczkowskiego)	Sábado (No período de 01 de janeiro a 31 de dezembro, exceto feriados)	9h – 15h
	pl. Konstytucji (rej. nr 4)	Terça e quinta-feira	9h – 19h
Wawer	ul. Żegańska, 1	Sábado (no período de 01 de maio até 31 de outubro)	6h – 14h
Wesoła	ul. Armii Krajowej, 32	Quinta-feira (Exceto feriados)	5h – 12h
Wola	ul. Górczewska, 56/60 (Stadion Olimpia)	Domingo	5h – 15h

Quadro 4 – Feiras de um dia.  
Fonte: Targowiska (2017).

## APÊNDICE VIII – MERCADOS EM VARSÓVIA

<b>Distrito</b>	<b>Localização do mercado</b>	<b>Gerente ou responsável pelo mercado</b>	<b>Tipo de produto</b>
Bemowo	ul. Człuchowska 25	Handlowa Spółdzielnia Pracy Hala Targowa "Wola" tel. (22) 664-81-80	Alimentos e produtos industrializados
	ul. Powstańców Śląskich róg ul. Wrocławskiej	"Tarbem" tel. (22) 638-94-24	Alimentos e produtos industrializados, Serviços
Białołęka	ul. Płochocińska 33 Giełda Samochodowa	Giełda Samochodowa	
	ul. Mehoffera 26	Stowarzyszenie Kupców Tarchomin tel. 22 676 70 06	Alimentos e produtos industrializados
	ul. Światowida róg ul. Ćmielowskiej	Tarcho-market sp. c. Biuro tel. 22 676 84 64	Alimentos e produtos industrializados
	ul. Porajów 1 Targowisko "Tarchomin"	Z G N w Dzielnicy Białołęka, tel. 811-68-59 wew. 110 oraz Stowarzyszenie Kupców Poraje ul. Poraje 1, paw. 23	Alimentos e produtos industrializados
Bielany	ul. Broniewskiego róg ul. Duracza	21 indywidualnych decyzji (dawne "Piaski")	Alimentos e produtos industrializados
	ul. Broniewskiego róg ul. Duracza	Pawilony Handlowe "Broniewskiego" s.c. tel. 601-337-493	Alimentos
	ul. Broniewskiego róg ul. Duracza	Stowarzyszenie Kupców i Rzemieślników "ARINA" tel. 605-536-497	Alimentos e produtos industrializados
	ul. Broniewskiego róg ul. Duracza	Związek Pracodawców "Kupiec" tel. 886-145-113	Alimentos e produtos industrializados
	ul. Conrada 11/13	Związek Pracodawców Małego Biznesu "Conrada" tel. (22) 669-74-18 wew. 123	Alimentos e produtos industrializados
	ul. Kasprowicza róg ul. Wolumen	Wolumen s.c. tel.604-057-076	Alimentos e produtos industrializados
		Społem WSS Żoliborz tel. (22) 560-01-06, kierownik targowiska tel. (22) 834-38-42	Alimentos e produtos industrializados
Mokotów	"Giełda Zimowa Stegny"	Viking Ski Poland sp. z o.o. tel. 602-370-370	Artigos esportivos industrializados
	1. ul. Gotarda ( 18 ) 2. ul. Jadźwingów ( 19 ) 3. ul. Gotarda ( 2 )	SM Służew tel. (022) 843-68-51 w 121 Stowarzyszenie Kupców "Gotarda" tel. 606-441-816	Alimentos e produtos industrializados
	ul. Janka Bytnara część boiska szkolnego	Stowarzyszenie Kupców Targowiska "Jedność Kupiecka" tel. 691-712-858	Alimentos e produtos industrializados
	ul. Powsińska róg ul. Bonifacego (Konstancjińska) BAZAR SADYBA	Spółdzielnia Kupców Bazaru Sadyba tel. (22) 642-55-26	Alimentos e produtos industrializados

continua

continuação

<b>Distrito</b>	<b>Localização do mercado</b>	<b>Gerente ou responsável pelo mercado</b>	<b>Tipo de produto</b>
Mokotów	ul. Puławska róg ul. Wałbrzyska Targowisko Wałbrzyska	tel. (22) 843-82-99	Alimentos e produtos industrializados
	ul. Raclawicka róg al. Niepodległości Pasaż Handlowy "Raclawicka"	Stowarzyszenie Kupców i Rzemieślników "Raclawicka" tel. (22) 646-43-08	Alimentos e produtos industrializados
	ul. Czarnomorska róg ul. Sobieskiego	MSM "Energetyka" administracja osiedla "Stegny Rożek" tel. (22) 858-17-93; 858-17-90	Alimentos (frutas, legumes), Produtos industrializados (têxteis)
	al. Lotników	SATOM s.c. tel. (22) 852-47-15	Alimentos e produtos industrializados, serviços
	ul. Nehru	Stowarzyszenie Kupców "Nehru" tel. 602-687-254	Alimentos e produtos industrializados
	ul. Smyczkowa 2	BISPOL BOM s.c. tel. (22) 853-13-31	Alimentos e produtos industrializados
	ul. Wołoska róg ul.Odyńca	Stowarzyszenie Kupców Pasaż Wołoska tel. 696-479-009	Itens diversos
Ochota	ul. Grójecka róg ul. Banacha "Banacha"	Zakład Gospodarowania Nieruchomościami Ochota Administracja tel. (022) 822-92-98	Alimentos e produtos industrializados
	Targowisko zastępcze ul. Skorochód-Majewskiego 5	Zakład Gospodarowania Nieruchomościami Ochota Administracja tel. (022) 822-92-98	Alimentos e produtos industrializados
	ul. Mołdawska	Zakład Gospodarowania Nieruchomościami Ochota Administracja tel. (022) 822-92-98	Itens diversos
Praga Południe	ul. Egipska róg ul. Afrykańskiej	Bazar Sp. z o.o. tel. 501-013-976	Alimentos e produtos industrializados
	ul. Grochowska 207 Rondo Wiatraczna	Stowarzyszenie Kupców Grochowa tel. (22) 810-98-01	Alimentos e produtos industrializados, serviços
	ul. Męcińska 22 Rondo Wiatraczna	Stowarzyszenie Kupców Praskich BAZAREK tel. (22) 870-70-72	Alimentos e produtos industrializados
	ul. Umińskiego	S.M. Gocław - Lotnisko tel. (22) 613-79-97 Administracja Wilga-Iskra tel. (22) 613-72-55	Alimentos e produtos industrializados
	ul. Zamońskiego 10	Área privada	Itens industrializados
	ul. Zamieniecka 90 C.H. Szembeka	Centrum Handlowe Szembeka tel. (022) 333-20-00	Alimentos e produtos industrializados
Praga Północ	ul. Stalowa, róg ul. Szwedzkiej	Zarząd Praskich Terenów Publicznych tel. (22) 619-07-54 wew.4	Alimentos e produtos industrializados e itens usados (cerca de 10%)
	ul.Targowa 54 BAZAR Rózyckiego	Stowarzyszenie Kupców Warszawskich Bazaru "Rózyckiego" tel. (22) 619-44-06; (22) 619-86-42	Alimentos e produtos industrializados
	ul. Namysłowska 8	Zarząd Mienia m.st. Warszawy ul. Jana Kazimierza 62 tel. 22 836 81 03	Alimentos e produtos industrializados
	ul. Radzyńska 6	Zarząd Praskich Terenów Publicznych tel. (22) 619-07-54 wew.4	Alimentos e produtos industrializados

continua

continuação

<b>Distrito</b>	<b>Localização do mercado</b>	<b>Gerente ou responsável pelo mercado</b>	<b>Tipo de produto</b>
Śródmieście	"Giełda Komputerowa" ul. Batorego	Politechnika Warszawska	Área privada
	Pl. Mirowski 1 "Hale Mirowskie"	Zarząd Terenów Publicznych ul. Jezuicka 1/3, tel. (022) 556-83-00	Alimentos e produtos industrializados
	al. Jana Pawła II rej. Hali Mirowskiej Corso kwiatowe	Zarząd Dróg Miejskich ul. Chmielna 120, tel. (022) 55-08-100	Flores e itens decorativos
Targówek	ul. Kondratowicza 4	"Bazar Bródno" s.c. tel. (22) 614-37-63	Alimentos e produtos industrializados
	ul. Krasnobrodzka 9/11	Zarząd Gospodarowania Nieruchomościami Targówek tel. (22) 594-07-07	Alimentos e produtos industrializados
	ul. Rembielińska 7A	Zarząd Gospodarowania Nieruchomościami Targówek tel. (22) 594-07-07	Alimentos e produtos industrializados
	ul. Trocka 8	Zarząd Gospodarowania Nieruchomościami Targówek tel. (22) 594-07-07	Alimentos e produtos industrializados
	ul. Wincentego 83	Zarząd Gospodarowania Nieruchomościami Targówek tel. (22) 594-07-07	Itens industrializados
	ul. Wincentego 88	Zarząd Gospodarowania Nieruchomościami Targówek tel. (022) 594-07-07	Itens industrializados
Ursus	ul. Gierdziejewskiego 20	Firma Usługowo-Handlowa WŁO-ART. tel. 501-751-916; 501-100-364	Alimentos e produtos industrializados
Ursynów	ul. Cynamonowa 21 targowisko "Na Skraju"	Pasaż Handlowy "Na Skraju" Sp. z o.o. tel. (22) 644-64-30	Alimentos e produtos industrializados
	ul. Surowieckiego 10/12 targowisko "Za Megasamem"	Spółdzielnia Mieszkaniowa "Jary" Dział Lokali Użytkowych tel. (22) 643-06-50	Alimentos e produtos industrializados
	ul. Surowieckiego 10/12 targowisko "Za Megasamem"	Zarządca tel. 603-949-192	Alimentos e produtos industrializados
	ul. Braci Wagów 22 targowisko "Na Dołku"	Stowarzyszenie Kupców i Inwestorów Giełdy "Na Dołku" tel. (22) 648-08-49	Alimentos e produtos industrializados
Wawer	ul. Panny Wodnej 46/48	Centrum Inwestycyjno - Handlowe "Radość Sp. z o.o." 04-862 Warszawa ul. Panny Wodnej 46/48 tel. (022) 615-85-47	Alimentos e produtos industrializados, Serviços
	ul. Walcownicza 14	Warszawska Spółdzielnia Handlowa "Fala", 04-921 Warszawa ul. Walcownicza 14, tel. (022) 872-91-16	Alimentos industrializados, Serviços

continua

conclusão

<b>Distrito</b>	<b>Localização do mercado</b>	<b>Gerente ou responsável pelo mercado</b>	<b>Tipo de produto</b>
Włochy	ul. Bakalarska 2	Przedsiębiorstwo Gospodarki Maszynami Budownictwa "Warszawa" Sp. z o.o. tel. (22) 845-24-62, Administrator tel. (22) 846-07-21	Flores e itens decorativos
	ul. Bakalarska 11	Nasz Rynek Sp. z o.o. ul. Bakalarska 11 02-212 Warszawa tel. (22) 846 07 34, (22) 846 51 79 email: biuro@naszrynek.eu	Alimentos e produtos industrializados
Wola	ul. Górczewska 56/60	"INSBUD-OLIMPIA" Spółka z o.o. "OLIMPIA" tel. (22) 836-62-82, 84	Alimentos e produtos industrializados
	ul. Obozowa róg ul. Newelskiej "Bazar na Kole"	WSS "Społem" Wola tel. (022) 632-57-54, Administrator tel. (22) 836-23-51	Alimentos e produtos industrializados
Żoliborz	ul. Słowackiego 45	Haltar Sp. z o.o. tel. (22) 663-42-33	Alimentos e produtos industrializados, Serviços
	ul. Włociańska 35A	Polskie Centra Handlowo-Usługowe S.A. tel. (22) 663-63-06	Alimentos e produtos industrializados, Serviços

Quadro 5 – Mercados em Varsóvia.  
Fonte: Adaptado de Targowiska (2017).



## APÊNDICE IX – DESCRIÇÃO COMPLEMENTAR DAS RESPOSTAS OBTIDAS POR MEIO DOS QUESTIONÁRIOS, JUNTO AOS FEIRANTES EM VARSÓVIA

### a) Incômodo em falar sobre o local de sua moradia, sobre os ganhos e renda da família, conforme anotações de campo:

*“o feirante não quis responder qual era o bairro onde mora”, “feirantes desconfiam e não querem responder perguntas sobre finanças”*

*“Questão 8 - difícil de responder; tirando a questão 8, as demais perguntas não foram difíceis de aplicar”*

*“problema com a questão 8, impossível estimar ganhos”*

*“problemas em responder à questão 8”*

*“não quis responder à questão 8”, “não querem falar sobre assuntos financeiros”*

### b) Percepção dos entrevistadores quanto à receptividade em participar da pesquisa:

*“os jovens responderam com mais entusiasmo quando souberam que somos estudantes e que não se trata de qualquer controle ou fiscalização da feira, mas de um trabalho acadêmico; as pessoas que não são proprietárias das bancas não querem responder explicando o que não sabem”*

*“a pessoa queria conversar; com exceção da questão sobre educação; as outras perguntas o respondente contestava e reclamava muito, é a minha opinião”*

*“os vendedores não estavam interessados em falar; a pesquisa é muito longa e algumas perguntas eram muito complicadas para eles; eles estavam com medo de sermos alguém das autoridades fiscais - eles estavam com medo”*

*“desconfiança de vendedores que não queriam conversar nem responder; a pesquisa é muito longa”*

*“o vendedor era motorista; por 27 anos ele trabalha na feira; a pesquisa é muito longa para ele; está cansado, levanta-se às 3h30 para chegar à feira”*

*“a pesquisa é muito longa; das 7 pessoas apenas 2 queriam conversar e responder”*

*“os vendedores estavam preocupados se a informação era mantida fora do alcance das autoridades fiscais, da cidade, ou seja, se a resposta seria sigilosa, etc.”*

*“as pessoas responderam com bastante disposição”*

*“a dama falou com bastante disposição; ela queria doar alguns ovos; ela está em idade de aposentadoria, mas gosta de trabalhar, tem clientes fixos e até mesmo alguns que que-*

*rem se casar com ela; ele diz que seus ovos dão efeito Viagra e é por isso que ele tem clientes que vêm de bairros distantes”*

*“informei o feirante que o questionário estava vinculado a uma pesquisa internacional e que eu estava ajudando a coletar respostas”*

*“algumas perguntas pouco claras, difíceis de responder”*

*“vários outros feirantes se recusaram a responder”*

*“as perguntas 18 e 19 são as mais difíceis de responder”*

*“algumas perguntas eram difíceis de responder ou não correspondiam à realidade polonesa; o feirante foi aberto e amigável; outros feirantes não queriam falar”*

*“os vendedores não queriam conversar; as perguntas abertas eram difíceis para eles”*

*“os feirantes não queriam conversar”*

*“os feirantes não queriam conversar; uma pessoa da coordenação da feira deu explicações sobre o seu funcionamento, as perguntas mais difíceis de responder: 7, 16 18; havia muita movimentação de clientes”*

*“os feirantes não quiseram responder às perguntas”*

*“o feirante que contestou a pergunta era muito desconfiado; não quis falar sobre algumas coisas; disse que há muito o que melhorar na feira, mas não quis dizer quais eram as melhorias”*

*“o feirante estava disponível para responder às perguntas; seu trabalho é irregular; é difícil saber quantas vagas registradas e regulares existem; são duas organizações, que controlam as duas feiras, onde ambas compartilham o mesmo terreno - é difícil saber em qual ponto ficam as bancas”*

*“questão 18 é difícil de responder porque tem muita mercadoria variada e falta computador; as perguntas 22, 26 e 28 são difíceis, porque o entrevistado é funcionário e não sabe responder”*

*“somente durante a terceira visita na banca o feirante quis falar”*

*“a questão 18 - foi de difícil compreensão pelos feirantes”*

*“os feirantes não queriam responder às perguntas; pareciam assustados; somente a coordenadora da feira cedeu informações”*

*“os feirantes não quiseram participar”*

*“o feirante estava aberto; polonês-cigano; se interessou pela pesquisa”*

*“das 8 feirantes apenas 2 se recusaram a responder à pesquisa, poucos clientes no momento da aplicação dos questionários”*