

FEIRAS LIVRES: DINÂMICAS ESPACIAIS E RELAÇÕES DE CONSUMO

RESUMO

Este artigo trabalha as dinâmicas econômicas espaciais da feira livre de São Bento em Cascavel/CE, no âmbito das resistências e/ou transformações das formas de consumo. A interpretação através de um olhar empírico e teórico revela a permanência das feiras livres no contexto das mudanças econômicas e políticas da Região Metropolitana de Fortaleza, onde a feira está localizada. Elas se mantêm no espaço não somente por sua lógica tradicional, mas devido às ações dos agentes que equilibram a organização das feiras com as características do comércio moderno. Reúnem maior flexibilidade quanto à forma e função, para que possam sobreviver às novas tendências socioeconômicas e culturais, e seus agentes (comerciantes, produtores e consumidores) criam estratégias econômicas e espaciais de resistência. Com base nessas questões o texto procura estabelecer a relação entre feira livre e cidade, na perspectiva de contemplar as dinâmicas que orientam a produção do espaço urbano.

Palavras-chave: Feiras Livres, Comércio, Cidade

ABSTRACT

This article deals with the spatial economic dynamics of the street market of St. Bento in Cascavel / CE as part of the resistance and / or transformation of forms of consumption. The interpretation through an empirical and theoretical look reveals the permanence of the street markets in the context of economic and political changes in the metropolitan region of Fortaleza, where the fair is located. They remain in space not only for its traditional logic, but due to the actions of the agents that balance the organization of fairs with the characteristics of modern commerce. Gather greater flexibility in form and function, so they can survive the new socio-economic and cultural trends, and their agents (traders, producers and consumers) create economic and spatial strategies of resistance. Based on these questions the text seeks to establish the relationship between free fair and city with a view to addressing the dynamics that guide the production of urban space.

Words-key: street markets, commerce, city

RESUMEN

Este artículo revela de la dinámica económica y espaciales del libre mercado de São Bento en Cascavel/CE como la resistencia y / o transformación de las formas de consumo. La interpretación a través de una mirada empírica y teórica revela la permanencia de los mercados en el contexto de los cambios económicos y políticos en la Región Metropolitana de Fortaleza, donde se encuentra la feria. Permanecen en el espacio no sólo por su lógica tradicional, pero debido a las acciones de los agentes que equilibran la organización de ferias con las características del comercio moderno. Reúne una mayor flexibilidad en la forma y función, para que puedan sobrevivir las nuevas tendencias socio-económicas y culturales, y sus agentes (comerciantes, productores y consumidores) crear estrategias económicas y espaciales de la resistencia. En base a estas preguntas el texto busca establecer la relación entre la ciudad y libre mercado con el fin de abordar las dinámicas que rigen la producción del espacio urbano.

Palabras-clave: Feria, comercio, ciudad

Autor(a): **MARIA REGIANE DA COSTA**

mregic@yahoo.com.br
Universidade Estadual do Ceará (UECE)

DIONYS MORAIS DOS SANTOS

dionys_dms@hotmail.com
Universidade das Américas
(UNIAMÉRICAS)

INTRODUÇÃO

INTRODUÇÃO

Este artigo realiza uma análise sobre a feira livre de São Bento em Cascavel/CE, no contexto de uma reestruturação do papel dos seus agentes a partir das modificações das formas de consumo. Procuramos debater o consumo e sua centralidade no processo geral de produção do espaço urbano, tendo como referência a relação entre cidade e feira livre.

A feira livre é uma forma comercial indutora da concentração de pessoas, capitais, mercadorias e, por si, de renovação ou de resistência no espaço urbano. Elas se originam de forma espontânea nas cidades e são formadas por uma reunião pública e autorizadas de compradores e vendedores de mercadorias, que se encontram em intervalos regulares num lugar estabelecido (BROMLEY, 1980, p. 647).

Ao observar a marcha histórica desses mercados periódicos, deparamos com o respaldo das feiras na Idade Média, o que levou Braudel (1998) a defini-las como uma das formas mais diretas e transparentes de troca em todos os continentes. Por funcionarem em espaços abertos, as feiras ainda contrapõem-se aos outros tipos de concentração comercial que se reproduzem nos espaços fechados, voltados para dentro e ignorando a cidade pública com seus ambientes movimentados e animados (SALGUEIRO, 2009, p.10). As ruas, praças e avenidas são territórios apropriados por feirantes que expõem suas mercadorias atraindo vários tipos de consumidores.

As feiras surgiram no momento que o homem produziu além das necessidades básicas, levando-o a realizarem a troca do excedente (HUBERMAN, 1981). Mesmo ao manter algumas de suas características embrionárias, a evolução no tempo fez com que muitos desses mercados se apresentassem com particularidades em diversas partes do mundo. No Brasil, as feiras livres estão presentes desde a colonização e atualmente ainda são importantes formas espaciais presentes nas cidades, sendo que em algumas regiões possuem um destaque muito maior, a exemplo do nordeste brasileiro.

Apesar de ser uma atividade comercial de tempos remotos, as feiras se expressam, nos dias atuais, tanto nos pequenos como nos grandes centros urbanos. Elas se mantêm no espaço não somente por sua lógica tradicional, mas devido às recentes ações dos agentes que equilibram a organização das feiras com as recentes características do comércio moderno. Para Pindaudi (2005) uma forma comercial para durar no tempo tem que ter capacidade de resistência, criar raízes e se atualizar para dialogar com as novas formas. Por esta razão, o consumo nesses espaços é incentivado por uma maior demanda de produtos de longas distâncias; as diversas formas de pagamentos incluem cada vez mais as tecnologias de informação e o uso corporativo do crédito; e é comum que várias pessoas tenham progressivamente maior acessibilidade a diversos produtos modernizados.

Os agentes sociais diretamente envolvidos com tais dinâmicas também são variados e pertencem a diversas classes sociais. Nas feiras, se engajam o pequeno agricultor, os artesãos que negociam a própria produção, os comerciantes sem cadastro e formalização, consumidores modestos, mas também, empresários de uma produção em larga escala, empresas de transporte estruturadas e consumidores de classe média.

O artigo objetiva analisar os elementos e os agentes espaciais que aparecem nessas feiras, apresentando suas características locais e tipológicas, para então discutir sua expansão e atual perfil de consumo face às mudanças econômicas urbanas da feira livre de São Bento em Cascavel/CE.

Com base na proposta, estruturamos o texto em três partes: a primeira parte traz uma abordagem sobre o consumo nos aspectos gerais nas feiras livres; segundo apresenta a feira de São Bento no contexto da cidade de Cascavel/CE, localizado na Região Metropolitana de Fortaleza; e por último, uma terceira parte discute os elementos do consumo na feira livre de São Bento. É com base nesta sistematização que o trabalho procura tecer contribuições para os estudos sobre a temática das feiras livres e sobre as atuais dinâmicas do recorte empírico indicado.

O ARRANJO E O CONSUMO NAS FEIRAS LIVRES.

Quanto à forma e função espacial, as feiras livres se materializam no espaço como formas comerciais de caráter socioeconômico e cultural. Os mercados periódicos, com pequena ou grande dimensão, organizam-se nas ruas e praças, onde feirantes expõem diversos tipos de produtos, desde aqueles confeccionados com técnicas inovadoras até as mercadorias produzidas nos moldes mais rudimentares. Com os produtos expostos em estruturas de barracas, atraem populações locais ou mesmo de uma região.

Por muito tempo quando a produção do campo era destinada ao consumo da cidade, as feiras apresentavam produtos regionais, em sua maioria, gêneros alimentícios. Nas feiras livres contemporâneas, vestuários, brinquedos de plástico, utensílios domésticos de alumínio e vidro, CDs piratas, eletrônicos importados e alimentos enlatados estão presentes, nas barracas, ao lado de produtos artesanais produzidos localmente, como produtos de couro, barro, palha, madeira, bordados e rendas, além das comidas típicas e das ervas medicinais.

Essas mudanças de conteúdos nas feiras ocorreram porque também vários aspectos da sociedade alteraram-se, ou seja, a população passou a concentrar-se na zona urbana e adquiriu outras necessidades. Surgiram outras formas de varejo moderno variando mais ainda os lugares onde a população possa adquirir as mercadorias. Com esse ensejo, as feiras passaram a conviver com os supermercados, shopping Center, lojas e ruas comerciais, que para (JESUS, 1992, p.92) "no período atual surgem os supermercados, um grande adversário para as feiras no varejo da cidade".

Por isso, o novo perfil do consumo nas feiras livres revela maior flexibilidade quanto à inovação de produtos e o modo de organização do trabalho, para continuar presente como forma comercial no espaço urbano. Assim, elas se adequam às novas tendências econômicas e culturais da sociedade contemporânea. Com a passagem do Fordismo para acumulação flexível, permitiu uma aceleração do ritmo da inovação do produto (HARVEY, 2005). Isso implicou num excesso de oferta de mercadoria para agradar o consumidor e com a força da propaganda expandiu-se rapidamente em ampla escala espacial. Aproveitando-se desse efeito que a mercadoria causa sobre o consumo, a feira também elegeu a demanda de variedade de produtos a partir da imitação para atrair os consumidores.

As reflexões sobre o conteúdo e as funções das feiras nos levaram a indagar sobre as alterações do perfil do consumo neste mercado periódico. Eles apresentam um exemplo valioso de lugar onde as mudanças socioeconômica e cultural modificaram, em alguns aspectos, algumas atividades urbanas em outros tempos. Essas alterações se expressam nas feiras das pequenas cidades e, principalmente, nas das grandes capitais.

Dessa reflexão nos indagamos: como se dá o comércio e o consumo nas feiras livres atuais? Dentre os diversos fatores discutimos as alterações no modo de produção capitalista e suas repercussões no espaço urbano, para focalizar as principais características do consumo nas feiras. Porque elas, em seu estágio embrionário, eram uma das formas comerciais predominantes, e quase únicas para unir pessoas de todas as classes sociais e mercadorias. Não havia quase distinção de lugares para diferenciar o consumo de acordo com o poder aquisitivo da população.

Mas, quando o capitalismo viveu sua fase comercial, foi necessário ampliar a produção da matéria-prima e o mercado consumidor. O alcance se estendeu a outros continentes, principalmente onde se formaram as colônias. Nesse período o processo de confecção de mercadoria era artesanal e as feiras tiveram um papel de disseminar produtos como: bebidas (rum), tecidos, armas e escravos. (MENESES, 2005). Com o desenvolvimento das forças produtivas, via indústria, ocorreu a produção em grande escala e emergiram uma diversidade de produtos. Consequentemente estes produtos processados com uso de

equipamentos chegam às feiras-livres. Vestuários, utensílios domésticos, calçados e eletrônicos diversificam ainda mais esse mercado periódico.

Pazera (2003) ao analisar as feiras da Paraíba no Nordeste concluiu que os novos perfis de consumo nas feiras estão sempre a exigir diversificação de produção de bens materiais e não necessariamente identificação com a região. Neste processo modernizador, a feira se enche de produtos para agradar o consumidor. Com estoque constantemente renovado utiliza-se a força das mídias para atualizar os modelos mais procurados pela clientela e logo causam desejos maiores de consumo das pessoas, tendo em vista que, atualmente, o pagamento à crédito impulsiona a compra imediatamente.

Isso é reflexo da modernização produtiva que resultou em uma desigual divisão do trabalho entre as classes sociais, o que causou, por consequência, uma desigual capacidade de consumo, que para Santos (1981) variava em qualidade, quantidade e frequência. Por isso, Santos (2008) propôs uma teoria espacial para explicar o funcionamento dessa economia urbana, que contemplava as transformações do setor produtivo brasileiro e a consequente geração de dualidades de empreendimentos e mercados modernos e não modernos. Nesta proposta teórica (SANTOS, 2008), a economia urbana dos países subdesenvolvidos seria lida através dos circuitos superior e inferior.

O circuito superior da economia urbana é constituído pelos bancos, pela indústria urbana moderna, pela indústria e comércio de exportação, pelos serviços modernos e pelos comércios atacadistas. Já o circuito inferior da economia urbana é formado, essencialmente, por formas de fabricação de capital não intensivo, pelos serviços e comércio não modernos, de pequena dimensão e fornecidos “a varejo”.

Em nossa concepção, no circuito inferior da economia urbana, encontram-se muitas variáveis que explicam a produção das feiras livres, tais como a inserção de novos trabalhadores geralmente não qualificados e a adequação de novas formas organizacionais do consumo, do crédito e da própria negociação e circulação dos produtos.

As variáveis que explicam os circuitos superior e inferior da economia urbana dos países subdesenvolvidos (SANTOS, 2008) mostra que o circuito inferior da economia urbana cria condições para que grande parte da população pobre tenha acesso aos serviços e bens desejáveis, visto que a atuação dos agentes que compõem esse circuito é dinâmica e criativa. Eles adaptam, a partir dos elementos do setor moderno, formas de produzir, comercializar e consumir de forma mais simples e de custo menor. No período atual, os artigos importados, a imitação e a divulgação já fazem parte do perfil comercial existente no circuito inferior (MONTENEGRO, 2006).

Então, propaganda e acesso ao crédito determinam que o consumo se alastre na sociedade e no território. Sabendo que a publicidade é um elemento constante nas formas comerciais modernas, hoje também já se faz presente nos pequenos negócios no circuito inferior. Segundo Silveira (2011) nos dias atuais a publicidade se torna importante e também acelera a circulação no circuito inferior. Com um teor bem simples a propaganda é feita por cartões de visita, faixas, *banners*, pequenos anúncios, cartazes, carro de som e outros.

Independente de como o consumo se projetou na sociedade é certo que os hábitos modernos se expandiram, porém foram criadas distorções principalmente nos países mais pobres e as corporações não deixaram de investir em um consumo diferenciado e elitizado (SILVEIRA, 2011). Porém, a autora também argumenta que nos dias atuais o crédito como uma manifestação da lógica financeira, abrange todos os lugares. Com isso, alguns lugares que são visíveis aos mais carentes de renda, consequentemente também dispunham desses elementos como barganha de obter e ampliar o consumo.

A cidade que possui uma feira se movimenta em função de um contingente de pessoas que sobrevivem direta ou indiretamente dela e dos que vão à busca de produtos. Para os feirantes, ela é um meio de sobrevivência, um complemento de renda; para os consumidores e um local de acesso de materiais de necessidades básicas.

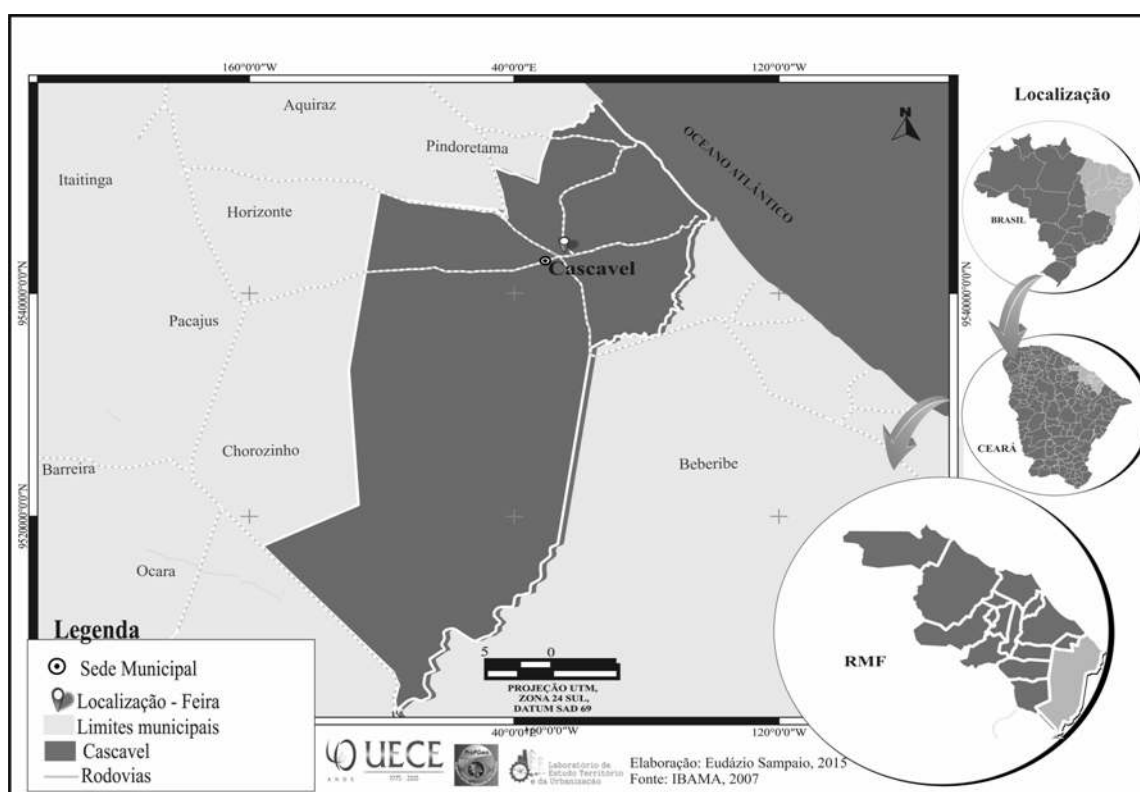
Além disso, as feiras-livres se manifestam, atualmente, vivas no espaço e mesmo com suas particularidades próprias em lugares públicos, mas sempre responde às mudanças impostas pelo sistema político e socioeconômico dominante, em cada período na história. As mudanças do perfil das feiras livres estão relacionadas à reorganização da economia e da sociedade, que vem ocasionando diversificação e aprofundamento do consumo.

A CIDADE DE CASCAVEL/CE E SUA FEIRA LIVRE.

O comércio foi a principal atividade econômica de Cascavel/CE desde sua origem, sendo responsável pela fixação dos primeiros moradores, aumentando assim a densidade demográfica da cidade. Ao mesmo tempo em que a atividade mercantil se dinamizou, também estimulou o crescimento de outras ocupações como o artesanato, a pesca e a agricultura. Juntamente com as atuais atividades ligada à indústria, serviços e turismo litorâneo compõem as formas de ocupação da população cascavelense.

Em Cascavel, os aspectos localizacionais cooperaram para aumento do adensamento populacional quando ainda estava germinando e atualmente esse fator favorece o maior fluxo de pessoas, mercadorias e informações. Situada no litoral leste do Estado, a 60 Km da Capital cearense, (Mapa 01) o município foi um dos últimos a integrar a Região Metropolitana de Fortaleza no 2009.

MAPA 1: LOCALIZAÇÃO DE CASCAVEL/CE.



Cascavel/CE está inserida no grupo de cidades que surgiram ao longo das estradas que serviram de passagem de boiadas e mercadorias, sendo uma paragem à mão direita da Estrada Real. O povoado atraía também retirantes que fugiam das secas, além das pessoas que se aventuravam na atividade comercial (BESSA, 2001). O núcleo central da vila era constituído por agricultores, mercadores, missionários, caixeiros-viajantes e comboieiros. O crescimento da feira e expansão do comércio local estaria relacionado ao papel de Cascavel/CE como distribuidor de mercadorias provenientes de outros lugares, que chegavam através dos

mercadores. Foi por tais razões que a feira de São Bento surgiu e com o decorrer do tempo ganhou importância na cidade.

São Bento é uma feira centenária que surgiu no século XIX, inicialmente conhecida como Feira Velha, localizada perto das primeiras residências e da primeira capela de Cascavel. Em seu embrionário comercializava principalmente a produção do excedente de pequenos sítios do município e os moradores do litoral forneciam mariscos e objetos artesanais.

Com o crescimento da cidade e do centro urbano, criou-se um espaço para a instalação de outras formas comerciais: o mercado público, mercearias e bodegas. Também junto desse embrionário centro de circulação comercial foi inserida a feira de São Bento, que com o passar do tempo ocupou todo o espaço em torno dos mercados e lojas comerciais e o ultrapassou, se estendendo por ruas mais afastadas, onde se comercializam móveis rústicos e animais.

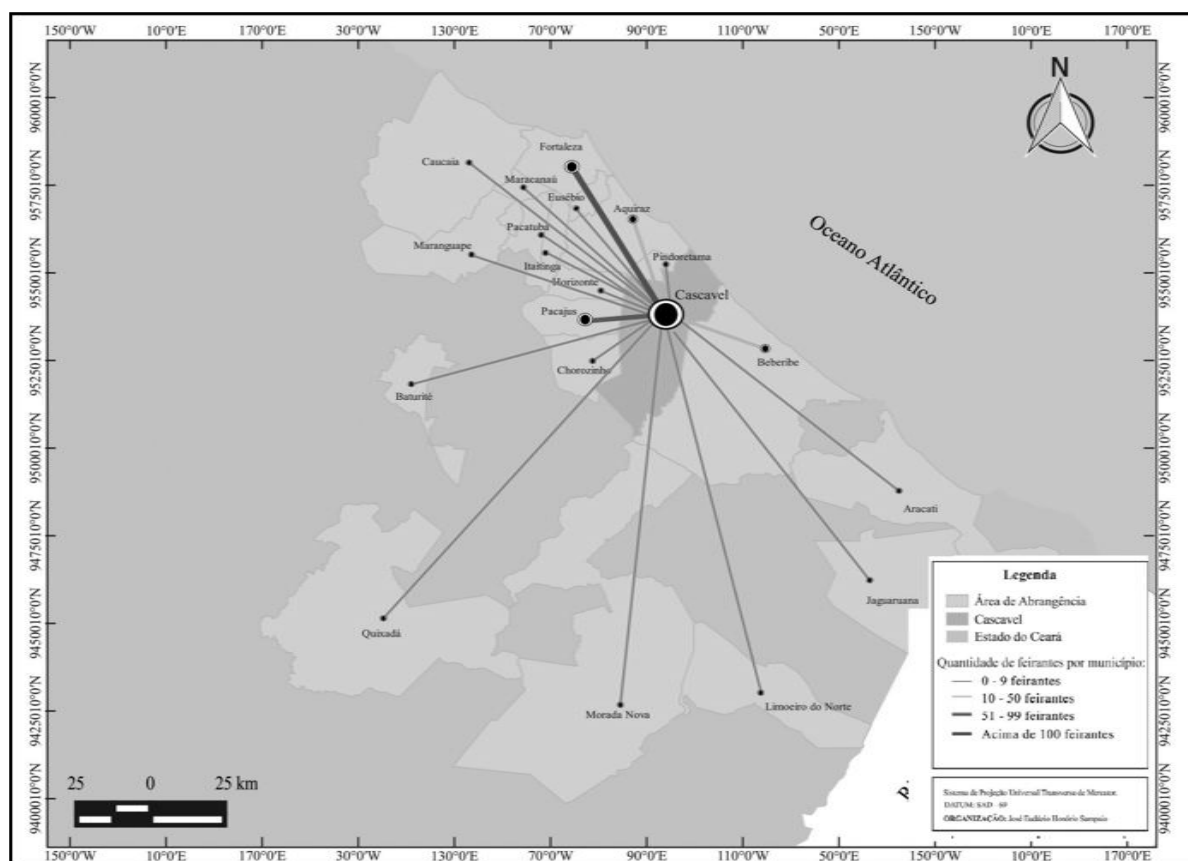
Há uma característica espacial diferenciada na ocupação do espaço urbano pela feira de São Bento. Enquanto em outras cidades maiores do Nordeste, suas respectivas feiras vivem o conflito pelos lugares privilegiados que são apropriados por novas formas do comércio e consumo (JESUS, 1992) e por isso, são afastadas para pontos distantes, em Cascavel, a feira sofre alguns deslocamentos, mas nunca se distanciou do coração comercial da cidade. Isso revela o quanto a feira em cidades pequenas e de cunho comercial, torna-se um elemento significativo para a população e economia local.

Entre ruas e becos, a feira ocupa uma expressiva área do centro urbano, reunindo uma grande quantidade de produtos à venda, todos agrupados por uma escala de hierarquização e centralidade. Portanto, a maior ou menor valorização dos espaços da feira está relacionada com sua posição estratégica, ou seja, lugares de maior circulação de pessoas, a exemplo de esquinas e ruas próximas aos mercados e bancos.

Em nosso trabalho de campo tivemos acesso a um importante documento sobre o cadastro de feirantes e de produtos da feira de São Bento, organizado pela Secretaria de Arrecadação da Prefeitura Municipal de Cascavel/CE. Sua análise contribuiu para que constatássemos importantes informações sobre a feira. Primeiramente, verificamos que com o crescimento da população urbana em Cascavel/CE ao longo das últimas décadas, houve o acréscimo do número de trabalhadores e consumidores na feira de São Bento, tornando-a uma das mais importantes do estado do Ceará. Segundo o referido documento, em 1990 estavam cadastradas 580 pessoas; após uma década, em 2000, o número evoluiu para 710; e em 2014, o cadastro registra 1.210 feirantes. Vale destacar que nos três últimos meses do ano a tendência da feira é aumentar, ampliando o número de vendedores em cerca de 30%. Este aumento mostra a existência de feirantes fixos durante todo o ano, mas também aqueles que só aparecem nos meses de maiores demandas, como em dezembro ou em vésperas de carnaval e em dia das mães.

A análise do documento também nos permite constatar a área de abrangência, no estado do Ceará, comandada pela feira de São Bento. A partir da análise do Cartograma 1, podemos chegar a algumas constatações. O cartograma revela o fluxo de feirantes que viajam na sexta-feira e no sábado para Cascavel, com a finalidade de vender seus produtos.

CARTOGRAMA 2: ÁREA DE ABRANGÊNCIA DA FEIRA LIVRE DE SÃO BENTO EM CASCVEL/CE.



Fonte: Cadastro dos feirantes realizado pela Secretaria de Arrecadação Municipal do município de Cascavel/CE. Ano: 2014.

Percebemos que a feira de São Bento abre as portas da cidade de Cascavel/CE para comerciantes de longas distâncias. Dentre os municípios de origem dos feirantes, a capital do estado, Fortaleza, se destaca com um número bastante expressivo, mas municípios como Pacajus, Aquiraz e Beberibe também têm boa representação. Também segundo o Cartograma 02, é possível perceber que a feira de São Bento interliga Cascavel/CE com todos os municípios da Região Metropolitana de Fortaleza, além de outros municípios do sertão cearense. É um movimento facilitado pelas rodovias BR-116 e BR-304 e CE-122 e CE-060, ou seja, vias rodoviárias que facilitam a acessibilidade para o comércio na feira e comprovam que o dinamismo comercial da mesma só se completa com uma boa rede de drenagem e escoamento, confirmando sua centralidade.

Em fim, a feira de São Bento sempre esteve presente na vida dos cascavelenses. Funcionando nas artérias principais, plena de funções e gente que ali circula e consome, a feira atravessa décadas em sintonia com as outras formas e conteúdos no espaço urbano. Mostrando resistência devido as profundas raízes e capacidade de diálogos com outras formas do comércio (PINDAUDI, 2005). Hoje, está modificada na aparência, mas mantém a solidez do seu papel de centralidade comercial e em pleno século XXI é merecedora de todas as atenções para um estudo geográfico.

O CONSUMO NA FEIRA DE SÃO BENTO.

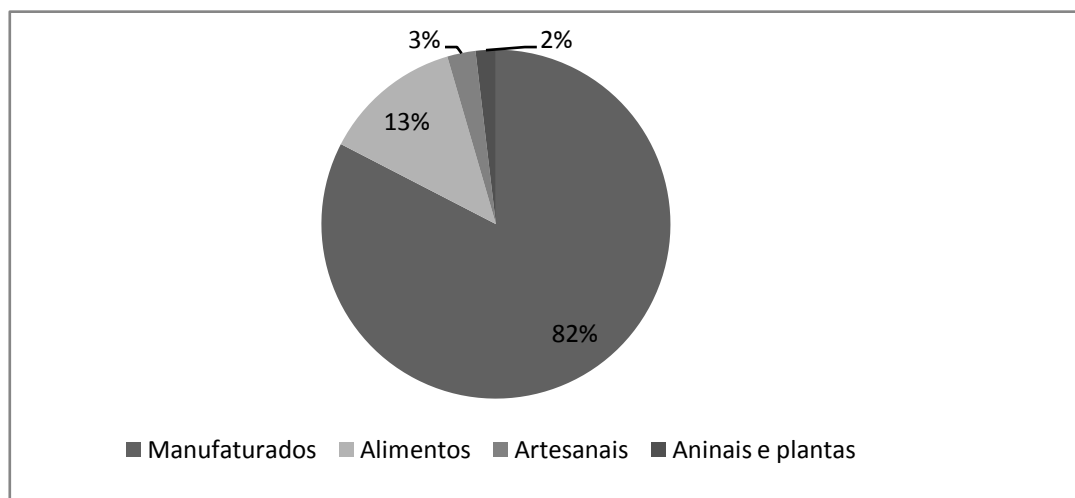
Para Ortigoza (2010) ao se considerar o consumo como categoria de análise geográfica significa dar uma real visibilidade ao espaço geográfico como fator de organização do comércio. Para a autora, isso significa deixar de ver o espaço como um palco onde os

comerciantes e os atores restantes do sistema comercial desenvolvem os seus papéis. Dessa forma, analisar o consumo a partir da feira livre nos revelará compreender como esse espaço está organizado por seus agentes para viabilizar a troca.

Isso porque as reflexões sobre a estrutura e funções dos agentes atuantes da feira de São Bento nos levaram a indagar sobre as alterações do perfil do consumo neste mercado periódico. Pois, as feiras livres são exemplos valiosos, nos espaços urbanos, onde as mudanças socioeconômica e cultural modificaram, em alguns aspectos, as formas de trabalho da população.

Essas modificações ocorreram devido as profundas mudanças no sistema socioeconômico vigente que vêm produzindo uma nova configuração do espaço urbano. A sociedade urbana passou a se constituir com outra aparência, valores e costumes. Para (SANTOS, 1994, p.48) "a sociedade urbana se generaliza no seu processo de formação produzindo novos comportamentos, uma nova cultura, uma nova estética". O mesmo autor ao discutir a metamorfose dos lugares relacionando o moderno e o antigo, afirma que quando uma variável se introduz num lugar, ela muda as relações preexistentes e estabelecem outras. Os novos elementos que chegam as feiras criam novas relações de trocas e atraindo novos consumidores. Na feira livre de São Bento já não se comercializam somente produtos de subsistência dos agricultores. O gráfico 01 mostra o quanto o perfil dos consumidores mudou.

GRÁFICO 01: PORCENTAGEM DE PRODUTOS POR CATEGORIA NA FEIRA LIVRE DE SÃO BENTO EM CASCAVEL/CE.



Fonte: Cadastro dos feirantes em 2014 - Prefeitura Municipal de Cascavel.

A organização do gráfico 01 divide os tipos de produtos por quatro categorias, sendo que os produtos manufaturados são os mais ofertados e são representados pelos produtos eletrônicos, brinquedos de plástico, utensílios domésticos de alumínio e vidro, CDs piratas, vestuários e alimentos industrializados. Enquanto, que os produtos artesanais em couro, barro, palha, madeira, bordados, labirintos e rendas formam um grupo bem menor. Os produtos alimentícios que outrora já era a composição quase que exclusiva da feira de São Bento, hoje ocupa a segunda posição.

Em campo compreendemos o consumo na feira de São Bento por meio de questionários, entrevistas e observações. Alguns elementos do arranjo das vendas se dão de maneira diferente, em cada categoria, quando se avalia as variáveis: estratégias de vendas, divulgação, formas de pagamentos, números de consumidores, período de vendas e perfil do consumidor. O que mostra a sua pluralidade de conteúdos, pois nesse espaço não se pode negar existências de permanências de elementos que lembram o passado da sua organização.

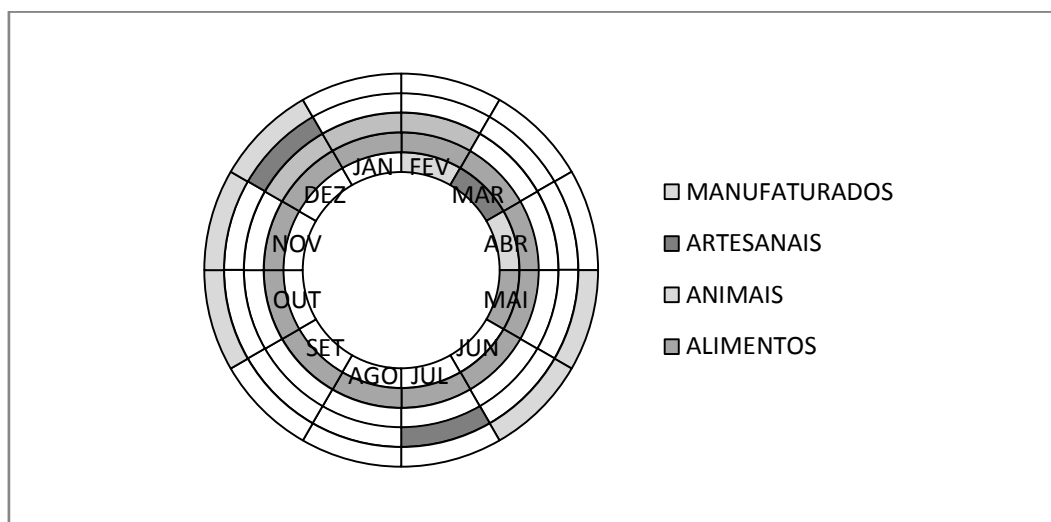
Porém, análises dessas atuais variáveis revelam o quanto os mercados periódicos se adaptam para conviver com outros equipamentos de consumo modernos.

Isso ocorre porque as mesmas forças que induz a população de renda mais alta a usar produtos da tendência, também exercem influência sobre os desejos e aspirações da população de renda mais baixa. Esta última, na busca de adquirir novos produtos para satisfazer suas necessidades de consumo e encontra nesta feira algumas alternativas de pagamentos. Uma boa divulgação e atualização das tendências da moda sempre estimulam desejo de comprar e os feirantes não perdem a oportunidade para vender caso o consumidor não tenha dinheiro no momento. Cartão de crédito e débito, cheque e promissora são os meios de estímulo do consumo na feira de Cascavel.

Na feira de São Bento ainda predomina o pagamento somente a dinheiro com 68% dos feirantes entrevistados. Porém, com o avanço das técnicas que permitem a mobilidade das máquinas de Cartão de crédito e débito, cerca de 16 % deles já oferecem as duas opções de pagamento. Apenas 2% aceitam cheques, mostrando que essa opção não é tão aceita devido a possibilidade eminente de falsificação. O fiado é algo presente na feira como 14%, mas não ocorre em todos os setores. Praticamente, são os vendedores de alimentos que ainda oferecem essa possibilidade a uma clientela selecionada. Já não existe o sistema de troca por escambo como era o costume em décadas passadas.

Cada categoria apresenta diferentes períodos de melhores demandas de vendas. O gráfico 02 detalha a sazonalidade de vendas para cada categoria. A relação período e melhores vendas estão associados a necessidade do consumidor. As datas comemorativas como período natalino, dias das mães, festas religiosas do município, período de férias impulsiona um elevado índice de vendas na feira de São Bento.

GRÁFICO 02: SAZONALIDADES DAS VENDAS POR CATEGORIAS.



Fonte: Dados obtidos dos questionários aplicados aos feirantes.

Os vendedores de gêneros alimentícios consideram a demanda de vendas igual em todos os meses do ano. Para eles o que diferencia é o período mensal, isso porque as pessoas que procuram a feira para esse tipo de consumo compram um estoque para uma ou duas semanas, logo a primeira e a última são os períodos mensais que mais se vende por conta do pagamento dos benefícios do Programa Bolsa família e dos aposentados. Já as sazonalidades de vendas dos artesanatos ocorrem somente em dois períodos do ano. Nos meses de julho e dezembro, quando as visitas dos turistas e veranistas são mais frequentes.

Os produtos manufaturados possuem alguns períodos sazonais durante o ano. Os feirantes consideram mais fracos os quatro meses iniciais para vendas. A partir de maio e junho há uma ligeira melhora devido as comemorações do dia das mães e namorados. Porém, os impulsos das vendas ocorrem mesmo de outubro a dezembro, período que o consumo de alastra em todos os setores comerciais. Mas, no caso da feira livre de São Bento o outubro coincide com os festejos do padroeiro de São Francisco, que corresponde quase um mês de comemoração. Segundo os funcionários que organizam a feira, nas últimas duas semanas de dezembro, esse espaço concentra em torno de dez mil pessoas em função do período natalino.

Diferentemente do atual sistema de autosserviço, da fria relação dos supermercados, o contato do feirante com freguês, a escolha do produto e a pechincha favorecem o consumidor. A pechincha é um hábito daqueles que compram nas feiras livres. Santos (2008) analisa que a pechincha é intrínseca modalidade comercial de menor dimensão do circuito inferior, pois se trata mais de ajuste de preço entre comprador e vendedor.

Da mesma forma, podemos observar a organização espacial dos feirantes e identificar a localização e a predominância do tipo de produto vendido em cada território da feira. O perfil do consumidor, os tipos produtos ofertados, estratégias de vendas e publicidade varia em cada uma das categorias. Por isso, apresentaremos o modo como se materializa o consumo em cada uma delas com o objetivo de entender a pluralidade de relações econômicas e sociais e o novo perfil de consumo adotado pela sociedade.

CATEGORIA DOS PRODUTOS MANUFATURADOS.

A categoria dos manufaturados abrange a maior demanda, ocupando mais da metade do território da feira. Os estoques desses produtos passam por uma inovação constante, ou seja, os feirantes estão sempre atualizados para produzir ou adquirir os artigos que naquele momento agradaria o consumidor. Os agentes dessa categoria utilizam dos diversos meios para conseguir modelos de peças de vestuários, bolsas e calçados de acordo com a tendência do momento, e por isso esse público tem um privilégio de sempre contar com esses itens da moda. Em consequência, a comercialização na feira livre de bens manufaturados dá oportunidade a população de baixa renda de adquirir estes produtos por um menor preço, embora a qualidade não seja a mesma e nem possua grife famosa.

Por muito tempo a feira foi sinônima da imitação, como realmente ainda encontramos cópias de parte dos produtos, porém já surgem muitos objetos que não são falsificados. Na feira de São Bento vários representantes comercializam produtos de marcas comuns nas lojas. As linhas de cosméticos da Natura, Avom, Boticário estão na feira (foto) assim como também encontramos marcas de calçados Azaléia e Moleca. Isso mostra a infiltração dos produtos dos ramos produtivos e comerciais do circuito superior no pequeno comércio.

Logo, nesse setor encontramos algumas estratégias para apresentar os produtos aos consumidores. Os feirantes expõem as mercadorias de modo que objetos fiquem visíveis aos fregueses. Uma das táticas usadas é a utilização de manequins com as peças de roupas da última tendência (foto 01), típicos das vitrines de lojas da cidade. A divulgação da marca é outra maneira como eles chamam a atenção. Boas partes dos artigos de vestuários possuem a marca específica do produtor que na maioria é próprio feirante. Também encontramos alguns comerciantes que possuem cartões de visitas com seus contatos, facilitando a comunicação com os fregueses.

Nesse espaço encontramos pessoas de todas as idades, porém os dados dos questionários aplicados aos feirantes sobre a idade e gênero por sexo, o público que mais procura essas mercadorias são as pessoas da faixa de idade de jovens a adultos. Quanto ao gênero predomina um número bem maior de mulheres, logo a quantia de artigos femininos é bem maior do que os masculinos. Essa categoria oferece todas as formas de pagamentos que

encontramos na feira. Na verdade é o setor mais dinâmico nesse quesito, pois do total das barracas que oferece cartão de crédito (foto 02), cerca de 90% estão nesse setor.



Foto 01- Propaganda na feira.



Foto 02- Uso do cartão de crédito na feira.

Foto 01- Propaganda na feira. 2014

Foto 02- Uso do cartão de crédito na feira. 2014

CATEGORIA DOS ALIMENTOS

Já a categoria dos alimentos está presente desde que a feira de São Bento surgiu, pois sua origem coincide com um período que não existiam outras formas de adquirir produtos alimentícios e foi em função das necessidades de abastecimentos aos primeiros moradores da cidade que a produção das propriedades chegava a esta feira. Hoje, o comércio de Cascavel possui um grande número de supermercados e mercadinhos¹ principalmente centralizado em torno desse mercado periódico. Então, eles se tornaram os grandes competidores dos feirantes que vendem alimentos, visto que a população está mais seletiva no momento de comprar mantimentos, especialmente quando se trata dos que precisam de maiores cuidados de higiene e armazenagem.

A feira ainda não apresenta técnicas de armazenagens adequadas para assegurar a qualidade das verduras, legumes, frutas e laticínios o que obriga os feirantes não armazenar grandes quantidades. Muitos populares vão a feira ainda em busca das frutas e legumes fresquinhos. Já os cereais estão entre os mais procurados, pois ainda é possível encontrar farinha, feijão, rapadura, diversos tipos de doces selecionados e produzidos na região por um modo mais tradicional. Na feira de São Bento ainda é o lugar para encontrar quase todos os tipos de condimentos naturais e ervas e logo atrai um público local como de outras regiões. Nas bancas de café² estão os sabores da região, desde o café preto fresquinho feito ali mesmo até as comidas típicas nordestinas. São espaços de permanências dos que gostam de descansar e lanchar depois de suas compras. Esses consumidores são bem seletivos e pacientes na escolha dessas mercadorias. Logo, homens e mulheres na fase adulta é o público predominante.

CATEGORIA DOS ARTESANATOS E MÓVEIS DE MADEIRA

Esses artigos se fazem presentes pela força da produção no próprio município de Cascavel. Conforme o que apresentamos sobre a produção artesanal no Estado e nesse

¹ Como são chamados em Cascavel e em alguns lugares de algumas regiões brasileiras os pequenos estabelecimentos do ramo alimentício.

² Popularmente chamadas o local de vendas de lanches (café preto, chá, bolo, salgados) e outros tipos de comidas regionais.

município, concluímos que o perfil do consumidor desses objetos mudou em função dos novos usos, que também fica evidente na feira de São Bento. Pois os feirantes produtores de artesanatos dependem muito mais de uma demanda de frequentadores vindas de outros lugares.

O cadastro dos feirantes de 2014 mostra que essa categoria é representada por apenas 25 feirantes que ainda resistem as forças dos demais produtos das outras categorias. Os principais objetos são voltados preferencialmente para ornamentação e menor proporção para uso pessoal. Encontramos objetos de cerâmicas, de palhas, cipó além dos bordados que atraem turistas e donas de casas pelo diferencial da feira.

Um pouco mais afastado, encontra-se os móveis de madeiras que já estão presentes a várias décadas. Porém eles enfrentam uma forte concorrência com os modelos modernos das lojas, pois em Cascavel a cada dia esse setor lojista se expande. Populares da zona rural, donos de bares de pequenos restaurantes são os principais consumidores.

CATEGORIA DOS ANIMAIS E PLANTAS.

Um pouco mais afastado dos outros setores encontramos a venda de animais e plantas. Essa categoria é um diferencial na feira de Cascavel e agrupa vários tipos de animais, as aves vivas, caprinos, suínos e rebanho bovino. Neste setor percebe-se o um público quase que exclusivamente masculino. Criadores e vendedores desses animais apontam esta área da feira, como o local ideal para comprar animal para criação ou corte. Encontramos nesse setor comerciantes de animais, donos de açougues e criadores que desejam ampliar o rebanho e comprem para engorda e consumo em ocasião especial.

Talvez, esse setor seja o que expressa às imagens mais tradicionais da feira, pois ainda existe a permuta de um animal por outro. Nesse setor, a maneira como se faz a troca lembra o modo como ocorria nos anos iniciais da Feira de São Bento, ou seja, os animais são trocados por outros, sistemas conhecido por escambo. É comum que um criador leve um animal pronto para o abate e troque por dois que ainda estão em processo de crescimento sem que os envolvidos, na transação, utilize a moeda.

CONSIDERAÇÕES

Analisar o comércio com foco na feira livre de São Bento em Cascavel/CE, no momento atual, significa observar como as mudanças de cunho mais global atingem as sociedades e as formas de consumo mais tradicionais e locais. Também podemos perceber as relações que se estabelecem em diversas escalas, pois a feira (local) não existe sem sua articulação com outros municípios, regiões e estados, de onde provêm pessoas e mercadorias.

Dentre as transformações da organização, da forma e função das atuais feiras livres, que resultou na modificação do perfil de consumo da sociedade atual, destacaríamos:

- a importância do comércio para o surgimento e crescimento de muitas cidades e o quanto as feiras mantêm funções econômicas e sociais importantes, permitindo maior compreensão da gênese e do desenvolvimento da urbanização.
- no plano da cidade, velhas e novas dinâmicas, expressas pelas feiras, demarcam alterações sociais, econômicas e culturais, resultado de mudanças técnicas, estruturais e conjunturais, que repercutem nas formas e funções do comércio e dos serviços no espaço urbano.
- uma resposta para desiguais proporções de consumo entre as classes sociais são visíveis através de estratégias dos feirantes que buscam competir com os novos estabelecimentos modernos. Os diversos meios encontrados para dinamizar a comercialização nas feiras permitem a população adquirir bens necessários e/ou desejados.

É importante considerar o papel das feiras livres na produção do espaço urbano atual e em suas dinâmicas econômicas e sociais. Elas não desapareceram com o atual poder

hegemônico de expansão global capitalista, pelo contrário, atuam de forma efetiva no movimento da cidade. Com suas estratégias organizacionais bem particulares, negociando produtos fabricados tanto pelo circuito superior, como inferior da economia urbana, são espaços de consumo que atraem boa parte da população. Dessa forma, as feiras se mantêm com suas funções de venda, compra e troca, além de ampliar, nas cidades, os laços e relações sociais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANDRADE, Manuel Correa de. **Geografia econômica do Nordeste: o espaço e a economia nordestina**. 3. ed. [S.L.]: Atlas, 1997.
- ARAÚJO, Giovanna. **Continuidade e descontinuidade no contexto da globalização: um estudo de feiras em Portugal e no Brasil (1986-2007)**. Tese de Doutorado em História -2011 Idade Contemporânea (UMINHO) e História Social (UFBA).
- BESSA, Reis. **Cascavel: 300 anos**. 2ª ed. Fortaleza: Universidade de Fortaleza, 2001.
- BRAUDEL, Fernand. **Civilização material, economia e capitalismo: séculos XV/XVIII - Vol. II- O jogo das trocas**. 2a ed. São Paulo: Martins Fontes, 1998.
- BROMLEY, R. J. Os mercados periódicos dos países em desenvolvimento: uma revisão crítica. **Revista Brasileira de Geografia**. Rio de Janeiro, IBGE, 42(3), p. 646-57, jul. /set. 1980.
- CORRÊA, Roberto Lobato. **Trajetórias geográficas**. 3ª Ed Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1997.
- HARVEY, David. **Condição pós-moderna**. São Paulo: Edições Loyola, 2005.
- PIRENNE, Henri. **As cidades na idade média**. Portugal, Lisboa: Editora, Europa-América, 1997.
- HUBERMAN, Leo. **A História da Riqueza do homem**. Zahar Editores, 1981.
- JESUS, Mascarenha. O lugar da feira-livre na cidade capitalista. In.: **Revista de Geografia**. Rio de Janeiro, v. 54, n. 1, 1992. p. 95 – 121.
- LE GOFF, Jacques. **Mercadores y banqueros de la Edad Media**. Editorial Alianza. S.A. Madrin, 2014.
- _____. **Por amor às cidades**. São Paulo: Fundação Editora UNESP, 1998.
- MAIA, Doralice Sátyro. S. A feira de gado na cidade: encontros, conversas e negócios. **Revista Formação**. V.1 n. 14. Disponível em: <<http://revista.fct.unesp.br/index.php/>>. Acesso em 15 de abril de 2014.
- ORTIGOZA, S. A. G. Paisagens do consumo: São Paulo, Lisboa e Seul. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2010.
- PAZERA, Eduardo. **Feira de Itabaiana – PB: permanência e mudança**. 2003. Tese (Doutorado em Geografia Humana), Universidade de São Paulo, São Paulo, 2003.
- SALGUEIRO, Teresa Barata; CACHINHO, Herculano. As relações cidade-comércio: dinâmicas de evolução e modelos interpretativos. In: CARRERAS, Carles; PACHECO, Susana Mara Miranda (Orgs.). **Cidade e Comércio: a rua comercial na perspectiva internacional**. Rio de Janeiro: Armazém das Letras, 2009, p. 9-39.
- SANTOS, Milton. **A urbanização brasileira**. 2. ed. São Paulo: HUCITEC, 1994.
- _____. **O espaço dividido: os dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos**. Rio de Janeiro, 2008.
- PINTAUDI, Silvana. A cidade e as formas do comércio. In: CARLOS, Ana Fani Alessandri (org.). **Novos caminhos da geografia**. São Paulo: Contexto, 2005, p. 143-159.
- SILVEIRA, Maria Laura. Crises e paradoxos da cidade contemporânea: os circuito da economia urbana. In: PEREIRA, M.P; DIAS,C.D. (Orgs.). **As cidades e a urbanização no Brasil:passado, presente e futuro**.Florianópolis:insular,2011.
- SPOSITO, Maria Encarnação. **Capitalismo e urbanização**. São Paulo: 2005.