UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS LETRAS E ARTES
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM GEOGRAFIA

GEOVANY PACHELLY GALDINO DANTAS

FEIRA DE MACAÍBA/RN

Um estudo das modificações na dinâmica socioespacial (1960/2006)

NATAL/RN
2007

GEOVANY PACHELLY GALDINO DANTAS

FEIRA DE MACAÍBA/RN
Um estudo das modificações na dinâmica socioespacial (1960/2006)

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação e Pesquisa em Geografia; área de concentração: Dinâmica e Reestruturação do Território, da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, para fins de obtenção do título de mestre.

Orientador: Prof. Dr. Ademir Araújo da Costa.

NATAL/RN
2007

Catalogação da Publicação na Fonte. Universidade Federal do Rio Grande do Norte.
Biblioteca Setorial Especializada do Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes (CCHLA).
NNBSCCHLA.

Dantas, Geovany Pachelly Galdino.
Feira livre de Macaíba/RN : um estudo das modificações na dinâmica socioespacial (1960/2006) / Geovany Pachelly Galdino Dantas . – Natal, RN,2007.
202 f.

Orientador: Prof. Dr. Ademir Araújo da Costa.

Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes. Programa de Pos-graduação e Pesquisa em Geografia. Área de Concentração: Dinâmica e Reestruturação do Território.

1. Geografia econômica – Feira livre – Dissertação. 2. Cidade – Dissertação 3. Dinâmica socioespacial – Dissertação. 4. Feira livre – Macaíba (RN) - Dissertacão. 5. Comércio – Dissertação. I. Costa, Ademir Araújo da. II. Universidade Federal do Rio Grande do Norte. III. Título.

RN/BSE-CCHLA CDU 911.3:339.177

GEOVANY PACHELLY GALDINO DANTAS

FEIRA DE MACAÍBA/RN
Um estudo das modificações na dinâmica socioespacial (1960/2006)

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação e Pesquisa em Geografia; área de concentração: Dinâmica e Reestruturação do Território, da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, para fins de obtenção do título de mestre.

Aprovada em _____/_____/_____.

BANCA EXAMINADORA

_____
Prof. Dr. Ademir Araújo da Costa – UFRN
Orientador

_____
Prof. Dr. Gilmar Mascarenhas de Jesus – UERJ
Examinador externo

_____
Prof. Dr. José Lacerda Alves Felipe – UFRN
Examinador interno

Dedico este trabalho à minha família, em particular ao meu pai, ***Getúlio Dantas****, que completará 50 dos seus 57 anos de vida em Macaíba. À minha terra natal e a todos que ajudaram a construir esses 130 anos de história, aos que vivem o presente e a todos que já começam a viver os próximos 130 anos.* ***Parabéns!***

AGRADECIMENTOS

Longe de cumprir uma mera formalidade, queremos aqui demonstrar a gratidão e o apreço a várias pessoas que direta ou indiretamente nos ajudaram nesta jornada de juntar todas as peças desse imenso quebra-cabeça que era o tema dois anos e meio atrás e compor a dissertação aqui apresentada.

Mesmo sendo a marca de uma individualidade, todo trabalho é a soma de inúmeras contribuições que vão se aglutinando e sendo lapidadas ao longo do tempo, pois, afinal de contas, ninguém (nem mesmo a ciência) é dono da verdade, sendo esta passível de modificações. Então, é sempre bom reconhecer aqueles que de forma cordial sempre se prestam a dar uma contribuição, ainda que pequena.

Primeiramente não podemos deixar de agradecer a **Deus**, fonte maior da nossa existência e a Nosso Senhor **Jesus Cristo**, exemplo maior da força, coragem e persistência em busca do amor e da sabedoria. A eles agradeço pela oportunidade de realizar este trabalho.

Aos meus familiares, pai, mãe, irmã, sobrinha por terem acreditado em mim desde o início desta jornada; por terem muitas vezes me questionado, não para tirar do meu objetivo, mas para me alertarem para o melhor caminho; pela paciência, embora algumas vezes tenha faltado; mas, acima de tudo, por terem sempre me educado no sentido da responsabilidade, da honestidade e da justiça. **Meu eterno amor.**

Ao meu orientador e desde já meu amigo, Professor Ademir Araújo da Costa que mesmo antes da concretização do projeto da monografia ainda em 2004 e da formulação do convite já o tinha confiado a orientação. Se não dei tanto trabalho como orientando, foi por que certamente suas intervenções, críticas (sempre propositivas) e sugestões sempre serviram de inspiração para o meu crescimento enquanto Geógrafo e Mestrando. **Minha Gratidão.**

A todos os professores do Programa de Pós-graduação e Pesquisa em Geografia, particularmente, Rita de Cássia, Beatriz Pontes, Zuleide Carvalho, Maria Helena, José Lacerda, Edna Furtado, Maria Pontes, com os quais convivemos mais diretamente nas disciplinas e que deram suas contribuições para o nosso trabalho; e, aos demais professores do Departamento de Geografia. **Meu reconhecimento.**

Nunca deixarei de agradecer ao Professor Anelino Francisco da Silva que foi o primeiro a acompanhar minha trajetória como bolsista e ao Programa de Educação Tutorial/PET pela oportunidade de crescer não só como aluno, mas, como geógrafo.

A CAPES, através da qual não seria possível cobrir as despesas deste trabalho.

A todos os grandes amigos conquistados ao longo da nossa trajetória no curso de geografia. Foram tantos que achamos melhor não citarmos nomes para não cometermos injustiças. Mas um eu não posso deixar de mencionar, Wagner, com quem eu posso confiar e dividir minhas alegrias e angústias.

Aos que foram da graduação para a pós-graduação junto comigo, Daniela (minha irmã de coração), Jane e Mariluce; e a todos os amigos de turma, Daniel, Gustavo, Jean, Mônica, Lidiany, Francisca, Cícero, Auxiliadora, Kelly, Karina, Ana Amélia que mesmo à distância sei que um torce pelo sucesso do outro. **Meu carinho.**

A todos os companheiros de trabalho da base de pesquisa “Estudo sobre Habitação e Espaço Construído”, Fábio, Rosaltiva, Geovane Sousa, Luana, Gilene, Ednardo, Marcos, pelo convívio e pelas discussões empreendidas que muitas vezes contribuíram para a nossa pesquisa.

Aos bolsistas do Programa de Educação Tutorial – PET do Departamento de Geografia, Leonardo, Iapony, Danilo, Anderson, Andria, Lidiane, Patrícia, que abriram mão dos seus afazeres e colaboraram na aplicação dos questionários.

À Rosana que contribuiu na confecção da base cartográfica. À Dr. Ewerton e a Professora Maria Emilia, que fizeram a revisão textual; à Angelike da biblioteca setorial do CCHLA pelas observações acerca das normas da ABNT; e, ao Professor Lucivaldo Feitosa, grande artista macaibense, que muitos nos honrou com o cordel sobre a feira.

A meu primo Geová, com quem eu posso sempre manter um dialogo sobre os mais variados assuntos. A Líryan da Conceição e a Laiany Maria pelos livros de Meneval Dantas, Jansem Leiros e da Fundação José augusto. A Anderson Tavares, amigo de infância, pelas referências, pelas fotografias da Macaíba de ontem e pelas conversas que tivemos.

Aos alunos da turma de Geografia do Nordeste de 2006.1 onde fiz meu estágio-docência pela cooperação e pelas contribuições que certamente foram importantes para o meu engrandecimento na prática docente.

À Joelma Pinheiro, Márcio Eudes, George Junior e demais amigos e companheiros do Colégio JELM que nos últimos meses deram força na fase final do nosso trabalho.

Ao professor Pedro Justino (in memorian), com quem tive a honra e o prazer de trabalhar e que nos deu inúmeras contribuições através das conversas sobre Macaíba nas décadas de 1960 e 1970. Aos senhores Raimundo Lourenço de Alcântara, Cícero Francisco de Medeiros, Getúlio Rêvoredo, aos demais feirantes e compradores que muito generosamente reservaram um pouco do seu tempo para responder aos questionários e dar contribuições na pesquisa.

À Prefeitura Municipal de Macaíba, através dos secretários de Meio Ambiente e Urbanismo, Pedro Galvão, Cultura e Turismo, Marcelo Augusto e Tributação, Ulybna Kerry, pelas informações fornecidas. **Obrigado a todos pela contribuição.**

E a todos que direta e indiretamente contribuíram para a concretização deste trabalho.

BALÁIO DA SAUDADE

[...]
Im Macaíba vô no passado
Vê a Fera im vorta do Meicado
Cum toda sua grandiosidade,
Tudo tinha im quantidade.
Os pires de arroz-doce era uma vaidade,
Qui me adoçava a mucidade.

Dento do véio meicado
Tinha de tudo um bucado,
Do ceriá as ferrage,
Bibida e cumida feita
Tudo ali na mais perfeita,
Amizade e camaradage.

Ainda no véio meicado,
A gula dêxa de ser pecado
Pra ser do apitite aliada,
Cum isso ninguém se ingana,
Saboriá no loca de dona Joana
Cuscús e carne guisada.

A Fera do picado era uma atração
Cum cachaça e animação.
A da rapadura era oiganizada
Cum japecanga e brejêra
Tinha café cum macaxêra,
Pêxe frito e galinha torrada.

O tempo veio velozmente
Me impurrô para o presente
Cuma balaiêro das posteridade,
E ali dexá o frete da mucidade,
Pra na véia fera das idades ...
Carrega o balaio da sodade.

Pedro Justino Filho, 59 anos, Professor, poeta e historiador (In Memorian).

RESUMO

O presente trabalho de pesquisa objetiva fazer uma reflexão sobre as diversas modificações ocorridas na dinâmica socioespacial da feira de Macaíba no período compreendido entre 1960 e 2006. Durante a segunda metade do século XIX, Macaíba teve no comércio uma das principais bases econômicas o que contribuiu para que a cidade fosse o principal entreposto comercial do litoral leste do Rio Grande Norte. Esta condição propiciou o surgimento de sua feira, a qual se destacou como uma das principais existentes no estado até por volta da década 1970. Nas últimas duas décadas do século XX, alguns elementos representaram fatores de concorrência para a feira de Macaíba, o que possibilitou modificações substanciais na sua dinâmica, dentre os quais se destacam: o crescimento e a expansão do setor de comércio e de serviços, através principalmente dos supermercados; a consolidação das redes de comercialização e distribuição, representado pela Central de Abastecimento do Rio Grande do Norte S.A(Ceasa/RN), pelas empresas atacadistas e pelos frigoríficos; e, a modernização dos meios de transportes, que permitiu uma expansão do alcance espacial dessas redes. Mesmo com todas essas mudanças, a feira ainda permanece como um dos traços mais marcantes da dinâmica da cidade sendo um *lócus* de resistência frente ao surgimento de novas formas de comércio e de consumo na cidade (notadamente dos supermercados) e a difusão de outros vetores da globalização. A feira possui uma importância econômica, pois são mercados periódicos populares destinados à comercialização dos mais diferentes produtos e ao abastecimento da população residente na cidade e nas comunidades rurais de Macaíba e de outros municípios próximos; e sociocultural na medida que a feira é o lugar onde se expressa com mais força a tradição popular, o lugar onde se realizam um grande número de atividades paralelas, o lugar dos encontros e reencontros, das conversas, das manifestações culturais e artísticas, da sociabilidade em todas as suas dimensões.

Palavras-chave: Cidade. Comércio. Feira. Dinâmica socioespacial. Macaíba/RN

ABSTRACT

The objective of the current piece of research is to reflect upon the diverse changes that have occurred in the social and spatial dynamics of the Macaíba fair in the period between 1960 and 2006. During the second half of the 19th century, Macaíba had in the commerce one of this principle economic base – a contribution for which the city became one of the main commercial warehouses of the East coast of the Rio Grande do Norte region. This helped lead to the growth of Macaíba's fair, which proved to be one of the most important existing in the state until the 1970's. In the last two decades of the 20th century, certain elements represented challenges to the fair at Macaíba. These challenges stimulated substantial changes in the fair's dynamics which include the growth and expansion of the commercial and service sector, primarily though supermarkets; consolidation among the commercial and distribution networks, represented by the Central Office of Supply of the Rio Grande do Norte S/A (Ceasa/RN), by the wholesale and refrigeration companies; and the modernization of transportation methods, which permitted an expanded reach for these networks. Even with all these changes, the fair continues to be one of the strongest aspects of the city being the center of resistance against the surge of new forms of commerce and consumption in the city (notable the supermarkets) and the diffusion of other aspects of globalization. The fair has economic importance, as it offers a popular marketplace for the commercialization of very different products and a means for supplying goods to the residents of the city and the rural communities of Macaíba and the surrounding municipalities; and socio-cultural importance in that the fair is a place where popular tradition is expressed, a place where a great number of parallel activities occur, a place for meeting again and again, of conversations, of manifestations of culture and art, and of socialization in all of its dimensions.

Word-key: City. Commerce. Fair. Social and spatial dynamics. Macaíba/RN.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Ruínas da residência de Fabrício Pedrosa às margens da BR-226 em Guarapes 99
Figura 2 – Antiga estrada de ligação de Macaíba à região Seridó 102
Figura 3 – Primeiro Mercado Público construído em Macaíba 103
Figura 4 – Segundo Mercado Público de Macaíba 105
Figura 5 – Rua da Conceição durante a feira no final da década de 1970 110
Figura 6 – "Feira do Barro" na década de 1960 112
Figura 7 – Construção do Centro Municipal de Abastecimento em 1974 113
Figura 8 – Mercado Público Municipal 121
Figuras 9 e 10 – Centro comercial da Macaíba – Rua Prof. Caetano e da Conceição 123
Figura 11 – Loja da Rede Mais Gama no centro de Macaíba 131
Figuras 12 e 13 – Visão do Supermercado Mirante e da Rede Parceiros da Economia 132
Figura 14 – Visão da Ceasa em Natal 140
Figura 15 - Área de localização da feira Macaíba 145
Figura 16 – Disposição das bancas para organização na Rua da Conceição 146
Figura 17 – Caminhão trazendo compradores da zona rural 147
Figura 18 – Formas de exposição das carnes na feira 149
Figura 19 – Forma de comercialização no setor de cereais 150
Figuras 20-21 – Aspectos externos e internos do Centro Municipal de Abastecimento 153
Figura 22 – Caminhões em área de estacionamento da feira 159
Figura 23 – Exposição de calçados em cima de caixas plásticas 166
Figura 24-25 – Restos orgânicos presentes no espaço da feira 172
Figura 26 – Circulação de ônibus no horário de organização da feira 174

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Distribuição dos Questionários Pelos Setores da Feira 155
Gráfico 2 – Tempo de Atuação dos Vendedores na Feira.....156
Gráfico 3 – Grau de Escolaridade dos Feirantes.....158
Gráfico 4 – Principais Meios de Deslocamento dos Feirantes.....160
Gráfico 5 – Origem dos Produtos da Feira 161
Gráfico 6 – Meios de Deslocamento dos Consumidores.....168
Gráfico 7 – Gastos dos Consumidores na Feira.....170

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Primeiros Núcleos Urbanos do Rio Grande do Norte 80
Quadro 2 – Produtos Comercializados na Feira de Macaíba 151

LISTA DE MAPAS

Mapa 1 – Localização geográfica do município de Macaíba 19
Mapa 2 – Rio Grande do Norte: ocupação e povoamento 78
Mapa 3 – Municípios de origem dos feirantes vendedores 157
Mapa 4 – Origem dos produtos: outros municípios do RN 164
Mapa 5 – Circuito dos feirantes vendedores em Natal e no interior 165

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Macaíba: População Urbana e Rural (1970/2000) 119
Tabela 2 – Macaíba: Setor de Prestação de Serviços 124
Tabela 3 – Macaíba: Estabelecimentos Comerciais.....124
Tabela 4 – Mobilidade dos Feirantes Vendedores por Setor 166

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO: CONTEXTUALIZANDO O TEMA E A ÁREA DE ESTUDO 16

2 FEIRA: UMA ABORDAGEM TEÓRICO-CONCEITUAL 22

2.1 Feira: Uma Revisão Conceitual 24

2.2 Um Olhar Sobre a Produção do Espaço Social 35

2.3 As Formas de Comércio na Cidade 41

2.4 A Feira e o Setor Informal da Economia 53

3 AS FEIRAS LIVRES NUMA PERSPECTIVA GEOHISTÓRICA 59

3.1 O Renascimento Comercial e o Surgimento das Feiras 61

3.2 As Feiras no Brasil 68

3.3 A Pecuária e a Ocupação do Interior Nordestino 73

3.4 Do Comércio de Gado às Feiras: Trajetória de uma Mudança 81

3.5 Feiras Nordestinas: Instituições Tradicionais da Economia Regional 84

4 A FEIRA DE MACAÍBA E SUAS MODIFICAÇÕES NA DINÂMICA SOCIOESPACIAL 91

4.1 O Empório Comercial de Macaíba e o Surgimento da Feira 92

4.2 As Décadas de 1960/1970 e a Influência da Feira no Contexto Regional 105

4.3 A Década de 1980 e os Fatores Determinantes para as Mudanças 116

4.3.1 A Feira e a Inserção dos Supermercados em Macaíba 126

4.3.2 A Feira e as Redes de Comercialização e Distribuição 135

4.4 A Feira Hoje e sua Inserção na Dinâmica da Cidade 143

4.4.1 Organização e os Processos de Uso e Ocupação do Espaço da Feira 148

4.4.2 Perfil dos Feirantes Vendedores 153

4.4.3 Perfil dos Feirantes Compradores 168

4.4.4 Problemas Socioambientais da Feira 171

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS 177

REFERÊNCIAS 183

APÊNDICES 194

ANEXOS 199

1 INTRODUÇÃO: CONTEXTUALIZANDO O TEMA E A ÁREA DE ESTUDO

A proposta de trabalho ora apresentada tem como pressuposto fundamental estudar as modificações pelas quais vêm passando as formas de comércio, particularmente as feiras, e tem como objeto empírico de análise a feira da cidade de Macaíba/RN, no período de tempo compreendido entre os anos de 1960 e 2006.

Todo o interesse de investigar determinado objeto de estudo surge inicialmente de uma afinidade pessoal com a temática. Foi com a leitura dos textos de Roberto Lobato Corrêa sobre a rede de localidades centrais nos países subdesenvolvidos em seu livro “Trajetórias Geográficas” que o nosso interesse em estudar as feiras livres, e particularmente a de Macaíba, emergiu.

Neste texto, o autor alerta para o fato de que mesmo essa modalidade de mercado periódico exercendo grande importância na economia nordestina, poucos eram os estudos que levassem em consideração estas instituições. Ao mesmo tempo, víamos em Macaíba algumas pessoas mais antigas relatarem sobre a “diminuição” da feira, que “ela não era mais a mesma”, que hoje “ela só acumulava problemas”, que o melhor era “comprar nos supermercados” etc. Tudo isso, aliado a uma ampliação do nosso universo de conhecimento, permitiu germinar a vontade de estudar estes elementos colocados por populares semanalmente na feira.

Assim, a escolha do objeto e, conseqüentemente, da área de estudo se justifica por razões de ordem pessoal e acadêmica. Uma das primeiras razões que nos fez despertar para o estudo desta temática foi o fato de que por ser morador de Macaíba e freqüentar semanalmente a feira, a percepção das inúmeras dinâmicas e da realidade semanalmente observada nos instigou a refletir sobre o quadro das transformações vistas nesse espaço e sua inserção na dinâmica do cotidiano urbano macaibense.

Uma segunda razão para estudar a feira de Macaíba não se relaciona somente com a proximidade, mas, também, decorre da importância regional que este mercado teve até a segunda metade do século passado e que tal importância esteve sempre atrelada à igual dimensão que o comércio local tinha regionalmente.

O terceiro motivo refere-se à carência de estudos sobre a temática no Rio Grande do Norte. Ao longo da pesquisa bibliográfica, encontramos várias referências

sobre feiras em outros estados nordestinos, no entanto, faltava um estudo sistemático de como se dá a dinâmica sócio-espacial das mesmas no Estado. Os únicos trabalhos encontrados versavam sobre as feiras de Pedro Velho (MOREIRA, 2002), do Alecrim (PEREIRA, 2003), de Macaíba (DANTAS, 2004) e em duas dissertações de mestrado do Programa de Pós-graduação e Pesquisa em Geografia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte que analisam as feiras no contexto das pequenas cidades do Agreste Potiguar (GONÇALVES, 2005) e do Seridó Potiguar (GUEDES, 2005; MEDEIROS, 2005).

Assim, fica evidente a nossa preocupação de que, devido a importância que as feiras possuem na maioria dos municípios do Estado, é necessário aprofundar a discussão.

Os mercados ou feiras se constituem numa das manifestações da atividade comercial mais antiga e tradicional do mundo, tendo a sua difusão ocorrida juntamente com o crescimento das relações comerciais e o renascimento urbano na passagem do modo de produção feudal para o modo de produção capitalista. No Brasil, tais instituições surgem com o processo de colonização, e diferentemente de outros países da América Latina, que já as possuíam antes da chegada dos colonizadores, constituem uma inovação que era desconhecida da população nativa até então.

Mesmo se realizando em praticamente todo o Brasil, é na região Nordeste onde as feiras ganham uma importante dimensão. Geralmente realizadas uma vez por semana[1], têm como função primordial congregar diversos negócios e concentrar grande parte da produção regional, realizando o abastecimento das populações que moram nos núcleos urbanos e nas zonas rurais e desempenhando importante papel no processo de circulação de mercadorias. Esses eventos também representam um espaço de integração social e de manifestações culturais.

As feiras se caracterizam por possuírem diferentes alcances espaciais, podendo ser estritamente locais ou de alcance regional, integrando um grande sistema de mercado. Além disto, elas são uma forma de organização espaço-temporal das atividades humanas, onde há uma articulação no que se refere ao funcionamento de cada feira, o que permite um deslocamento ordenado dos participantes.

[1] Comumente as feiras nordestinas ocorrem no sábado, ou no domingo, ou na segunda ou na terça-feira.

Ainda hoje, as feiras continuam sendo de grande importância para a maioria das cidades da região Nordeste, visto que esta atividade aparece como principal fornecedora de produtos de primeira necessidade para a população local. Realizadas em pequenos povoados rurais, pequenas cidades, centros de zona, centro regionais e em inúmeros bairros espalhados pelas capitais. Assim, podemos afirmar que elas se apresentam como formas cristalizadas no espaço das cidades onde se dá a reunião de compradores e vendedores oriundos de várias áreas, sejam rurais ou urbanas, para a realização de diversas atividades econômicas, sociais e culturais.

No Rio Grande do Norte é possível se perceber a existência de feiras em quase a totalidade dos 167 municípios, pelo menos um dia na semana. Algumas dessas, como as de Caicó, Currais Novos, Santa Cruz, Nova Cruz, Açú, João Câmara, Ceará-Mirim, São Paulo do Potengí e Macaíba destacam-se pelas suas respectivas áreas de abrangência, atraindo uma grande parcela de pessoas não só das zonas rural e urbana desses municípios, mas de outros municípios próximos.

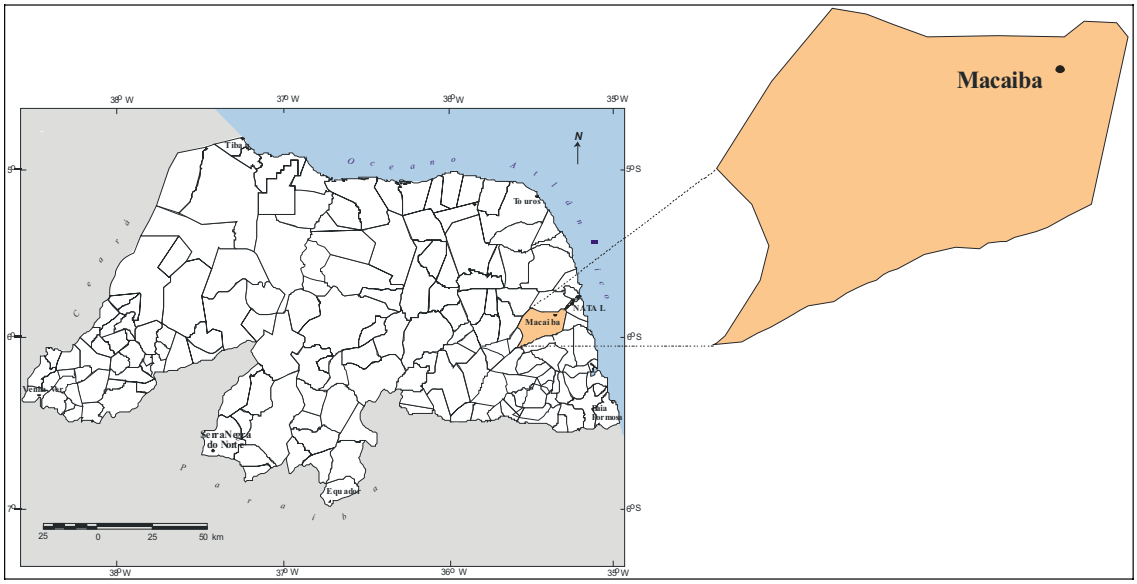
Ao mesmo tempo em que as feiras se constituem como uma cristalização no espaço podemos considerá-las, também, como um *lócus* de resistência frente ao surgimento das modernas formas de comércio e de consumo (notadamente dos supermercados) e à difusão de outros vetores modernizantes da globalização. Assim, a feira é “uma rugosidade capaz de resistir ao processo globalizante não apenas por se opor às modernizações, mas também por absorvê-las, em parte, e readaptá-las a partir da criatividade popular” (VIEIRA, 2004, p. 1).

Como instituição econômica e social, podemos considerá-las como centros populares destinados ao abastecimento da população local. São também, o lugar onde se dá um grande número de atividades paralelas, o lugar de encontros e reencontros, das conversas, das manifestações populares, da sociabilidade em todas as suas dimensões, e um espaço onde as pessoas realizam diversas estratégias de sobrevivência e o local onde o capital comercial exerce domínio.

Neste sentido, a presente pesquisa tem como objetivo principal fazer uma reflexão sobre as diversas modificações ocorridas na dinâmica socioespacial da feira de Macaíba nas últimas quatro décadas. Analisaremos a evolução do comércio de Macaíba incluindo o resgate histórico de sua feira, observando os fatores responsáveis pelo seu desenvolvimento e sua importância para a produção socioespacial da cidade; investigar as modificações ocorridas no alcance espacial da

feira ao longo do recorte temporal, atentando para as especificidades deste em cada período; identificar os fatores responsáveis pelas mudanças na dinâmica da feira; e, averiguar como se dão à organização e os processos de uso e ocupação do espaço, bem como o perfil dos freqüentadores da feira, vendedores e freqüentadores.

Localizado na porção oriental do Rio Grande do Norte (MAPA 1), o município de Macaíba integra a Região Metropolitana de Natal juntamente com Natal, Parnamirim, São Gonçalo do Amarante, Ceará-Mirim, Extremoz, São José do Mipibú, Nísia Floresta e Monte Alegre. Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o município possui uma área de 512 Km^2, representando 0,97% da superfície estadual. De acordo com dados preliminares da contagem da população realizada em 2007, a população do município é de 63.337 habitantes, o que representa uma densidade demográfica de 123,7 hab/km^2.



MAPA 1 - Localização geográfica de Macaíba no Rio Grande do Norte.
Fonte: Mapa base do IBGE, 2000 adaptado por Rosana Silva de França.

No sentido de melhor organizarmos a pesquisa, foi necessário estabelecer alguns encaminhamentos de caráter teórico e empírico. Sendo assim, selecionamos alguns procedimentos que foram de fundamental importância para alcançarmos os objetivos propostos. Esses procedimentos foram divididos em três momentos: o **primeiro** foi a pesquisa bibliográfica e documental, que teve como principal objetivo o resgate de toda a literatura sobre a temática visando à construção do arcabouço teórico-conceitual da pesquisa; o **segundo** momento se deu com a

pesquisa empírica na área de estudo, que consistiu na observação e coleta direta de informações (através da aplicação de questionários e de entrevistas formais e informais) dentro da área de estudo em foco, buscando elementos que explicassem as mudanças e as dinâmicas da feira; e, por fim, o **terceiro** momento, que consistiu na análise e interpretação dos dados colhidos na fase anterior para a construção do texto da pesquisa.

A fim de consolidar esta pesquisa, sentimos a necessidade de aprofundar nossos conhecimentos sobre alguns conceitos que são essenciais para o entendimento da realidade que queremos estudar. Assim, estruturamos este trabalho de pesquisa em três capítulos que nos conduzirá pelo universo da feira de uma maneira geral e da feira de Macaíba, em particular.

No primeiro capítulo, intitulado **FEIRA: UMA ABORDAGEM TEÓRICO-CONCEITUAL**, procuramos fazer, num primeiro momento, uma análise acerca dos diversos conceitos de feira e/ou mercado na Geografia, na Antropologia e na Sociologia, na visão de autores como, Walter Christaller; Marx Weber; Luis Roberto de Barros Mott; Richard Symanski, Charles Good e R. Bromley; Roberto Lobato Corrêa; e, Teresa Barata Salgueiro. Num segundo momento, analisamos as questões referentes a produção do espaço como produto das relações socioeconômicas estabelecidas pela sociedade. Logo em seguida, discutimos a visão da ciência geográfica acerca da cidade e as interações desta com as diferentes formas de comércio. Por fim, nos remetemos à discussão das noções de informalidade e dos circuitos superior e inferior da economia urbana.

No segundo capítulo, **AS FEIRAS NUMA PERSPECTIVA GEOHISTÓRICA**, analisamos o contexto do surgimento e desenvolvimento dos mercados e das feiras na Europa medieval, na América Latina, no Brasil e no Nordeste. Neste último em particular, relacionamos as feiras a uma das atividades econômicas mais importantes para a formação socioespacial da região, a pecuária, e como elas se consolidaram como uma das mais influentes instituições sócio-econômico-culturais da região Nordeste.

No terceiro e último capítulo, **A FEIRA DE MACAÍBA E SUAS MODIFICAÇÕES NA DINÂMICA SOCIOESPACIAL**, trazemos os resultados da pesquisa propriamente dita e está subdividida em 4 subcapítulos. Inicialmente discutimos o surgimento da feira no contexto do período em que Macaíba exercia a condição de importante empório comercial na segunda metade do século XIX; os

fatores responsáveis pela decadência da cidade no início do século XX e os impactos desse momento na feira; no segundo subcapítulo investigamos as décadas de 1960 e 1970, momento em que a feira possuiu grande influência regional em função da construção da Usina Nóbrega e Dantas; chega até a década de 1980 constitui o subcapítulo terceiro, onde identificamos os fatores determinantes para as mudanças, tais como: a industrialização no estado, a consolidação de Natal como centro econômico, a urbanização e a gênese da Região Metropolitana de Natal, as mudanças no setor de comércio e de serviços com o surgimento dos supermercados, a emergência das redes de comercialização e distribuição e a modernização dos transportes; e, por último, o período atual, a feira e sua inserção na dinâmica da cidade, onde discutimos a organização e os usos do espaço na feira, o perfil dos feirantes vendedores e compradores e os principais problemas existentes no espaço interno e externo da feira.

2 FEIRA: UMA ABORDAGEM TEÓRICO-CONCEITUAL

> *Há muitos sabores, histórias e surpresas além dos ambientes refrigerados dos supermercados e shoppings. Locais de comércio quase tão antigos quanto a humanidade, as feiras mantém a tradição, e continuam a colorir ruas e praças com a sua diversidade peculiar de mercadorias — muitas das quais, só se acham por lá (O FINO ..., 2007).*

A análise da dinâmica e das transformações pelas quais vem passando as formas tradicionais de comércio, a exemplo das feiras, no contexto da recente expansão do setor de comércio e de serviços, tem se constituído num duplo desafio. O primeiro é entender como estas formas se inserem ante a difusão de um meio técnico-científico-informacional que tende a modernizar, racionalizar e, num plano ideológico, "homogeneizar" os espaços. O segundo desafio é explicar a força de resistência presente nestas formas num momento em que se observa a difusão de outras formas de comércio.

Nos últimos anos, os estudos que versam sobre a geografia do comércio e dos serviços têm privilegiado com mais intensidade a expansão de formas mais modernas como os supermercados, os hipermercados, os *shopping-centers*, as lojas de conveniência, os sistemas de franquias, além da expansão das vendas através do comércio eletrônico, também chamado de "e-commerce" (ORTIGOZA, 2003).

Tal interesse é maior, pois estes modernos equipamentos comerciais e de prestação de serviços são resultantes das modificações provocadas nos padrões de consumo da sociedade nas últimas décadas e do constante processo de produção e reprodução do espaço urbano. Neste contexto, temos hoje na cidade a diminuição das áreas voltadas para a produção acentuando-se a apropriação ou produção de novas localizações em áreas urbanas ou não-urbanas onde se destacam os novos espaços do terciário moderno.

Ao mesmo tempo, é por demais reconhecido que o espaço da cidade capitalista é a expressão maior das inúmeras contradições existentes dentro do modo de produção. Sendo assim, podemos afirmar que estas formas têm como principal característica a segmentação do seu público alvo, pois, estão localizados

em áreas nobres das cidades ou onde predominam um grande fluxo de veículos, oferecendo serviços mais caros do que os encontrados em outros lugares da cidade e também mercadorias mais sofisticadas.

Diante disso, a grande parcela da população de baixa renda fica de fora desse circuito de consumo e encontram nas formas tradicionais as possibilidades de satisfazer suas necessidades. Diante das inúmeras contradições apresentadas no âmbito do espaço urbano, devemos considerar que as formas tradicionais de comércio não são apenas formas residuais em que algumas delas tenderão a desaparecer, mas, que estas são fruto do mesmo processo que cria o setor moderno.

Neste capítulo de abertura, temos como objetivo principal firmar um marco teórico para o estudo de uma das formas de comércio tradicional, as feiras livres, e sua função no contexto da cidade. Neste âmbito, nossa análise terá como viés principal a idéia de que a feira se constitui num espaço de resistência às mudanças que se processam no âmbito da atividade comercial e, ao mesmo tempo, um espaço que vem procurando adaptar-se a essas mudanças, mostrando assim que o estudo do comércio e, conseqüentemente de suas formas, nos possibilita enxergar as verdadeiras mudanças da sociedade, a evolução dos valores e as modificações na estrutura urbana.

Na tentativa de buscar respostas para os questionamentos postos para a pesquisa que versa sobre a compreensão dos fatores que modificaram a dinâmica socioespacial da feira de Macaíba, entendemos que isto não pode ser feito sem que se considere a forma como se deu a construção do espaço macaibense e sua inserção no espaço intra-metropolitano. Desta forma, o nosso marco teórico abarcará, também as questões da produção do espaço urbano e regional na medida que as novas relações que se estabelecem na feira são resultantes das transformações ocorridas no âmbito das relações sociais de produção ocorridas em escalas geográficas diferentes.

Assim, definimos a partir de algumas seções os conceitos que nortearão nossa reflexão, sendo o de espaço, cidade, comércio e de informalidade os mais importantes. Para tal, faremos uma análise multidisciplinar através de autores, não só da geografia, mas, também, de outras ciências correlatas.

As formas de abordagem no estudo das feiras são inúmeras e, neste sentido, far-se-á inicialmente uma discussão teórica em torno das diversas formas de definição para as feiras, através da análise dos conceitos estabelecidos por

autores das ciências sociais; num segundo momento, discutem-se as questões que envolvem a produção do espaço, conceito norteador para se compreender as mudanças na feira; num terceiro momento, abordaremos as formas de comércio existentes na cidade, esta entendida como expressão material das relações sociais e composta por uma série de formas, tendo a feira como uma delas; por fim, discutiremos a feira sob a ótica da economia informal.

2.1 Feira: Uma Revisão Conceitual

As abordagens teóricas acerca do que é feira estão consagradas em várias das ciências humanas e sociais. Tais definições privilegiam aspectos os mais diferentes que vêem a feira ora como espaço de relações econômicas ou onde se estabelecem relações socioculturais; numa linha mais clássica, podemos defini-las como sendo um dos elementos componentes do sistema de localidades centrais; e, ainda outras visões que abordam as feiras ora do ponto de vista da formalidade e ora do ponto de vista da informalidade.

Com o intuito de tentar buscar elementos que contribuam para a construção da nossa visão sobre a temática, vamos mostrar nesta seção algumas definições de feira. No entanto, mais do que uma simples e enfadonha demonstração de conceitos, buscaremos enveredar pelas mais variadas formas de análises existentes na literatura.

Para iniciar, vamos ao próprio sentido etimológico da palavra. Ao longo da literatura pesquisada observamos que em muitos momentos os autores utilizam ora a terminologia *mercado*, ora *feira*. Na língua portuguesa, o termo **mercado** é originado da palavra latina *"mercatu"* e é utilizado para designar um lugar fechado onde se comercializam gêneros alimentícios e outras mercadorias; já o termo **feira** provém da palavra latina *"feria"* – "dia de festa" – e é comumente utilizado para designar um lugar público, muitas vezes descoberto, onde se expõem e vendem-se mercadorias.

Nesta acepção, a feira refere-se ao momento do encontro onde se realizam diversos tipos de atividades, sejam estritamente socioculturais ou econômicas. De acordo com o Dicionário da Língua Portuguesa, a expressão feira refere-se ao "local onde se expõem e vendem mercadorias. Local onde se vendem frutas, legumes e outros produtos alimentares" (FERREIRA, 1986, p. 543).

Percebemos a partir desta definição que o sentido mais comum para feira refere-se sempre à praça de comércio, isto é, local onde se estabelecem várias formas de atividades econômicas e sociais. Assim, o termo relaciona-se ao próprio objeto desta atividade, que é o de comercializar, e que mais amplamente significa "trocar produtos ou valores de uso, ou seja, bens que são produzidos para serem trocados, vendidos, e não para serem consumidos imediatamente" (PINTAUDI, 1984, p. 38).

Como já ressaltamos, a expressão mais comum utilizada por muitos autores na literatura pesquisada para designar as feiras é mercado. Hubermam (1979), por exemplo, vem afirmar que na Europa o que diferenciava um mercado de uma feira era exatamente a sua dimensão e alcance espacial. Assim, enquanto os mercados se caracterizavam por serem pequenos e de abrangência eminentemente local, onde havia a negociação de produtos em sua maioria de origem agrícola, as feiras tinham como principal característica serem imensas praças onde se negociavam mercadorias por atacado, provenientes dos mais diferentes locais do mundo.

Tanto os mercados como as feiras européias tinham como objetivo serem centros abastecedores de produtos para a população local e para os comerciantes vindos das mais diversas partes do continente. O que diferencia umas das outras é que os mercados desenvolveram-se nos primeiros tempos da Idade Média e as feiras surgem num momento de maior afirmação do comércio intercontinental[2]. No entanto, para os nossos objetivos, a utilização de ambas as terminologias refere-se exatamente à mesma instituição que se desenvolve no Nordeste brasileiro e em outras partes do país.

Luis Roberto de B. Mott (1975) é um dos que nos mostra a diferença existente entre o "Market Principle", profundamente utilizado pelos economistas; e o "Market Place" dos antropólogos, cientistas sociais e geógrafos. O primeiro é considerado uma abstração e não se refere a um local ou construção específico, mas sim, designa, como o próprio autor define, um estado de negócios ou princípio de como se realizam as trocas de produtos baseado nas leis da oferta e da procura; já o segundo

[2] Os fatores que permitiram a origem destas instituições serão abordados no capítulo 2.

> é visto primordialmente como um lugar ou sítio geográfico – na praça de mercado – com atribuições sociais, econômicas, culturais, políticas onde certo número concreto de compradores e vendedores se reúnem com a finalidade de trocar ou vender e comprar bens e mercadorias (MOTT, 1975, p. 10).

A propósito da introdução do seu estudo antropológico sobre a feira de Brejo Grande, em Sergipe, o referido autor questiona qual seria o conceito mais pertinente para descrever teoricamente feiras e mercados. Num primeiro momento, ele deixa claro que para se estudar tais instituições é preciso mostrar "sua vinculação e dependência face ao sistema econômico local (produção e consumo) do qual ela é parte integrante" (MOTT, 1975, p. 15).

No decorrer da investigação, discorda da visão de vários autores, inclusive de alguns geógrafos, que vêem os mercados como um sistema, pois, este conceito implica a idéia de uma totalidade que se completa e que se encerra em si mesma, não se aplicando, portanto, às feiras. Nisto, o autor prefere considerar os mercados como uma instituição, um dos focos básicos da organização social. Na sua visão, as instituições

> seriam compostas por um conjunto de idéias, padrões de comportamento, interações sociais e, em muitos casos, existindo um equipamento material, organizado em torno de certos interesses ou objetivos socialmente reconhecidos (MOTT, 1975, p. 16).

Dentro deste contexto, o autor destaca a importância da feira como instituição econômica e social ressaltando que estas

> não são apenas o local de encontro e da procura de bens e mercadorias, mas, também o lugar onde se realizam e consolidam um sem número de atividades paralelas: sociais, religiosas, políticas, administrativas, recreativas, etc. (MOTT, 1975, p. 10).

Na introdução do seu trabalho, Mott (1975) identifica ainda três tendências principais de como vêm sendo realizados os estudos sobre os mercados e as feiras na Antropologia, na Geografia, nas Ciências Sociais e na História.

A primeira tendência, e a que na qual se encontra a maior parte da bibliografia clássica existente, refere-se ao fato de se considerar um ou mais aspectos da organização, função e dinâmica da feira, não se preocupando em analisar de forma mais profunda e extensiva todos os aspectos da feira; a segunda

diz respeito ao estudo das feiras privilegiando o aspecto regional em que a distribuição e os circuitos dos mercados, o comércio inter-regional, as rotas comerciais, dentre outros, aparecem como temas mais importantes; por fim, existe a tendência monográfica em que se abordam os mais variados aspectos da feira como origem, organização pretérita e atual, função, importância e relação com outras instituições (MOTT, 1975).

Do ponto de vista sociológico, um dos autores que mais contribuiu para a construção de um conceito sobre os mercados foi Max Weber (1996). A principal contribuição deste autor é que ele deu o ponto de partida para um estudo dos mercados como construção social levando à emergência da nova sociologia econômica a partir da década de 1970 (RAUD-MATTEDI, 2005). Em seu clássico trabalho sobre as categorias sociológicas fundamentais da economia, Weber dá a sua contribuição para o estabelecimento de concepção própria sobre mercado. Para ele, "debe hablarse de um mercado tan pronto como concurren, aunque sólo sea de una parte, una pluralidad de interessados en el cambio y en las probalidades de cambio" (WEBER, 1996, p. 493)[3].

Segundo a visão sociológica deste autor,

> el mercado representa socializaciones – o sociedades – racionales, coetáneas y sucessivas; cada una de las cuales tiene un caráter efímero ya que se extingue con la entrega de los bienes de cambio a no ser que se haya dictado – otorgado – un ordenamiento que se imponga al que cambia frente a su parte contraria la garantía de la adquisición "legal" (WEBER, 1996, p. 493)[4].

Sobre este aspecto da visão weberiana, Raud-Mettedi (2005) afirma que a análise dos mercados como atos reiterados, significou vê-los como uma forma de interação social, além de introduzir pela primeira vez num modelo econômico o elemento tempo. Acerca do impacto socializador dos mercados, a autora afirma que esta é limitada pelo caráter efêmero da troca e pelo número limitado de atores contemplados, pois, como afirma o próprio Weber (1996, p. 493), "el cambio

[3] "deve-se falar de um Mercado quando há concorrência pelo menos por um lado de uma pluralidade de interessados na troca ou por oportunidades de troca" (tradução nossa).
[4] "o mercado representa socializações – ou sociedades – racionais, coletivas e sucessivas; cada uma das quais tem um caráter efêmero, já que se encerra com a troca, a não ser que se tenha firmado uma ordem que imponha àquele que troca frente ao seu contrário a garantia da aquisição 'legal'" (tradução nossa).

realizado constituye una sociedad sólo com el participe"[5].

Vemos, a partir da leitura dos mercados em Weber, o papel que a concorrência exerce como um dos elementos que determinam a existência do mercado. Para o autor, ela está presente em todas as formas de mercado, seja ele local, periódico ou de bolsa de valores, sendo a "forma que, de todas maneras, es la única que hace possible el pleno desenvolvimiento del fenómeno específico de mercado: el regateo" (WEBER, 1996, p. 493)[6].

Assim, percebemos que os mercados resultam de duas formas de interação social – a troca, como um compromisso de interesses entre os participantes através do qual se entregam bens ou possibilidades como retribuição recíproca; e a competição, ou seja, a luta sobre os preços entre o cliente e o vendedor e entre concorrentes, quer sejam vendedores ou clientes. No mercado encontram-se em conflito interesses opostos, e a troca representa uma situação de equilíbrio (RAUD-MATTEDI, 2005).

Os geógrafos também deram a sua contribuição nos estudos dos mercados, porém numa quantidade de trabalhos ainda inferior à dos antropólogos. Ainda assim, identificamos na literatura importantíssimos trabalhos sobre mercados na América Latina e na Ásia. Dentro da ciência geográfica, um grande número de trabalhos que versam sobre estas instituições econômicas tiveram por base as proposições estabelecidas por Walter Christaller em seu clássico trabalho Os lugares Centrais na Alemanha Meridional [7], de 1933.

Nesse trabalho, Christaller considera a existência de certos fatores que vêm diferenciar os núcleos de povoamento quanto a distribuição de produtos industrializados e serviços, assim como o que os transformam em localidades centrais. A idéia principal contida na teoria procura demonstrar a existência de uma região definida hierarquicamente apartir do conjunto de bens e serviços que são oferecidos pelo setor terciário bem como as respectivas áreas de atuação (CORRÊA, 1997).

Tais localidades são dotadas de funções centrais, ou seja, exercem atividades de distribuição de bens e serviços destinados a uma população localizada

[5] "a troca realizada constitui uma relação associativa apenas com a parte contrária na troca" (RAUD-MATTEDI, 2005, p. 130).
[6] "forma que, de todas as maneiras, é a única que tem possibilitado o pleno desenvolvimento do fenômeno especifico do mercado: o regateio" (tradução nossa).
[7] Do original alemão "Die zentralen orte in Suddenstschland" de 1933 com tradução inglesa de C. W. Baskin "Central places in southern Germany" em 1966.

no *hinterland* desta localidade. As atividades desempenhadas determinam o quanto este núcleo possui de centralidade, o qual é entendida como "a importância de um lugar com relação à região circundante, ou o grau em que exerce funções centrais" (CHRISTALLER, 1981, p. 29).

Dentro do quadro de referência da teoria de Christaller, a diferenciação entre os núcleos determina a existência de uma região homogênea e desenvolvida economicamente, com uma hierarquia entre estes apartir das atividades ligadas ao setor terciário. bem como pelo alcance espacial deste. Assim, temos a existência de diferentes níveis de localidades com um número de atividades diferenciadas, uma especialização diferenciada e um alcance espacial também diferenciado, que neste caso, o autor chama de "alcance espacial máximo" [8] e "alcance espacial mínimo" [9].

Para Christaller um lugar merece a designação de "central" quando efetivamente ele desempenha a função de centro, ou seja, quando "seus habitantes exercem profissões que se vinculam por necessidade a uma posição central" (1981, p. 30). A essas atividades ele dá o nome de "profissões centrais" e as atividades desenvolvidas nesse centro (ou qualquer centro que possua uma centralidade), ele denomina de "bens centrais" e "serviços centrais". A principal característica é que eles "são produzidos e oferecidos em uns poucos pontos necessariamente centrais a fim de serem consumidos em muitos pontos dispersos" (CHRISTALLER, 1981, p. 30).

Ainda segundo Christaller, existem duas formas pelas quais os bens podem chegar aos consumidores

> Pode-se oferecê-los no lugar central ao qual o consumidor deve ir, ou se pode transportar os bens e oferecê-los ao consumidor em sua residência. A primeira forma conduz necessariamente ao desenvolvimento de lugares centrais, lugares de mercado; a última forma, contudo, não requer lugares centrais (CHRISTALLER, 1981, p. 33).

Se levarmos em consideração esta diferenciação, podemos enquadrar as feiras dentro da primeira forma, na medida que tais instituições se estabelecem em

[8] Designa uma "área determinada por um raio a partir da localidade central: dentro desta área os consumidores efetivamente deslocam-se para a localidade central visando à obtenção de bens e serviços. Para além dela, deslocam-se outros centros que lhes estão mais próximos, implicando, assim, menores custos de transporte ou em menor tempo gasto" (CORRÊA, 1997, p. 57-58).

[9] "Compreende a área em torno de uma localidade central que engloba o número mínimo de consumidores que são suficientes para que uma atividade comercial ou de serviços, uma função central, possa economicamente se instalar" (CORRÊA, 1997, p. 58).

determinados locais onde, para ele, demandam certo número de consumidores. Assim, as feiras podem ser consideradas, de acordo com a "Teoria das Localidades Centrais" de Walter Christaller, como verdadeiros aglomerados de economia e atividades.

A partir da teoria das localidades centrais vários estudos foram desenvolvidos, principalmente aqueles que se referem aos mercados periódicos nos países subdesenvolvidos. No entanto, quando se observam os desdobramentos da teoria nos vários trabalhos desenvolvidos, "muito pouco foi adicionado ao conhecimento da organização espacial dos lugares de distribuição varejista e de serviços" (CORRÊA, 1997, p. 15).

Como nossa pretensão é analisar as feiras, vamos concentrar nossa atenção nas contribuições de autores que pesquisam os mercados periódicos. Os estudos sobre estas instituições mercantis têm merecido a atenção desde meados do século XVIII. Foi no bojo da expansão colonial européia que os exploradores e viajantes desenvolveram a maior parte dos relatos sobre os mercados, principalmente nos continentes africano e asiático. Porém, foi só no século XX que o número de trabalhos e sistematizações foram ampliados.

Dentre os autores que se sobressaem neste momento e deram contribuições ao estudo dos mercados periódicos destacam-se Brian Berry quando analisa o funcionamento do sistema mercantil nas sociedades camponesas em seu clássico "Market Centers and Retail Distribution"; Frölich, que analisa a organização dessas instituições no continente africano; Stine, cujo trabalho foi base para a sistematização dos estudos sobre a organização espacial dos mercados periódicos; e, Skinner, que analisa as estruturas dos mercados periódicos chineses, como sistema econômico, espacial e social (CORRÊA,1997).

A maior parte desses textos não está disponível em português. No entanto, encontramos traduções de dois trabalhos de grande relevância sobre a temática; um que versa sobre os mercados periódicos na América Latina (BROMLEY, 1980) e outro sobre as origens e a permanência dos mercados (BROMLEY, SYMANSKI, GOOD, 1980).

Em seu estudo sobre mercados periódicos nos países subdesenvolvidos, Bromley (1980) ressalta inicialmente que os geógrafos dedicaram mais atenção às produções agrícola e industrial e, no que concerne ao comércio, deram maior privilégio àquele de caráter internacional e pouca atenção ao comércio interno. Para

o autor, as feiras foram as instituições mais importantes existentes na maior parte dos países subdesenvolvidos.

Segundo a definição desse autor, tais instituições podem ser consideradas como "uma reunião pública e autorizada de compradores e vendedores de mercadorias que se encontra em intervalos regulares num lugar estabelecido" (BROMLEY, 1980, p. 647).

Esse tipo de comércio é importante para a maior parte dos países subdesenvolvidos na medida que grande parte das negociações comerciais é realizada de pessoa para pessoa, com o comprador e vendedor negociando diretamente e tendo as mercadorias à mão. Num sentido maior, os mercados periódicos têm importância em grande parte do cotidiano econômico e social das comunidades em que se realizam, e esta pode ser medida pela grande quantidade de pessoas reunidas.

Uma das principais características dos mercados de caráter periódico é que em função do considerável número de pessoas atraídas e da grande quantidade de mercadorias que circulam num mesmo espaço, os mercados se baseiam numa grande quantidade de negociações simultâneas realizadas de pessoa para pessoa.

De acordo com sua periodicidade, os mercados podem ser divididos em três grupos, são eles: os **mercados diários**, que são uma modalidade característica dos centros maiores de mercado; **mercados periódicos** (onde aí se incluem as feiras nordestinas), que ocorrem em um ou mais dias fixos da semana ou do mês, sendo típicos dos menores centros de mercado; e, os **mercados especiais**, comum em feiras anuais (BROMLEY, 1980).

Nessa divisão também aparece claramente a distinção existente entre os termos mercado e feira existentes na literatura. O autor ressalta que tanto os mercados diários quanto os periódicos são essencialmente instituições de caráter mercantil normal e unifuncional servindo, à área local e imediata do centro de mercado, enquanto os mercados especiais são instituições incomuns e multifuncionais e servem a pessoas de áreas mais distantes.

Em outro estudo que versa sobre os fatores que determinam a origem e a permanência dos mercados periódicos em muitos países, Bromley, Symansk e Good (1980) nos mostram que a periodicidade dos mercados explica-se pelo fato de os produtores desejarem negociar nos mercados somente um ou dois dias por semana para não interromper seus esquemas de produção. Mesmo em muitas áreas onde

existe uma atividade comercial permanente, os mercados periódicos coexistem com uma importância tão grande quanto os estabelecimentos fixos. Para os autores, a coexistência de mercados periódicos com os estabelecimentos de comércio fixo é resultado de "uma transição potencial em direção às atividades comerciais permanentes nas áreas urbanas em modernização" (1980, p. 186-187). Assim, o fim deste processo é a formação de um grande centro com estabelecimentos fixos com vendas no varejo e no atacado.

Outro autor que se destaca nos estudos a respeito dos mercados periódicos é Corrêa (1997). Ao analisar as formas de organização da rede de localidades centrais nos países subdesenvolvidos, o autor usa este termo para designar as feiras livres estudadas por ele no estado de Alagoas. Segundo o autor (1997, p. 50)

> os mercados periódicos são definidos como aqueles núcleos de povoamento, pequenos, via de regra, que periodicamente se transformam em localidades centrais: uma ou duas vezes por semana, de cinco em cinco dias, durante o período de safra, ou acordo com outra periodicidade.

Na região Nordeste, tais instituições constituem um dos componentes fundamentais da rede de localidades centrais, coexistindo com outros componentes de localização fixa (CORRÊA, 1997).

Em sua análise, Corrêa (1997) nos mostra que a existência dos mercados periódicos está estritamente relacionada à existência do alcance espacial (máximo e mínimo) que impõe limites à fixação dos comerciantes num determinado lugar e, ao mesmo tempo, à existência de um número de pessoas que efetivamente vão se beneficiar deste deslocamento. Neste sentido, argumenta o autor, que a melhor alternativa para os comerciantes é a mobilidade, isto é, eles percorrem em dias alternados os núcleos de povoamento e se estabelecem periodicamente em cada um deles.

No que concerne às feiras na região Nordeste, o autor destaca que elas são instituições econômicas e culturais tradicionais destinadas a realização de grande parcela das trocas regionais e que pelo fato de se realizarem em períodos determinados confere-lhes o caráter de mercados periódicos.

A partir do reconhecimento de que esses mercados se adequam à idéia de um espaço reticular, que possuem uma articulação e estão integradas num

grande circuito de trocas, pode-se enquadrá-las como uma modalidade de rede geográfica, ou seja, "como um conjunto de localizações geográficas interconectadas entre si por um certo número de ligações" (CORRÊA, 1997, p. 107).

Nesta perspectiva, as feiras podem ser abordadas a partir de três dimensões: uma **dimensão organizacional**, ou seja, possui uma "configuração interna, abrangendo os agentes sociais, a origem da rede, a natureza dos fluxos, a função e finalidade da rede, sua existência e construção" (CORRÊA, 1997, p. 109); uma **dimensão temporal** que envolve "a duração da rede, a velocidade com que os fluxos nela se realizam, bem como a freqüência com que a rede se estabelece" (p. 109); e uma **dimensão espacial** que envolve "a escala, a forma espacial e a conexão da rede geográfica" (p. 110).

A partir destas dimensões, a abordagem das feiras na perspectiva das redes geográficas nos permite concordar com Corrêa (1997, p. 113), quando observa que este tipo de instituição:

> Tem como agentes comerciantes, produtores rurais, artesãos e consumidores, sendo eminentemente espontânea. Envolve fluxos de mercadorias, pessoas e informações, e, através dela, realiza-se a integração entre áreas rurais, pequenas, médias e grandes cidades. Ligadas ao mercado associa-se à acumulação, mas também na feira a sociabilidade se manifesta. É real, material e eminentemente informal, tendendo a ser hierarquizada, na qual há centros com comércio atacadista para feirantes e centros onde há apenas varejista-ambulante. A feira nordestina existe há muito tempo e a velocidade de seus fluxos é lenta. Sua preferência é periódica e esta é uma característica fundamental que a distingue do comércio fixo.

Um dos elementos que conferem grande importância para as feiras nordestinas é que em qualquer núcleo – seja urbano ou rural – em que se realize, elas exercem uma centralidade, mesmo que periódica, ou seja, em função dos tipos de atividades que se desenvolvem no espaço da feira, ela atrai para si uma população para consumir e vender, bem como para desenvolver atividades voltadas para a prestação de serviços.

Assim, no dia de realização da feira, esses núcleos transformam-se em centros de mercado, e mesmo que a localidade onde ocorra feira não exerça funções de uma localidade central, com a feira ela passa, durante um espaço de tempo, a desempenhar as funções de um centro onde "utilizando tropas de burro, a cavalo, em carroças, em caminhões e utilitários e a pé, vendedores e compradores

dirigem-se ao núcleo em seu dia de mercado" (CORRÊA, 1997, p. 50). Fora dos períodos de intenso movimento comercial esses núcleos mantêm suas condições de núcleos rurais.

Mais recentemente, destaca-se outra forma como podemos analisar as feiras, a saber, a partir da idéia de circuito de distribuição, que é definido pelo "conjunto de agentes econômicos utilizados por um produtor para levar os seus produtos até os consumidores" (SALGUEIRO, 1996, p. 2).

Dentro desta perspectiva, reconhecem-se três formas distintas de como os produtos saem do produtor e chegam aos consumidores: a primeira é o **circuito direto**, onde os produtores oferecem diretamente os seus artigos aos consumidores sem recorrer à figura do intermediário; o segundo tipo é o **circuito de distribuição curto**, onde os produtores recorrem ao comércio varejista para fazer chegar seus produtos aos consumidores; e, o **circuito longo**, onde para o produto chegar ao consumidor é necessário antes passar pelo atacadista e pelo varejista.

Tradicionalmente, as feiras se caracterizam por ser uma atividade que serve principalmente para a comercialização da produção de pequenos produtores que se deslocam com suas mercadorias para os núcleos urbanos, sendo considerada uma forma de circuito direto, com a mediação cara a cara entre o vendedor (que é o próprio agricultor) e o consumidor. Porém, com a atuação cada vez maior do intermediário e de outros agentes de comercialização na feira, a figura do agricultor-feirante praticamente desaparece. Por isso, dependendo da forma como a comercialização da feira ocorre, ela pode ser caracterizada como um circuito de distribuição curto.

Como podemos perceber através dos autores aqui destacados, as abordagens sobre as feiras possuem diversas formas de realização. No entanto, não cabe entrar aqui no mérito de qual delas privilegiou de forma mais completa a temática, mas, entender que elas constituem a seu tempo a forma como uma realidade em particular poderia ser compreendida.

Durante alguns anos as feiras deixaram de ser objeto de análise dentro das ciências sociais, particularmente na Geografia. Nos últimos anos, a produção de trabalhos que tenham como foco de análise essas tradicionais formas de comércio teve um aumento, porém ainda pequeno, considerando a importância que essa forma de comércio possui na maior parte das cidades brasileiras.

No entanto, podemos destacar alguns trabalhos que se constituem

referenciais para a temática aqui discutida, dentre os quais temos o de Jesus (1991), um trabalho seminal, pois contribuiu para lançar novos olhares sobre as "feiras livres", particularmente na cidade do Rio Janeiro; Vedana (2004), um estudo etnográfico que analisa as práticas existentes na "feira livre" da EPATUR na cidade de Porto Alegre; Pazera Jr. (2003) que analisa as mudanças e as permanências na feira da cidade de Itabaiana no interior da Paraíba; Godoy (2005) acerca da dimensão socioeconômica das feiras livres como sistema local de trocas na cidade de Pelotas, Rio Grande do Sul; Santana (2005), uma dissertação de mestrado sobre as formas de comercialização agrícola no estado de Sergipe; além de vários artigos que tratam das "feiras livres" de Uberaba/MG (COSTA; CLEPS, 2003), Londrina (SANTOS, 2003), Taperoá/PB (VIEIRA, 2004), e um artigo que trata das feiras nordestinas e portuguesas (MAIA, 2006).

2.2 Um Olhar Sobre a Produção do Espaço Social

De uso corrente em muitas ciências, o conceito de espaço tornou-se consagrado na história do pensamento geográfico e, juntamente, com os conceitos de lugar, paisagem, território e região, formam o escopo da ciência tendo como principal objetivo buscar estabelecer um "ângulo específico com que a sociedade é analisada, ângulo que confere à geografia a sua identidade e a sua autonomia relativa no âmbito das ciências sociais" (CORRÊA, 2005, p. 16).

Assim, como os demais conceitos da geografia, o espaço foi (e ainda é) objeto de amplo debate por várias correntes teórico-metodológicas dentro da ciência geográfica.

Numa perspectiva tradicional, o espaço é visto como o simples local onde se davam as atividades do homem. E assim, a relação homem-natureza era colocada "como uma superposição de fatos, impedindo o desvendamento dos processos reais da produção espacial, tratando o espaço apenas em sua aparência" (CARLOS, 1994, p. 31), sendo ele, portanto, exterior ao homem. Essa visão possui uma estreita relação com o passado descritivo adquirido pela ciência geográfica, sendo preciso superá-la para que a compreensão da realidade se desse a um nível explicativo.

Criticando também essa visão reducionista do espaço e baseado na

teoria do espaço de Henri Lefebvre, Gottidiener (1997, p. 127) afirma que "o espaço não pode ser reduzido apenas a uma localização ou às relações sociais de posse da propriedade". Sua explicação vai além dessa mera simplificação na medida que "ele representa uma multiplicidade de preocupações sociomateriais".

Apesar de ser uma discussão instigante para se compreender como se deu a evolução do pensamento geográfico, não cabe aqui (e também não é nosso interesse) tecer considerações sobre como se deram os debates acerca da evolução do conceito de espaço até os dias atuais, mas, sim, deixar claro que o conceito de espaço aqui considerado é aquele consagrado pela corrente crítica da geografia, ou seja, "o espaço concebido como *lócus* da reprodução das relações sociais de produção, isto é, reprodução da sociedade" (CORRÊA, 2005, p. 26).

Esta concepção se contrapõe à idéia de espaço como palco da atividade humana, com o objetivo de satisfação dos grupos. A partir de agora, emerge a idéia de espaço produzido pela sociedade e o trabalho como atividade produtora, produção esta que é humana, histórica e social. Assim, como observa Carlos (1994, p. 33), "o espaço não é humano porque o homem o habita, mas antes de tudo porque é produto, condição e meio de atividade humana".

Na concepção da própria autora, o espaço

> aparece como um movimento historicamente determinado da produção social, onde cada transformação ocorrida ao longo do processo civilizatório implicará espaços diferenciados e com conteúdos diversos. O espaço geográfico é um produto de relações concretas que o homem cria na sociedade e através dela, ao longo de seu processo de hominização; processo este que se cria como atividade prática dos homens que reproduz o processo de desenvolvimento da sociedade (CARLOS, 1994, p.35).

A partir destas afirmações percebemos que o espaço e, conseqüentemente, sua produção apresenta uma natureza multifacetada, ou seja, ele não se apresenta como algo estático, mas expressa toda a complexidade da produção social e do sistema socioeconômico no qual a sociedade está inserida. Como afirma Gottidiener (1997, p. 133):

> o espaço tem a propriedade de ser materializado por um processo social especifico que reage a si mesmo e a esse processo. É, portanto, ao mesmo tempo objeto material ou produto, o meio de relações sociais, e o reprodutor de objetos materiais e relações sociais.

Mesmo sendo objeto de estudo por muitas ciências, o espaço objeto de estudo da geografia tem como maior qualidade a sua natureza social, ou seja, ele é resultado de uma soma de forças de inúmeros atores sociais que possuem objetivos próprios e seu entendimento só se dá quando se considera a sociedade que o produz, e que é o seu sujeito. Assim, podemos afirmar que o espaço se apresenta como "a dimensão mais material da realidade social, que, por sua vez, é produto de uma dada sociedade historicamente determinada" (PINTAUDI, 1984, p. 38).

Um dos autores que mais contribui para a reflexão teórico-metodológica acerca da natureza e da produção do espaço foi Milton Santos. Considerando o espaço como uma instância da sociedade, Santos (1985) ressalta que este é formado não apenas pelos objetos geográficos, sejam eles naturais ou artificiais, mas, também, pela sociedade que lhe dá movimento. Assim, o autor considera, de um lado, o arranjo dos objetos sobre o território, a configuração geográfica ou espacial, e o seu aspecto visível, a paisagem; e, de outro lado, todos os processos sociais representativos de uma sociedade.

Nesta perspectiva, o espaço para Santos (1985) constitui-se numa realidade objetiva na medida que este se apresenta sempre em constante transformação. Ele acrescenta ainda que para estudar o espaço é necessário relacioná-lo com a sociedade, "pois é esta que dita a compreensão dos efeitos dos processos e especifica as noções de forma, função, estrutura, elementos fundamentais para o nosso entendimento da produção de espaço" (1985, p. 49). Assim, sempre que a sociedade passa por processos de transformação, os objetos geográficos sofrem, também, mudanças.

Deste modo, concordamos com o referido autor quando ressalta que a essência do espaço é social. Neste sentido, é em função do trabalho realizado pelas forças produtivas ao longo de seu desenvolvimento que a relação da sociedade com o espaço muda de conteúdo apresentando particularidades, ou seja, "o espaço não é apenas parte das forças e meios de produção, constitui também um produto destas mesmas relações" (GOTTDIENER, 1997, p. 129).

Dentro deste quadro de referência, a configuração espacial será determinada de acordo com as exigências e necessidades da sociedade. No entanto, esse conteúdo refletirá não só os anseios da sociedade, mas os interesses do sistema social e produtivo no qual a sociedade se insere, no caso o capitalismo. Portanto, "a produção social é desigual, na medida em que o espaço é fruto da

produção social capitalista que se realiza e se reproduz desigualmente" (CARLOS, 1994, p. 26).

Ao mesmo tempo em que o espaço é meio e condição para as relações de produção, podemos afirmar que o processo de produção do espaço reveste-se de uma dimensão humana, que se concretiza no plano do vivido. Desta forma, Carlos (2004, p. 47) vem nos dizer que "a possibilidade do entendimento do espaço geográfico como produto histórico e social abre perspectivas para analisar as relações sociais a partir de sua materialização espacial, o que significa dizer que a atividade social teria como condição de sua realização o espaço".

Dentro desta visão, a autora articula as noções de produção e reprodução para compreender este processo. O primeiro não se relaciona somente à esfera específica da produção de mercadorias, e do mundo do trabalho, mas estende-se "ao plano do habitar, ao lazer, à vida privada, guardando o sentido do dinamismo das necessidades e dos desejos que marcam a reprodução da sociedade, bem como, as mudanças no processo de apropriação" (CARLOS, 2004, p. 22). A noção de produção aponta imediatamente para a da reprodução "[evidenciando] a perspectiva de compreensão de uma totalidade que não se restringe apenas ao plano econômico, abrindo-se para o entendimento da sociedade em seu movimento mais amplo" (p. 22).

É dentro deste quadro de referência que definimos o fio condutor de nossa análise. Para compreendermos as modificações experimentadas pela feira de Macaíba, partiremos da idéia de que o espaço deve ser entendido como produto e condição para a reprodução da sociedade, ou seja, uma expressão social materializada composta de objetos sociais, dos quais ela necessita para se reproduzir.

Assim, devemos reconhecer que o espaço, no nosso caso o da feira, é a materialização de formas, com uma estrutura e uma função específicas, que carrega consigo uma história das ações e dos objetos a ele fixados e que este é parte de uma totalidade maior também em constante transformação. E, portanto, como nos esclarece Santos (2004, p. 55),

> os movimentos da totalidade social modificando as relações entre os componentes da sociedade, alteram os processos e incitam a novas funções. Do mesmo modo as formas geográficas se alteram ou mudam de valor; e o espaço se modifica para atender às transformações da sociedade.

Neste contexto, para entendermos os processos que atualmente ocorrem na feira de Macaíba, faz-se necessário articulá-los ao que aqui chamamos de história socioespacial e aos processos presentes que se realizam no plano da cidade e, ao mesmo tempo, relacioná-los aos processos que ocorrem no plano regional, pois a dinâmica da feira extrapola os limites do espaço citadino e se irradia por outros espaços.

Em outras palavras, a compreensão da feira de Macaíba, seu apogeu, sua crise (se existir) e sua permanência passam necessariamente pelo entendimento da própria cidade e da sua região de influência. Assim, ao adotarmos este caminho como pano de fundo concordamos com o fato de que à medida desvendarmos a cidade e sua região estaremos desvendando a própria feira.

A partir da idéia de um espaço construído histórica e socialmente, podemos afirmar que as feiras ocupam um espaço considerável na vida das sociedades e das pessoas nelas envolvidas. Com isso, as feiras podem ser apreendidas no contexto de diferentes demandas sociais, ou seja, como um espaço construído, a feira "não é algo absoluto, mas relativo. O espaço adquire vários significados, conforme indivíduos e grupos, tipos de apropriação e o tempo" (CORADINE, 1995, p. 11).

As feiras aparecem, então, como espaço apropriado por uma grande diversidade de atores e grupos que as freqüentam e delas se apropriam por diversos objetivos. No nosso entendimento, esta apropriação se dá a partir de quatro dimensões: física, social, simbólica e econômica.

Como **apropriação física**, a feira é o momento em que a rua torna-se um grande mercado aberto onde há a circulação de pessoas, de mercadorias, onde se estabelecem os vendedores com seus pontos. Desde as localizadas nos pequenos povoados rurais até as de grande parte dos bairros nas capitais de estado, a feira é o momento da *espetacularização* da rua onde "toda uma multidão heterogênea e variada se mistura" (SOUZA, 1975, p. 174).

Porém, devemos lembrar que a rua não é, como afirma Lefebvre (2004, p. 29), somente o lugar de passagem e circulação, mas, "é o lugar do encontro, sem o qual não existem outros encontros possíveis nos lugares determinados. Esses lugares privilegiados [como a feira] animam a rua e são favorecidos por sua animação". Assim, com a feira, a rua torna-se o teatro da espontaneidade, do espetáculo onde ao mesmo tempo ela desempenha o papel de ator e espectador.

Portanto, pensar a rua como lugar do encontro ou lugar de encontro, nos conduz a pensar na **dimensão social** da feira. Como afirma Pazera Jr. (2003, p. 18), a "feira não é um simples local de compra e venda de mercadorias, mais do que isto, é o local privilegiado onde se desenvolvem uma série de relações sociais". É durante sua realização que as relações humanas se expressam com mais intensidade, ou seja, é a expressão mais natural da vida social.

As diversas práticas engendradas pelos atores sociais que atuam na feira determinam formas diferenciadas de como os indivíduos experienciam e vivem o seu espaço. Esta é a **dimensão simbólica** do espaço da feira. Como espaço de vivência social, a feira é parte do cotidiano das pessoas que a freqüenta. Em uma instância maior, a feira se constitui no que Carlos (2004) chama de espaço-tempo da vida,

> um espaço palpável – a extensão exterior, o que é exterior a nós, no meio do qual nos deslocamos. Enfim, uma prática vivida e reconhecida [no ato semanal de ir à feira], criando laços profundos de identidade entre habitante-habitante, e habitante-lugar. Deste modo não estamos nos referindo aos espaços infinitos, mas banais e reais [...] espaços do vivido (p. 51).

A dimensão simbólica da feira se expressa através das inúmeras territorialidades que se estabelecem no seu interior. Estas se concretizam a partir da projeção no espaço das diversas relações individuais e coletivas e dos diversos usos e significados que os atores dão ao espaço.

Por fim, temos a **dimensão econômica**, o que nos remete à visão da feira como o lugar das trocas comerciais, da compra e da venda dos mais variados produtos hortifrutigranjeiros, pecuários e manufaturados. É onde se praticam as mais variadas estratégias de comercialização através de preços reduzidos, que são resultantes do seu caráter de informalidade, da vulnerabilidade das mercadorias e da concorrência entre os feirantes para conquistar a fidelidade dos clientes.

Vale salientar que, ao analisarmos a feira a partir de uma dessas quatro dimensões, não estamos excluindo ou ignorando a idéia de que as outras não existem ou não estão relacionadas. Na verdade elas coexistem e ao mesmo tempo se constituem em condição para a própria existência das outras. Assim, percebemos que, mesmo sendo uma expressão da tradição num mundo em que se ampliam as possibilidades de consumo e proliferam os modernos espaços preparados para receber um consumidor cada vez mais exigente, nas feiras se realizam uma

complexidade de relações socioeconômicas que em última instância representam fatores para sua própria permanência.

2.3 As Formas de Comércio na Cidade

Um olhar mais aguçado para as formas espaciais dentro da cidade, aqui particularmente aquelas voltadas para o comércio, talvez nos convide para um mergulhar nas maneiras como se estruturou e como se processam as transformações nas relações sociais em diferentes momentos da sociedade.

Partindo dessa premissa, entendemos que as diferentes formas de comércio existentes no âmbito da cidade, dentre elas a feira, são resultantes das dinâmicas que subjazem à produção e reprodução do espaço, este entendido como meio e condição para a reprodução da vida humana em todas as suas dimensões. Desta forma, na medida que o espaço se constitui num produto em permanente processo de transformação, faz-se necessário relacioná-lo com a sociedade que o produz.

As formas espaciais e, por conseguinte, sua função e estrutura, são resultantes da produção espacial, que é realizada em diferentes planos e aparecem nos modos de apropriação, utilização e ocupação de um determinado lugar, num momento específico. Tal produção apresenta um caráter processual, pois a cada momento "as *formas* transformam-se em *funções* e entram em *estruturas* que as retomam e as transformam" (LEFBVRE, 1991, p. 54, grifos da autor).

Assim, cada momento que a organização social muda, conseqüentemente, mudam as formas espaciais (e por extensão sua função e estrutura), ou seja, "elas contêm a *existência social* – são criadas pelas relações sociais e, ao mesmo tempo, as produzem" (OLIVEIRA; MORAES, 1996, p. 99. grifo dos autores).

A história da cidade tem demonstrado que vários processos socioespaciais contribuíram para a produção e reprodução de suas formas espaciais. Nesta perspectiva, podemos afirmar que ao analisarmos a natureza da cidade como expressão material maior do processo de (re) produção social não é possível desvencilhá-la da importância que as diferentes formas de comércio, sejam elas modernas ou tradicionais, têm para tal contexto.

Ao percebemos esta relação, aceitamos a idéia de que o comércio na cidade se constitui num elemento que precisa ser analisado levando em

consideração a compreensão dos processos que ocorrem na cidade e no conjunto da sociedade. Sobre este aspecto, Silva (2003, p. 90) vem afirmar que "o estudo das atividades comerciais possibilita ver a dinâmica da sociedade e o processo de (re)produção da cidade, pois, a localização do comércio sempre demandou situações estratégicas".

Antes de adentramos os pormenores da relação entre o comércio e a cidade, convém tecermos algumas considerações teóricas sobre a cidade. Objeto de estudo da Geografia há muitos anos, a cidade tem sua origem relacionada a um período anterior ao surgimento do próprio sistema socioeconômico capitalista. Contudo, podemos afirmar a idéia de que a cidade é a expressão mais contundente do processo de produção da humanidade sob a égide das relações desencadeadas pela formação econômica e social capitalista.

Partindo deste princípio, a cidade pode ser considerada "como uma das configurações mais complexas produzidas pela sociedade" (SILVA, 1997, p. 89), ou seja, a expressão da permanência da humanidade onde sua totalidade constitui-se de partes efêmeras que estão constantemente sendo construídas e reconstruídas. Neste sentido,

> a cidade é um emaranhado de fazer e desfazer: construções, demolições, remendos, reformas, templos, feiras, palácios, favelas, monumentos, caminhos, ruelas, ruas, alamedas, avenidas, vias, letreiros, acrílico, néon, terremotos, emoções, furações (SILVA, 1997, p. 86).

Como espaço urbano, a cidade aparece como expressão material da organização da sociedade. Na medida que a organização social tende estar sempre em constante processo de mudança, o papel da cidade também estará sujeito a mudanças expressando as novas formas de relações sociais. Assim, a cidade apresenta-se como um espaço dinâmico resultante dos processos que nela se realizam, ou seja, "um produto das relações humanas, transformando-se quando a sociedade se transforma" (BRUMES, 2001, p. 53).

Por isso, concordamos com Carlos (2004, p. 19) quando ressalta que análise espacial da cidade

> revela a indissociabilidade entre espaço e sociedade, na medida que as relações sociais se materializam num território real e concreto, o que significa dizer que ao produzir sua vida, a sociedade produz/reproduz um espaço, enquanto prática socioespacial".

Assim, propondo um olhar que reflita sobre a natureza geográfica da cidade, Carlos (2004, p. 19) ressalta que esta se apresenta como "construção humana; produto histórico-social [...] trabalho materializado, acumulado ao longo de uma série de gerações, a partir da relação da sociedade com a natureza". Para a autora, a história da cidade como resultado e determinante da vida humana nos traz a idéia de que ela é obra e produto,

> uma realidade espacial concreta cujo movimento é produto de um processo histórico cumulativo, revelando ações passadas ao mesmo tempo que o futuro se tece no presente e, nesta condição revela as possibilidades presentes na vida cotidiana" (2004, p. 19).

Diante do que foi exposto, entendemos que, ao enxergarmos a cidade como um produto histórico-social, ela resulta da ação de inúmeros agentes que, dependendo de seus interesses, (re)organizam-na no sentido "da realização de determinada ação, seja a de produzir, consumir, habitar ou viver" (CARLOS, 1994, p. 85). Assim, a cidade se apresenta como um conjunto de imagens, representações, relações, vidas, sonhos, diferenças, problemas de uma sociedade, ou seja, um reflexo da sociedade, que se apresenta cheia de símbolos, sejam eles culturais ou impostos por uma ideologia de consumo. Símbolos esses que se tornam sua identidade e de quem nela habita.

Ao mesmo tempo, a cidade pode ser analisada como o elemento fundamental em que em diversos momentos e sob várias formas, se dá a organização do espaço (BEAUJEU-GUARNIER, 1997). Assim, a cidade apresenta-se, simultaneamente, como sujeito e objeto. Como objeto, ela é a expressão da materialidade,

> atrai e acolhe habitantes aos quais fornece, através de sua produção própria, do seu comércio e dos seus diversos equipamentos, a maior parte de tudo o que eles necessitam; é o lugar onde os contactos (sic) são favorecidos e maximizados os resultados (BEAUJEU-GUARNIER, 1997, p. 11).

Como sujeito, os habitantes são influenciados pelo meio urbano,

> [podendo] transformá-los pouco a pouco; pelas suas exigências, a cidade desempenha um papel importante nas actividades (sic) internas e periféricas; pelo seu próprio poder, favorece, difunde e bloqueia os diversos impulsos vindos do exterior (BEAUJEU-GUARNIER, 1997, p. 11).

A cidade é fragmentada e, ao mesmo tempo, produtora de territórios, dividi-se em regiões, superpõe lugares e se apresenta como paisagem que é vista e percebida de maneiras diferentes pelos indivíduos. Assim, a cidade espetacularia a vida cotidiana e dá sentido visual ao mundo das pessoas, das coisas, das trocas (SILVA, 1997). Seja vista como sede administrativa ou como espaço imaginário, desejado, a cidade é antes de tudo, palco na qual se efetivam as principais atividades do homem (trabalho, lazer, habitar, família, consumo etc.) e que se caracteriza por ser uma superposição de lugares.

Carlos (1994), assim, ressalta que a cidade aparece como apropriação do espaço urbano produzido e que sua análise pode ser feita sob dois pontos de vista, o do produtor e do consumidor. No primeiro caso, "a cidade é o meio de consumo coletivo (bens e serviços) para a reprodução da vida dos homens. É o *lócus* da habitação e tudo o que o habitar implica" (p. 86); e, no segundo, "a cidade materializa-se como condição geral da produção e nesse sentido é o *lócus* da produção e da acumulação" (p. 86, grifo do autor).

A partir destas idéias, podemos afirmar que sob as regras do modo de produção capitalista, as relações entre o ato de produzir e de consumir refletirão as contradições existentes numa sociedade que possui necessidades diferentes no uso do solo urbano. Sendo assim,

> a cidade oferece à sociedade um conjunto "ilimitado de escolhas" e de condições de vida. Como cada um satisfará suas necessidades, isto é, consumirá o espaço, estará vinculado ao lugar que ocupa no processo de produção geral da sociedade (CARLOS, 1994, p.53).

Considerando a cidade como ponto de interseção e superposição entre as horizontalidades[10] e as verticalidades[11], Santos e Silveira (2001, p. 280) observa que:

> elas (as cidades) oferecem os meios para o consumo final das famílias e as administrações (consumo consuptivo) e o consumo intermediário das empresas (consumo produtivo). Elas funcionam como entrepostos

[10] Por horizontalidade, Santos (2006, p. 284) afirma: "são extensões formadas de pontos que se agregam sem descontinuidade".

[11] Por verticalidade, Santos (2006, p. 284) informa: "são pontos no espaço que, separados uns dos outros, asseguram o funcionamento global da sociedade e da economia". O autor exemplifica os dois conceitos observando que "enquanto as horizontalidades são as fábricas de produção propriamente dita [...], as verticalidades dão conta dos outros momentos da produção, sendo o veiculo de uma cooperação mais ampla".

> e fábricas, isto é, como depositárias e como produtoras de bens e serviços exigidos por elas próprias e por seu entorno.

Ainda segundo os referidos autores “as atividades urbanas estão ligadas a esses tipos de consumo, e é assim que as cidades cumprem o papel de responder às necessidades da vida de relações” (2001, p. 280).

No contexto da consolidação da atual fase do modo de produção capitalista, a cidade torna-se o centro articulador de uma série de relações (sociais e econômicas) que não se restringem somente a sua área de influência mais imediata. Tal papel é resultante de um processo de urbanização acelerado do espaço ou, como enfatizou Lefebvre (2004), a urbanização completa (como virtualidade) e o advento de uma sociedade urbana, esta vista não como mero crescimento físico do sítio urbano, mas sim, como um modo de vida, com diferentes territorialidades que revelam mobilidades, deslocamentos, reflexos da produção, do consumo, dos movimentos sociais, das idéias, etc.

Sob a égide do meio técnico-científico-informacional, onde as associações entre ciência, tecnologia e informação se impõem como imperativo para a produção do espaço na atualidade, vemos a transformação e a racionalização dos espaços e a incorporação de novas áreas. Este processo, contudo, não está relacionado somente à incorporação de novas técnicas no campo do processo produtivo, mas, está ligado, também, às esfera da distribuição e do consumo demonstrando que “os objetos técnicos se encontram praticamente em todas as latitudes e longitudes” (SANTOS, 2006, p. 215).

Esta tendência chega àquelas atividades responsáveis pela satisfação do consumo da sociedade, provocando substanciais modificações no ritmo das atividades ligadas ao setor de comércio e de serviços. Assim sendo, para entendermos a dimensão que o setor de comércio e de serviços toma no mundo moderno e por que algumas formas tradicionais resistem à imposição de novos padrões de consumo “a abordagem de aspectos do processo de reprodução do capital e da feição urbana que toma a sociedade com o advento do atual modo de acumulação capitalista serão imprescindíveis” (ROCHA; LIMA, 2005, p. 1-2).

Portanto, antes de volvermos nossa atenção para a relação entre a cidade e as formas de comércio como imperativo para compreensão do espaço das feiras no contexto da sociedade na atualidade, faremos inicialmente uma discussão

acerca dos setores da economia, notadamente o terciário, do qual as atividades de comércio (varejista e atacadista) fazem parte. Tal discussão faz-se necessário, pois consideramos que o entendimento da própria existência da feira livre perpassa pela compreensão da própria dinâmica do setor terciário e da sua relação com a cidade.

A concepção do termo "terciário" é originada da repartição dos setores da economia por Colin Clark em 1940 (SANTOS, 1979; LIPIETZ, 1988). Segundo esse autor, a história econômica seria dividida em uma era primária (ou essencialmente agrícola), secundária (ou industrial) e, era terciária (ou pós-industrial).

Essa tripartição representa uma expressão da divisão social do trabalho onde as atividades produtivas se complementariam em três pilares, "a geração inicial dos produtos da natureza, a transformação destes em outros produtos com novos agregados e o aglomerado de serviços comerciais atendendo ao consumo" (LIMA; ROCHA, 2002, p. 219).

Mais recentemente, existe uma tendência a se utilizar a denominação "setor de serviços" em substituição a "terciário". O termo "serviços" passou a ser empregado pelo próprio Clark em 1957, pois este considerava que o primeiro era mais adequado em função da grande variedade de atividades nela incluídas (MELO et al, 1998). Destaca ainda os referidos autores que o *Economic Council of Canadá* diferencia os serviços de outros bens derivados da produção industrial pelo fato de aqueles serem consumidos tal como produzidos e resultantes de um processo em que produção e consumo são coincidentes no tempo e no espaço. Assim, os serviços se caracterizam por serem intangíveis, intransferíveis, não-estocáveis e apresentarem contato direto entre produtor e consumidor.

Dentro deste contexto, existe um debate que leva em consideração o fato de o setor terciário ser produtivo ou não. Tal situação se coloca, pois, "o setor terciário parece ser visto sempre em oposição aos setores produtores de bens, por sua distinção residir na natureza do produto final (materialidade dos bens e imaterialidade dos serviços)" (BRANDÃO; FERREIRA, 1992, p. 18).

Seguindo este raciocínio, Lipietz (1988, p. 178) define o setor terciário como tudo "o que não valoriza capitais por um processo de trabalho manual", sendo, portanto, imaterial. O próprio autor distingue duas categorias de terciário: uma, diz respeito ao setor terciário propriamente dito, ou terciário externo, ou seja, "o conjunto dos ramos funcionalmente terciários repartidos na divisão social do trabalho"; a outra, refere-se às atividades terciárias, ou terciário interno, isto é, aquelas atividades "no

interior do terciário, mas também dos setores primários e secundários" (p. 179).

Para Oliveira (1978), o terciário "é uma classe de produção incorpórea, em que nele se concentram todas as atividades *não-produtivas strictu-sensu*" (p. 144, grifo do autor). Porém, o próprio autor ressalta que esta definição não exclui a idéia de que dentro deste setor não existam atividades produtivas, tais como os transportes e as telecomunicações. Assim, o setor terciário engloba as atividades que estão nas esferas da circulação, da distribuição e do consumo.

Pintaudi (1984) considera que para o entendimento das trocas comerciais [12] no contexto de uma sociedade historicamente dada, "há que se considerar os demais momentos do processo produtivo, ou seja, a produção, o consumo e a distribuição" (p. 45).

Um autor importante para compreendermos como estes processos se realizam e se relacionam é Marx (1974). Em seu clássico trabalho Introdução à Crítica da Economia Política, ele analisa a relação geral da produção com a distribuição, a troca e o consumo, mostrando que longe de serem processos independentes uns dos outros, eles se complementam e a cada momento se reafirmam como pressupostos da reprodução social.

Inicialmente, Marx nos alerta sobre a visão de como alguns economistas vêem esta relação em que a idéia que prevalece é:

> Na produção, os membros da sociedade apropriam-se [produzem, moldam] dos produtos da natureza para as necessidades humanas; a distribuição determina a proporção dos produtos de que o indivíduo participa; a troca fornece-lhes os produtos particulares em que queira converter a quantia que lhe coube pela distribuição; finalmente, no consumo. Os produtos convertem-se em objetos de desfrute, de apropriação individual (p. 113).

Nesta perspectiva, existe um encadeamento lógico entre cada um dos processos. Porém, ele é superficial e reducionista na medida que vê a produção como criadora de objetos segundo as necessidades. A distribuição e a troca aparecem como repartição – o primeiro conforme a lógica das leis da sociedade; o outro, de acordo com as necessidades individuais; e, finalmente, o consumo como elemento que satisfaz à necessidade individual. Assim, cada processo se dá de forma independente e se encerra em si mesmo, ou seja, "a produção aparece como

[12] No nosso caso, o entendimento dos processos que ocorrem no âmbito das feiras perpassa necessariamente pela compreensão da natureza das relações de trocas comerciais.

ponto inicial; o consumo como ponto final; a distribuição e a troca aparecem como meio termo" (MARX, 1974, p. 113).

Em suas proposições, Marx considera que ambos os processos estão inter-relacionados. No ato da produção temos, ao mesmo tempo, o desenvolvimento do indivíduo através da sua produção na qualidade de ser biológico e o consumo dos meios de produção e das matérias-primas. Assim, o processo de produção em todas as suas dimensões envolve o ato do consumo. Da mesma forma, todo ato de consumo envolve a produção de algo, seja do ponto de vista biológico, seja do ponto de vista material. Pensando assim, Marx é enfático quando afirma que "a produção é pois, imediatamente consumo; o consumo é imediatamente produção. Cada qual é, imediatamente seu contrário. Mas, ao mesmo tempo, opera-se o movimento mediador entre ambos" (1974, p. 115).

Marx considera ainda que o consumo engendra uma dupla maneira à produção: a primeira porque um produto se converte em tal só quando ele é consumido; e, o segundo porque o consumo vai demandar uma nova produção, o que se constitui no elemento que move internamente a produção. Já do lado da produção, o autor observa que este é fornecedor dos objetos, pois, "um consumo sem objetos não é consumo" (1974, p. 116), e assim, a produção é criadora do consumo. Ao mesmo tempo, a produção determina o caráter do consumo, ou seja, "a produção não produz, pois, unicamente o objeto de consumo, mas também o modo de consumo [...]. Logo, a produção cria o consumidor" (MARX, 1974, p. 116), isto é, além de a produção criar um objeto que é definido para um sujeito, ela também cria um sujeito para o objeto.

Para que os objetos produzidos sejam consumidos pelos indivíduos faz-se necessária a existência de um meio de ligação entre a produção e o consumo, a distribuição. Assim como o consumo, a distribuição também é determinada pela produção. Para Marx (1974, p. 118) "a distribuição é um produto da produção", pois, é ela quem determina a participação dos indivíduos no consumo, ainda que sua articulação se dê na produção.

Enfim chegamos ao momento "final" do processo, a troca. Assim como os demais momentos do processo produtivo, a troca encontra-se em todos os momentos, diretamente compreendida na produção ou por ela determinada. A troca é o "momento mediador entre a produção e a distribuição determinada por ela e o consumo" (MARX, 1974, p. 121).

Nesse quadro de referência, podemos afirmar que numa sociedade baseada nas trocas de produtos, esta se acha determinada pela produção através do ato de consumo. Ao mesmo tempo, o consumo encontra-se determinado pela distribuição que é dada pela produção. Sendo parte do processo geral da produção, a troca de mercadorias é o momento em que se realizam as mais variadas formas de relações sociais e, assim sendo, o mercado se constitui na sua forma mais característica (MARX, 1974). O lugar que o mercado ocupou na cidade demandou situações estratégicas, pois sua principal finalidade é de produzir e aproveitar-se da aglomeração.

No âmbito da sociedade capitalista, a crescente divisão social do trabalho e a concentração cada vez maior dos indivíduos nas cidades elevam o nível de necessidades a serem satisfeitas e, conseqüentemente, há necessidade de maior produção. Ao mesmo tempo, a ampliação da produção demandou uma maior velocidade na circulação com vistas à minimização dos custos e a uma maior rotatividade do capital, o que é favorável a uma reprodução ampliada.

A evolução da produção criou novas necessidades de consumo para os indivíduos, bem como estes têm novas necessidades a serem satisfeitas pela produção. Na medida que uma nova racionalidade capitalista se implanta para responder a estas necessidades (e ao mesmo tempo criar novas) é que surgem as modernas formas de venda a varejo (ORTIGOZA, 2003).

As trocas de mercadorias sempre apareceram como elemento fundamental para manutenção do sistema capitalista, já que, como vimos, ela faz parte do processo geral de produção. No momento em que se vê a ampliação e a consolidação de novas formas comerciais, percebemos a importância que o setor de comércio e de serviços possui para que o capitalismo continue a se reproduzir.

O setor terciário moderno desponta como resultado do desdobramento do processo produtivo em sua nova fase, cujo objetivo seria superar a negação do trabalho quando diante da automação da indústria em meados do século XX. Portanto, “o terciário se encontra em evidência na atual conjuntura técnicocientífica, sendo, portanto, aquele que melhor expressa o espaço geográfico da nossa época” (ROCHA; LIMA, 2005, p. 5).

Daí, a chamada terciarização da economia “constituiu uma das mais importantes mudanças introduzidas no cotidiano humano no século XX” (MELO et al, 1998, p. 1). Assim, a rápida expansão registrada pelas atividades de comércio e

serviços constitui uma das mudanças de maior importância socioeconômica e o processo de terciarização é resultado de fatores não só relacionados à reestruturação produtiva e tecnológica, bem como da melhoria da qualidade de vida da população (MÉNDEZ, 1997).

Com a complexidade adquirida a partir da difusão das novas tecnologias, podemos afirmar que na época em que vivemos a divisão tradicional de setores econômicos já não expressam a realidade da economia. Neste sentido, concordamos com Santos (1982, p. 58) quando este vem afirmar que:

> O terciário, hoje, permeia as outras instâncias (primário e secundário) cuja definição tradicional esmigalha e, sob formas particulares em cada caso, constitui o elemento explicativo da possibilidade de existência com êxito de inúmeras atividades, sobretudo daquelas mais importantes.

Corroborando com tal análise, Rocha e Lima (2005, p. 5) afirmam que

> a inserção de novas técnicas e procedimentos organizacionais aglutinaram tarefas de um setor da economia em outros. O terciário foi sensivelmente ampliado, absorvendo múltiplas funções tanto no primário quanto no secundário. Na nova maneira de produzir, o bem final agrega uma gama de serviços (atendimento ao consumidor, pesquisa, assistência técnica, dentre outros). Num único produto podemos encontrar uma imbricação dos vários setores econômicos.

Um outro fator que vem provocando a expansão do moderno setor terciário diz respeito às mudanças nos padrões de consumo que, por sua vez, vem afetando de maneira direta as atividades comerciais.

Com isso, um dos fatos marcantes na sociedade, no contexto da nova realidade do sistema capitalista, é o aumento do consumo (ORTIGOZA, 2003). Um dos elementos que explicam e que estimulam os novos hábitos de consumo é "o aparecimento de várias formas de comércio renovadas, cujas estratégias foram sistematicamente aperfeiçoadas" (ORTIGOZA, 2003, p. 64).

Pensando assim, vemos a emergência do que alguns autores chamam de uma *sociedade de consumo*, onde há a exacerbação da produção, agora direcionada segundo o tipo de mercado. E, portanto, "o consumo aparece como elemento integrante da produção, pois a partir da manipulação de objetos, desejos e gostos, vai demandar uma determinada produção, para determinados grupos" (SILVA, 2003, p. 92).

Assim, à medida que as transformações nos padrões de consumo da sociedade resultaram numa diversificação das atividades dentro do setor de comércio e de serviços modernos, podemos afirmar que cada vez mais, hoje, as diferentes formas de comércio desempenham importante função para a reprodução da sociedade no âmbito da cidade.

O moderno setor de comércio e de serviços vem nos mostrar que a cidade de hoje se constitui "na negação da auto-subsistência e do auto-consumo, pelo que se torna sinônimo de atividade comercial por excelência. O século XX foi o século da urbanização do território, do aumento dos intercâmbios comerciais e da difusão do consumo" (CARRERAS, 1994, p. 107).

Já afirmamos anteriormente que historicamente o comércio possui uma profunda relação com a cidade por ser um dos elementos que explica a origem e muitas das mudanças que nela se realizam. Segundo Beaujeu-Guarnier (1997, p. 211), "se nem todas as cidades são 'filhas do comércio', nenhuma, em todo caso, se pode vangloriar de escapar à sua presença e à sua influência; nenhuma passa sem intercâmbio, por vezes criador e motor do crescimento urbano". Para a autora, a função comercial é considerada como função urbana fundamental, já que seu papel foi particularmente importante no nascimento e desenvolvimento de numerosas cidades. Assim, sobre o papel do comércio, Beaujeu-Guarnier (1997, p. 211) observa que este "aparece como elemento que melhor traduz o tipo de sociedade onde está implantado".

Mostrando a relação entre cidade e as modificações nos padrões de comércio nas cidades portuguesas, Salgueiro (1996, p. 183), ressalta que "as cidades são fundamentalmente centros terciários" e, um dos seus ramos, o comércio, representa "o embrião da vida urbana naquilo que ela pressupõe de interação, de troca em sentido lato, de produção da inovação". Ainda para a referida autora, estudar o comércio urbano nos permite "acompanhar o desenvolvimento urbano, perceber como evoluiu a cidade e sua organização interna, e mesmo a diversidade social dos grupos que partilham o território e o grau de abertura da economia exterior" (SALGUEIRO, 1994, p. 177).

Afirmamos anteriormente que o comércio nos possibilita enxergar como se processaram as mudanças no interior da sociedade, a evolução dos valores e as modificações na estrutura urbana. Ele funciona como válvula de escape para o consumo da sociedade.

Na medida que se aproveita do caráter de aglomeração da cidade, o comércio "faz parte da razão de ser da cidade, viabiliza a sua existência, explica a sua organização, justifica inúmeros movimentos que se desenvolvem no seu interior e possibilita compreender o espaço urbano, através de suas formas e da evolução destas" (SILVA, 2002, p. 67).

A cidade e o comércio são vistos como elementos indissociáveis para a reprodução social e, este último "pertence à essência do urbano e seu aprofundamento nos permite um melhor conhecimento desse espaço e da vida na cidade" (PINTAUDI, 1999, p. 144). Assim, ao analisar o papel das formas de comércio na cidade, a autora ressalta ainda que estas

> são formas sociais; são as relações sociais que produzem as formas comerciais, que ensejam relações sociais. Analisar as formas comerciais, que são formas espaciais históricas permiti-nos a verificação das diferenças presentes no conjunto urbano, o entendimento das distinções que se delineiam entre espaços sociais (p. 145).

Como mostra Pintaudi (1984), é com o advento do capitalismo que se dá uma transformação em termos de comercialização da produção. Em função das demandas da indústria que estava surgindo é que "o comércio se transforma com vistas a conseguir uma melhor distribuição da produção junto aos consumidores" (p. 48). Na medida que ocorre um aumento e uma melhor especialização da produção, temos um crescimento no aparelho comercial significando que uma mercadoria, antes de chegar ao seu consumidor final, passa pelas mãos de diferentes tipos de comerciantes.

Na medida que o setor de comércio e de serviços se consolida dentro do atual momento do capitalismo e se ampliam as condições de consumo da sociedade, temos a criação de formas advindas desta nova dinâmica da sociedade e, ao mesmo tempo, a produção de novos meios para a ampliação do consumo e para o surgimento de outras formas. Assim, os *shoppings centers*, os sistemas de franquias, as lojas de conveniência, os supermercados e os hipermercados são considerados como modernas formas de comércio (DANTAS, 2005).

Mesmo com a urbanização da sociedade e a difusão das modernas formas de comércio e consumo, formas tradicionais de comércio como as feiras permanecem como um dos elementos constituintes não só da economia, como,

também, da dinâmica socioespacial das cidades, mostrando que “estas mudanças e movimentos sociais não produziram uma transformação total e radical da sociedade” (CARRERAS, 1994, p. 109).

Assim, ao percebemos a evolução tanto das modernas como das formas tradicionais de comércio, devemos relacioná-las a contextos diferenciados da evolução das necessidades de consumo, do desenvolvimento e modernização das formas de distribuição e das estratégias que o capital comercial adotou para se reproduzir, principalmente nas grandes cidades.

No nosso caso, podemos colocar como contraponto dessa relação o crescimento dos grandes equipamentos de comércio varejista (supermercados e hipermercados) e a persistência da feira.

No contexto da sociedade capitalista os níveis de consumo dos indivíduos não são os mesmos, o que é resultante de uma produção que não responde às necessidades dos indivíduos igualmente. Ao mesmo tempo, a divisão social e territorial do trabalho faz (re) produzir diferentes formas de uso do espaço urbano. Por isso, como produto da dinâmica social,

> o espaço urbano nos obriga a pensar a ação humana enquanto obra continuada, ação reprodutora que se refere aos usos do espaço onde tempos se sucedem e se justapõem montando um mosaico que lhe dá forma e impõe característica a cada momento (CARLOS, 2004, p. 80).

Por último, não devemos esquecer que um dos principais reflexos da expansão do modo de produção capitalista em países subdesenvolvidos como o Brasil refere-se à incapacidade de absorção da mão-de-obra excluída da modernização dos processos produtivos “proporcionando gradativamente o aumento da pobreza e incapacitando a economia de oferecer empregos necessários à população, ficando os referidos países caracterizados pela larga escala de desempregados e subempregados” (ANDRADE, 1971, p. 24), resultando na expansão das atividades do chamado setor informal.

2.4 A Feira e o Setor Informal da Economia

O debate sobre as questões do setor informal da economia e da informalidade foi introduzido na literatura das ciências sociais na década de 1970

quando da realização de um estudo sobre a economia do Quênia, em que se analisava a realidade econômica deste país do então chamado Terceiro Mundo, no qual se superpunham dois mercados de trabalho diferenciados: um setor formal e um setor informal (MELO; TELES, 2000).

Nesta seção, teceremos algumas considerações sobre as questões que envolvem o debate acerca do setor informal e da informalidade e como este se reflete na feira. Para isso, devemos ter como ponto de partida para essa discussão o seguinte questionamento: até que ponto a informalidade está presente dentro do espaço das feiras?

A resposta para essa questão passa necessariamente pelo entendimento de como ocorre a regulação e a gestão do próprio espaço da feira. Como se trata de um espaço destinado à utilização pública, o trabalho nos municípios brasileiros em que se realizam este tipo de mercado fica a cargo do poder público municipal. Porém, consideramos que no caso das feiras, principalmente numa região como o Nordeste, só a existência de uma lei que autoriza o funcionamento deste tipo de instituição não se exclui o fato de que, geralmente, para o feirante vendedor, a feira apresenta-se como um refúgio para aqueles que não encontram mais opção no mercado de trabalho.

Um primeiro aspecto que deve ser levado em consideração acerca do debate sobre o setor informal na literatura socioeconômica nos mostra que este vem sofrendo deslocamentos teóricos e empíricos ao longo das últimas décadas evidenciando, assim, uma imprecisão na sua definição. Sobre esta questão, Cacciamali (1983, p. 10) observa que:

> Tanto a definição como os elementos apresentados para caracterizar o Setor Informal dão margem a ângulos interpretativos diversos, pois cada uma das condições enumeradas para caracterizar esse setor, assim como o seu conjunto, não se dá, em geral, nem com a mesma intensidade, nem simultaneamente.

Contudo, dentro do espectro de análise que envolve a informalidade, podemos afirmar que este "pode representar fenômenos distintos, que vão desde a pura e simples evasão fiscal até meras atividades de sobrevivência de populações marginalizadas no mercado de trabalho" (MELO; TELES, 2000, p. 6).

Mesmo com este ambiente de imprecisão conceitual, um ponto a ser considerado para se compreender o setor informal é que ele envolve o trabalho

autônomo que persiste até os dias de hoje, intersticialmente, no interior do modo de produção capitalista. Para Cacciamali (1983, p. 11), os elementos que caracterizam a pequena produção ou o trabalho autônomo "foram e são continuamente destruídos pela imposição capitalista, pela expansão das firmas em busca de lucros, pelos avanços tecnológicos e pelos níveis de produtividade logrados".

Na visão de Paiva, Potengy e Chinelly (1997) a redefinição da informalidade passa pelo entendimento de que este deixa de ser visto como alternativa de assalariamento para ser entendido como uma dimensão da esfera da reprodução social. E assim, a informalidade passa a ser legitimada

> como solução para os problemas gerados pelo desemprego, e deslegitimar o Estado, ao tornar rotineira a transgressão do direito. Com esse redirecionamento, a informalidade deixa de ser apenas uma questão ligada à pobreza e ao subdesenvolvimento para conectar-se à realidade das sociedades capitalistas avançadas (p. 137).

As atividades ligadas ao setor informal mostram-se cada vez mais como um fenômeno crescente no interior das cidades, principalmente aquelas ligadas ao comércio de rua, como a feira, mostrando que aquele é resultante "das enormes transformações que estão ocorrendo no mercado de trabalho e na estruturação das sociedades urbanas" (LOPES, 1996, p. 31).

Assim, o crescimento do número de pessoas que procuram esses tipos de atividades ocorre, principalmente, como alternativa de sobrevivência e pelas dificuldades de geração de emprego nos setores formais da economia. Assim, a reprodução das atividades informais deve-se "pela não possibilidade, ou não viabilidade econômica, de grandes empresas exercerem certas funções, o que permite o surgimento de interstícios, entre as atividades econômicas mais importantes" (GONÇALVES; THOMAZ JR, 2002, p. 5).

Com isso, "o setor informal, estaria ocupando 'as franjas do mercado' os espaços ainda não preenchidos ou já abandonados pela produção capitalista, concentrando-se, em última análise, nas atividades que inibem um processo sistemático de acumulação do capital" (GONÇALVES; THOMAZ JR, 2002, p. 5). Diante do exposto, convém dizer que por ser uma atividade não-capitalista em que a exploração permite a valorização do capital sem assalariá-lo, a feira vincula os indivíduos que estão excluídos do setor formal da economia.

Dentro deste quadro de referência, podemos afirmar que além de constituir-se como uma atividade de comércio tradicional, a feira é considerada, também, como uma atividade do setor informal da economia.

Desta forma, entendemos que o setor informal refere-se a um conjunto de atividades de natureza social e econômica que ocorrem, principalmente, em áreas urbanas, com local e tempo determinados, de caráter fixo ou móvel, regular ou irregular, transitória ou efêmera em que as relações são estabelecidas entre indivíduos e grupos.

Considerado por Gomes (2002, p. 177) como forma de apropriação dos espaços comuns, o setor informal é "todo ramo de atividade que foge ao controle do Estado e, portanto, da legislação vigente". Na concepção do mesmo autor, o setor informal "desenvolve-se quase sempre nos locais públicos de maior circulação ou de grande valorização comercial e se estabelece como um meio de explorar uma certa atividade sobre uma área que, em princípio, deveria ser de todos" (p. 177).

Do ponto de vista da economia espacial, a análise do setor informal da economia envolve, também, algumas considerações acerca dos dois circuitos (superior e inferior) da economia urbana. Seguindo este raciocínio, Santos (1979) esboça em seu clássico trabalho uma teoria geral para os dois circuitos e como se dão as articulações econômicas e também espaciais entre eles.

Para o autor, as causas e os efeitos da existência dos dois circuitos devem-se ao fato de haver de um lado um grande número de pessoas com salários muito baixos e/ou vivendo de atividades ocasionais e, de outro, uma minoria com renda muito elevada. Nesse processo cria-se na sociedade uma divisão entre aqueles que podem ter acesso aos bens e serviços oferecidos e aqueles que mesmo tendo as mesmas necessidades não têm condições de satisfazê-las. Essas diferenças geram distorções nos padrões de consumo e resultam na formação e na manutenção de dois circuitos de produção, distribuição e consumo de bens e serviços.

Assim sendo, para este autor, tanto o circuito superior quanto o inferior são, respectivamente, o resultado direto e indireto da modernização tecnológica. Um dos elementos que caracterizam os dois circuitos da economia urbana é que cada um deles irá se definir segundo o conjunto das atividades realizadas e pelo setor da população a qual ele está ligado, enquanto os elementos que diferenciam as atividades de cada circuito está na diferença de tecnologia empregada e na

organização das atividades.

Desta forma, o circuito superior "consiste nas atividades criadas em função dos progressos tecnológicos e das pessoas que se beneficiam deles" (SANTOS, 1979, 29), sendo formado pelos bancos, comércio e indústrias de exportação, indústrias e serviços modernos, e na sua base, os atacadistas e transportadores. Em contrapartida, o circuito inferior "se dirige aos indivíduos que só se beneficiam parcialmente ou não se beneficiam dos progressos técnicos recentes e às atividades a eles ligados" (SANTOS, 1979, p. 29), sendo composto pelas formas de fabricação de capital não-intensivo, pelos serviços não modernos fornecidos a varejo e pelo comércio não-moderno e de pequena dimensão, como as feiras livres.

Esta situação é uma das causas para a generalização da pobreza, do desemprego e do subemprego, principalmente nos países subdesenvolvidos. É assim que cada vez mais "a modernização tecnológica engendra disparidades sociais e econômicas crescentes" (SANTOS, 1979, p. 151).

À medida que os impactos da modernização tecnológica tornaram-se mais aceleradas na segunda metade do século XX, inclusive nos países subdesenvolvidos, criou-se uma grande massa de trabalhadores sem emprego e conseqüentemente um crescimento nas formas de subemprego.

Tal situação reflete-se numa maior disparidade entre os circuitos superior e inferior, criando uma segmentação das formas de distribuição e consumo da sociedade. No caso do comércio varejista, tanto a proliferação das redes de supermercados e hipermercados nos bairros mais nobres como a persistência das feiras livres nos bairros das camadas mais populares expressam esse processo.

Outros elementos que explicam a proliferação de atividades inseridas no chamado circuito inferior da economia urbana está relacionado ao aumento da injustiça na distribuição de renda e da situação de pobreza em que se encontram a maioria dos países subdesenvolvidos. Tal fato está diretamente relacionado com o atual modelo de crescimento econômico que impede a expansão do emprego e a existência de um mercado interno para os produtos modernos.

Assim, a situação de exploração em que se encontra a maior parte da sociedade nos países subdesenvolvidos explica a existência do circuito inferior. Sobre esta situação, Santos (1979, p. 153) nos esclarece que:

> Os pobres não têm acesso aos produtos modernos e os mais pobres

> dentre eles só podem se proporcionar consumos correntes por intermédio de um sistema de distribuição particular freqüentemente completado por um aparelho de produção igualmente específico e que é uma resposta às condições de pobreza da grande massa da população.

A absorção dessa mão-de-obra pelo setor informal da economia explica-se, também, "pelo fato de que para entrar nessa atividade só se tem necessidade de pequena soma de dinheiro e pode-se apelar para o crédito (pessoal), concedido em dinheiro ou em mercadorias; não é necessário ter experiência e é fácil escapar ao pagamento de impostos" (SANTOS, 1979, p. 164).

Assim, a análise da feira como um dos componentes do circuito inferior nos leva ao entendimento de como a sociedade participa do processo geral de produção do capitalismo, na medida que, ao ser excluída dos meios formais de reprodução do capital, os indivíduos buscam diferentes estratégias para sobreviverem economicamente e se reproduzirem como indivíduos.

3 AS FEIRAS NUMA VISÃO GEOHISTÓRICA

> *O interior nordestino, com toda sua cultura, costumes e hábitos, ainda ecoa em plena feira urbana do século XXI. Em que outro lugar ainda se pode achar rapadura batida, encerada ou natural? E ainda sequilhos, soldas (bolachas de leite, pretas ou brancas), farinha de milho, açúcar bruto (também conhecido como mascavo), doces (goiaba em calda, coco verde, jaca, leite com ameixa), pirulitos coloridos de açúcar, mel de abelha, e licores saborosos (umbu, maracujá, catuaba, tamarindo, etc.)? Só na feira (O FINO ..., 2007).*

Falar das feiras é reconstruir a evolução das relações de troca em praticamente todas as partes do mundo. Em algumas regiões, tais instituições surgiram como um fenômeno primitivo e espontâneo a ponto de muitas cidades terem suas origens relacionadas estreitamente com as feiras. Assim, o surgimento de instituições destinadas essencialmente à realização de intercâmbio de mercadorias e ao abastecimento da população representou o embrião de uma nova aglomeração humana a partir da atividade comercial (WEBER, 1967) sendo este um dos elementos determinantes para os homens se reunirem em sociedade.

As origens mais remotas dos mercados que encontramos na literatura nos leva ao período compreendido entre os anos 3000 e 2000 a.C. Munford (2004) ressalta que se num primeiro momento não se encontra nas cidades mais antigas um espaço aberto onde se situe o mercado, isto se deve ao fato de ele estar possivelmente localizado, em princípio, no interior dos templos. Para o autor, foi só com o desenvolvimento dos meios de transportes, inicialmente aquáticos e depois terrestres, que os excedentes puderam ser postos para intercâmbio, sendo esta a "função de uma nova instituição urbana, o mercado, em si mesmo um produto das seguranças e das realidades da vida urbana" (2004, p. 84).

Vamos encontrar ainda neste autor a referência mais antiga sobre a existência de um mercado, o da cidade de Ur, por volta de 2000 a.C. Para ele, a idéia dos mercados como sendo o ponto de encontro entre rotas de comércio já existia nesse período – daí o porquê de o símbolo sumeriano de mercado ser

representado por um "Y". Sobre os objetivos maiores desses locais, Munford nos mostra que estes apareceram como uma forma de regulação das trocas locais e se a existência dessas formas já se constituía em algo comum no período, "as duas formas clássicas de mercado, a praça aberta ou o bazar coberto, e a rua de barracas ou de lojas, possivelmente já tinham encontrado sua configuração urbana" (2004, p. 85).

Outras referências à existência de mercados encontramos em Braudel (1998, p. 15), por exemplo, quando pontua que esse antigo sistema de troca já existia em algumas cidades da Antiguidade como "em Pompéia, em Óstia ou em Tingard, a Romana, e séculos, milênios antes: a Grécia antiga teve suas feiras; havia feiras na China clássica, bem como no Egito faraônico, na Babilônia, onde a troca foi tão precoce".

Muitas sociedades tinham sua economia voltada para a produção de subsistência não realizando trocas comerciais externas, mas restritas ao grupo. As únicas relações de intercâmbios de mercadorias realizadas constituíam aquelas que tinham por base a troca de produtos que não existiam no grupo, também chamado de escambo.

Portanto, longe de ser uma instituição originada no século XX, as feiras ou mercados se constituem num acontecimento que vem desde a Antiguidade. Então, a feira, como "mercado de troca existia desde os tempos remotos e as primeiras cidades foram, entre outras coisas, os locais onde essa atividade estava provavelmente concentrada" (HARVEY, 1981, p. 207).

Nesta seção, nosso objetivo principal será resgatar o contexto geohistórico das feiras. Para tal, vamos tomar como marco referencial de nossa análise as feiras (ou mercados, como são chamados comumente na literatura sobre o assunto) de caráter periódico que se formaram na Europa durante a Idade Média. Tal recorte se justifica, pois, foram estes modelos de mercados que foram trazidos para o Brasil no rastro do processo de colonização portuguesas no início do século XVI.

Veremos também como se deu o desenvolvimento das feiras em outras partes do mundo e como estas instituições chegaram e se consolidaram no Brasil, para finalmente construirmos sua trajetória no contexto da economia do Nordeste brasileiro. Há ainda um elemento que não podemos esquecer: a ocupação e o povoamento da região Nordeste se inserem no contexto da formação socioespacial

brasileira no século XVI. Assim, devemos orientar nossa discussão tendo como ponto norteador a formação econômica e territorial regional e como esta contribuiu para o surgimento das feiras.

3.1 O Renascimento Comercial e o Surgimento das Feiras

Observada como instituição destinada à troca comercial, a feira tem sua origem relacionada ao renascimento da atividade comercial na passagem da Idade Média para a Idade Moderna. Para muitos autores, dois elementos foram determinantes para o renascimento comercial neste momento, são eles: a construção de cidades e o surgimento de atividades ditas civilizadoras. Porém, autores com Mumford (2004) mostram que o fator principal para isto foi a formação de um excedente de produtos rurais e de população para que se pudesse proporcionar ao comércio as riquezas necessárias para sua expansão.

Para entender esse processo, vamos explicar como se dava o funcionamento da economia dentro do regime feudal. Um dos elementos que mais marcou o funcionamento da economia nesse momento na Europa foi seu caráter exclusivamente agrícola e intra-feudo, o pouco desenvolvimento das relações comerciais e a pouca utilização de capital. Com isso, reconhece-se o fato de que existia uma economia de consumo que produzia o que precisava e consumia seus produtos, sendo, portanto, auto-suficiente (HUBERMAM, 1979).

A auto-suficiência que caracterizava a economia feudal se constitui num dos principais elementos para se explicar o fraco desenvolvimento do comércio durante o período. Isto ocorria, pois, à medida que havia um baixo nível de trocas comerciais, não havia a necessidade de produção de excedentes em grande escala. E, então, o campo passa a ser a única fonte de subsistência e de riqueza.

Embora não seja nosso objetivo aqui, vale a pena fazer alguns registros sobre o conceito de excedente, pois, consideramos este um elemento de fundamental importância para o desenvolvimento dos grandes mercados e das feiras na Europa.

Um dos autores que traz contribuições sobre o debate acerca do conceito de excedente é David Harvey. Em seu clássico estudo sobre a cidade, Harvey (1981) pontua que as cidades se formaram a partir da concentração geográfica de um produto social excedente gerado pelo modo de integração econômica. Baseando

suas proposições em Karl Polanyi, o autor conceitua excedente com sendo “aquela quantidade de recursos materiais existentes acima dos requisitos de subsistência da sociedade em questão” (HARVEY, 1981, p. 185).

O autor observa ainda que existem grandes controvérsias no debate sobre como conceber o excedente e sobre como eles são gerados. Porém, ele aceita a idéia de que um produto excedente de natureza qualquer é gerado em todas as sociedades e que “cada modo de produção e cada modo de organização social tem implícito em si uma definição particular de excedente” (HARVEY, 1981, p. 187).

O excedente social é a quantidade de força de trabalho usada na criação do produto para certos propósitos sociais específicos, no nosso caso, aquela produção destinada exclusivamente para as relações de trocas comerciais.

A produção excedente vai além daquilo que é necessário para a manutenção biológica, social e cultural. Ela visa garantir a manutenção e a reprodução da força de trabalho no contexto de um modo de produção qualquer (HARVEY, 1981).

Como a nossa pretensão aqui é discutir os elementos que determinaram o surgimento das feiras, consideramos que tais instituições se originam justamente quando ocorre a expansão dos excedentes agrícolas produzidos no contexto de uma economia de caráter feudal. Assim,

> a troca de produtos surge e se desenvolve na sociedade, no momento em que passa a existir um excedente regular de produção que, por sua vez, é fruto do desenvolvimento das forças produtivas (e é estimulado pela divisão social do trabalho). [...] A existência regular de um excedente de produção engendra a troca que, por sua vez, também passa a ser regulada, e sua expansão permite o aparecimento da figura do comerciante, bem como da atividade comercial, aumentando a divisão social do trabalho (PINTAUDI, 1984, p. 38-39).

No caso da sociedade feudal européia, existia uma produção destinada quase que exclusivamente para o consumo. Só quando se fabricava ou se plantava acima das necessidades do grupo é que havia uma forte procura por produtos, caso contrário não ocorria produção de excedentes. Assim, as poucas relações de troca que se estabeleciam nestes locais se davam justamente na comercialização desta produção, que, na sua totalidade, realizava-se nos mercados semanais, as feiras

(HUBERMAM, 1979).

O ímpeto ao comércio na Europa Medieval só se deu durante o período das Cruzadas em direção ao Oriente Médio. Tal importância, deve-se ao fato de que estas "necessitavam de provisões durante o caminho e os mercadores as acompanhavam a fim de fornecer-lhes os produtos que precisassem" (HUBERMAM, 1979, p. 27). No rastro do desenvolvimento comercial, as cidades italianas se tornaram a principal porta de entrada dos produtos vindos do Oriente e controlavam as rotas comerciais que se estabeleceram no Mediterrâneo e no interior do continente. Assim, do ponto de vista comercial,

> [As cruzadas] ajudaram a despertar a Europa de seu sono feudal, espalhando sacerdotes, guerreiros, trabalhadores e uma crescente classe de comerciantes por todo o continente; intensificaram a procura de mercadorias estrangeiras; arrebataram a rota do mediterrâneo das mãos dos mulçumanos, e a converteram outra vez, na maior rota comercial entre o Oriente e o Ocidente (HUBERMAM, 1979, p. 30).

Esse momento foi fundamental para a volta dos mercadores que são figuras fundamentais para a expansão das trocas comerciais, pois, eram eles que transportavam as mercadorias para serem vendidas nos mercados que se realizavam na Europa durante a Idade Média. Mesmo durante o período, a função destes atores continuou a existir, porém, como o processo de absorção da atividade comercial ocorreu muito lentamente, os mercadores e, conseqüentemente, o comércio subsistiram de forma eventual e restrita.

Por não haver meios de transporte desenvolvidos e uma procura muito acentuada e constante por mercadorias, as cidades nesse período não possuíam comércio permanente. Assim, a realização de feiras periódicas, uma ou duas vezes por semana, era um instrumento de vida local e se constituiu numa forma de estabelecer um comércio de caráter fixo (HUBERMAM, 1979).

Os mercados de caráter periódico foram uma das primeiras instituições mercantis a desenvolver-se no rastro do renascimento comercial. Bromley (1980) mostra que a evolução destas instituições mercantis se dá inicialmente através de uma troca de caráter interpessoal e de pequena escala. À medida que o tempo passa e ocorre uma expansão na escala do comércio e no tamanho da comunidade, temos uma ampliação das relações de troca. É nesse momento que as trocas se

realizam através de contatos entre as comunidades. Com a evolução do processo, as trocas simples realizadas em encontros casuais, ou ocasiões sociais, podem ser substituídas por jornadas comerciais especializadas e instituições mercantis organizadas, para, finalmente, tornarem-se mais sofisticadas e complexas formando um sistema de mercado.

A análise das origens e da evolução dos mercados não pode ser restrita a aspectos meramente econômicos. Existem outras dimensões de análise que buscam explicar a origem dos mercados levando em consideração fatores sociais e culturais. Bromley, Symansky e Good (1980) analisam as origens e a permanência dos mercados periódicos observando a existência de uma teoria endógena e de outra exógena que procuram explicar o surgimento dos mercados.

A endógena vê a origem dos mercados nas trocas e nas demandas locais, ou seja, "a tendência do indivíduo em permutar, cria necessidade de troca local em pequena escala, divisão de trabalho e locais de mercado" (BROMLEY; SYMANSKY; GOOD, 1980, p. 188). A teoria exógena considera que as origens do comércio e dos mercados são fundamentadas nas relações externas, isto é, "considera os mercados como originários do estimulo dos comerciantes externos e da disponibilidade de mercadorias exteriores" (BROMLEY; SYMANSKY; GOOD, 1980, p. 188). Porém, os autores concordam que os mercados se originaram

> em sociedades estratificadas com nítidas divisões de trabalho e fortes vínculos e influências externas. Os comerciantes externos desempenharam importante papel no incentivo dos estabelecimentos de mercado local, e a maioria dos participantes locais nos mercados primitivos era originariamente engajada em atividades econômicas fora do mercado (BROMLEY; SYMANSKY; GOOD, 1980, p. 189).

Por isso, os mercados não eram somente lugares para a comercialização, por parte dos produtores dos excedentes da produção, mas, também, representavam uma maior divisão especializada do trabalho, além de uma crescente utilização da complementação regional.

Com a evolução dos mercados, tornou-se necessário que os produtores, vendedores e compradores escolhessem em comum um dia para realizarem seus negócios, podendo esse ser um dia tradicional de descanso ou um dia em que era costume se dirigirem à uma localidade central para atividades sociais e religiosas. Quanto ao dia de realização dos mercados, este só era possível se cada localidade

tivesse seu mercado em um dia diferente dos demais (CORRÊA, 1997).

Autores como Bromley, Simansky e Good (1980) vêem que os mercados periódicos resultam e permanecem devido a quatro condições; são elas: a necessidade dos produtores, a organização do tempo, a inércia e a vantagem comparativa. Para os autores, há uma alteração nos padrões de troca que variam com o tipo de sociedade e que se baseiam em sistemas de valores resultantes de processos sociais. À medida que estes padrões de troca figuram entre as mais importantes relações sociais que permitem o funcionamento da vida social, o comércio se constitui numa forma concreta de troca capaz de determinar a estrutura social.

Quanto ao estabelecimento das feiras, podemos afirmar que seu objetivo era criar uma demanda suficiente para justificar o estabelecimento de um comércio permanente. Nesta linha, Pirenne ([197?], p. 116) observa que as feiras foram instituídas "para servirem de reunião periódica aos mercadores profissionais, a fim de os porem em contato uns com os outros e fazê-los confluir para elas em épocas fixas".

A intensificação das trocas comerciais nesse período (inicialmente interna e depois externa) foi o elemento preponderante para o Renascimento Urbano. O comércio estimulou o crescimento dos núcleos populacionais existentes e transformou o caráter essencialmente agrícola da sociedade, ou seja, as primeiras cidades mercantis resultaram da transformação do caráter destas aglomerações medievais sem função urbana.

No bojo de todas estas mudanças, as cidades se estruturam em torno das praças de mercado e a partir desse momento "a troca comercial torna-se *função* urbana; essa função fez surgir uma *forma* (ou formas: arquiteturais e/ou urbanísticas) e, em decorrência, uma nova *estrutura* do espaço urbano" (LEFEBVRE, 2004, p. 23, grifos do autor).

Como atividade econômica essencialmente urbana, a reativação do comércio foi criando as condições para a estruturação do modo de produção capitalista e para a destruição dos pilares da economia feudal. A cidade foi o *lócus* para a concretização desse processo, pois, ali se reuniam os comerciantes e a riqueza por eles acumulada, ali se concentravam os artesãos ocupados com a produção necessária à atividade comercial, e nesta medida se dava a ruptura da economia feudal.

Não há dúvida que o maior desenvolvimento do comércio na transição entre o modo de produção feudal e o surgimento do modo de produção capitalista na Europa tenha sido um dos elementos principais para o desenvolvimento dos mercados periódicos e das grandes feiras, tanto que, como veremos mais à frente, tais instituições foram exportadas para algumas das colônias européias na América do Sul, como o Brasil.

No entanto, a literatura nos mostra que em outras partes fora do mundo ocidental, essas instituições também existiam e desempenhavam importante papel para a vida econômica e social dessas sociedades.

Sobre os mercados e feiras fora da Europa, Braudel (1998) destaca que também encontramos registros da existência deles principalmente no Oriente e no Extremo Oriente. Sobre os locais de suas ocorrências, o autor observa que as feiras "pupulam (sic) na Índia, desempenham um papel importante no Islã e na Insulíndia; curiosamente são muito raras na China, se bem que existiam". Nos seus relatos, Braudel vai mostrar que, nessas regiões, o regime climático possuía grande influência para a realização dos encontros entre os mercadores.

Citando um relatório datado de 1621, Braudel observa que todos os anos as monções levam ao porto de Moka no Mar Vermelho "certo número de navios das Índias, da Insulíndia e da costa vizinha da África, sobrecarregados de homens e de fardos de mercadorias" (1998, p. 105). Os produtos trazidos para comercialização eram principalmente nativos, desde especiarias (como a pimenta-do-reino, noz moscada, cravo-da-índia) até tecidos, notadamente de algodão, e objetos de porcelana. Outros encontros dessa natureza são descritos como em Basra e Ormuz.

Em terras do norte da África, Braudel cita as feiras realizadas no Marrocos e na região do Magreb, onde elas se instalavam próximo aos locais santos e de peregrinações. No entanto, para o autor, as feiras mais ativas realizadas em terras islâmicas estavam localizadas no Egito, na Arábia e na Síria, onde "a partir do século XII, separando-se do eixo dominador por tanto tempo agarrado ao Golfo Pérsico e a Bagdá, se inclinou todo o conjunto mercante do Islã, ao encontro dessa linha principal de seus tráficos e de seus sucessos" (1998, p. 106).

As grandes feiras do Egito se realizavam no Cairo e em Alexandria para onde convergiam venezianos, genoveses, florentinos, catalães e marselheses, estando elas condicionadas "às estações de navegação no Mediterrâneo e no Mar Vermelho, correspondendo ainda ao calendário emaranhado das peregrinações e

das caravanas" (BRAUDEL, 1998, p. 106).

Na Índia, as feiras também estavam presentes e constituiam "um traço forte, onipresente, que se incorpora na vida de todos os dias" (BRAUDEL, 1998, p. 107). Esses mercados ocorriam (e muitos se confundiam) com as grandes peregrinações que se realizavam em direção aos rios. Na China a realização das feiras eram determinadas pelo ritmo das monções e, por isso, possuíam a característica de serem feiras de longa duração.

Outro autor que traz uma importante contribuição para esta questão é Luiz Roberto de Barros Mott. Ele nos mostra que a origem de alguns mercados em países como a Indonésia ou, ainda, em algumas regiões da África é anterior ao contato com os colonizadores europeus e que tais instituições integram o sistema econômico tradicional. Sobre as origens dos mercados asiáticos, o autor enfatiza que

> os europeus quando chegaram pela primeira vez à Indonésia, encontraram já intensa movimentação mercantil, sendo pasar[13] o nome nativo utilizado para chamar tal instituição comercial. Muitas das práticas comerciais e da organização interna dos atuais mercados javaneses já existiam desde o século XVI, ocasião em que os cronistas holandeses forneceram as primeiras informações a respeito das Índias Orientais (MOTT, 1975, p. 286, grifo do autor).

Já quando se analisam os mercados africanos, podemos perceber que a grande heterogeneidade social existente entre as comunidades tribais nos permite classificar estas instituições a partir de três tipos de sistemas econômicos: as **sociedades sem mercado**, onde "reciprocidade e redistribuição constituem os principais mecanismos responsáveis pela distribuição e circulação de bens, sendo tais economias comumente chamadas de multicêntricas" (MOTT, 1975, p. 284); o segundo tipo é chamado de **sociedades com mercados periféricos**, em que "a sociedade como tal não é regida pelo princípio mercantil, sendo que nem a terra, nem o trabalho são objetos de transação monetária: sua posse ou transferência é regida por princípios tradicionais" (MOTT, 1975, p. 284-285); e, finalmente, temos as **sociedades com princípio de mercado**, "onde todos os bens são mercadorias [...] sendo tais transações norteadas pelos mecanismos de oferta e procura" (MOTT,

[13] Em outra passagem o autor afirma que "nos pasars tudo se vende, desde gêneros alimentícios, carnes, animais, até produtos maquinofaturados, ferramentas, utensílios domésticos, roupas. Inúmeros serviços são aí prestados: barbeiros, cirurgiões, dentistas, escribas, restaurantes, mecânicos, etc. É também no mercado que se concentram os artesãos: os ferreiros, alfaiates, sapateiros, etc." (MOTT, 1975, p. 287).

1975, p. 285).

No que se refere à América Latina, podemos perceber que as feiras e mercados, quanto à sua origem, podem ser reunidos em dois grupos. Um formado pelos países que já possuíam praças de mercado antes da chegada dos colonizadores; e, o segundo grupo, no qual o Brasil está incluso, refere-se àqueles onde as feiras e mercados são considerados inovações que eram desconhecidas até então pela população nativa.

Mesmo antes de o Brasil ser descoberto os portugueses estavam acostumados com o comércio nas feiras e mercados. Citando Virginia Rau, Mott (1975) relata que a feira mais antiga situada em Portugal tem sua origem no ano de 1125 e que até o século XV existiam cerca de 95 delas em todo o Reino. Ao mesmo tempo, eles estavam presentes nos "**suqs**[14] da África do Norte e às feiras do sertão de Angola" (MOTT, 1975, p. 309, grifo do autor).

Assim, o autor chega à conclusão de que as feiras no Brasil se constituem numa instituição que foi importada e "copiada" daquelas que os colonizadores já conheciam em Portugal.

3.2 As Feiras no Brasil

Apesar da pesquisa empreendida para encontrarmos referências históricas e documentais sobre o contexto geohistórico do desenvolvimento das feiras no Brasil, ressaltamos que a única grande contribuição continua sendo a de Mott (1975) no texto anexo à sua tese sobre o desenvolvimento do pequeno comércio no Brasil.

Antes da colonização já se realizavam trocas intertribais no Brasil. As tribos indígenas possuíam uma vida simples, baseada predominantemente na economia de subsistência, que tinha como única finalidade a satisfação de suas necessidades imediatas. Não havia motivo para a produção de excedentes e acumulação de riquezas, pois, por razões culturais, eles desconheciam a propriedade privada. Quanto ao comércio intertribal, este se dava de forma muito peculiar, com os grupos delimitando um lugar específico para a troca de produtos,

[14] O autor cita que "[...] nos **suqs** do norte da África, podemos encontrar todo tipo de artesão oferecendo seus serviços à população, desde barbeiros, mecânicos e aguadeiros, até escribas, curandeiros, cartomantes etc." (MOTT, 1975. p. 293, grifo do autor).

em geral para o adorno corporal.

Baseado em relatos de cronistas e viajantes da época, Mott (1975) cita que os tupinambás ao comerciarem com os guaitacás procuravam manter uma distância relativa em torno de 100m uns dos outros. Guardada esta distância, eles mostravam de longe os objetos que queriam trocar deixando-os por sobre uma pedra ou pedaço de pau na metade da distância. Daí vinham os guaitacás para examinar os objetos, deixavam suas pedras e penas e levavam os outros produtos. Feita a troca (também conhecida por escambo), rompia-se a trégua entre os grupos e transposto o limite do local destinado ao encontro, punham-se ao encalço dos inimigos na tentativa de reaverem as suas mercadorias.

Com a chegada dos colonizadores portugueses, logo os tupinambás passaram a comerciar produtos nativos, inicialmente animais e, depois produtos de maior importância para o estrangeiro, como o pau-brasil. Sobre as formas como era realizado o transporte, observa-se que "tais produtos eram trazidos pelos silvícolas até a praia e entregues nas mãos de particulares ou nas feitorias, a fim de serem embarcados para o Reino quando da chegada das naus" (MOTT, 1975, p. 308).

Foi exatamente devido a existência de grupos indígenas próximos ao litoral que a exploração e o comércio do pau-brasil obtivessem amplo desenvolvimento, ainda que de forma rápida, pois, eram o índios que se enveredavam na mata em busca da árvore para em troca receberem

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

A primeira referência ao estabelecimento de uma feira no Brasil data de 1548 quando, no Regimento enviado ao Governado Geral, o rei Dom João III ordenava "que nas ditas vilas e povoados se faça em um dia de cada semana, ou mais, se vos parecerem necessários, feira [...]" (MOTT, 1975, p. 309, grifo do autor). Tal medida foi tomada para que os nativos pudessem vir vender seus produtos e comprar aquilo de que necessitavam.

Como já destacamos anteriormente e baseados na literatura, os portugueses já estavam acostumados com o comércio na feira. Desta forma, em princípio, tais instituições pareciam ter uma eficiência que deveria ser reproduzida na

recém descoberta colônia. No entanto, ao ordenar a instalação das feiras, a intenção do rei não era que elas abastecessem somente os moradores, mas principalmente, fazer a reunião da produção dos nativos com o objetivo de exportá-los (MOTT, 1975).

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

O pequeno comércio durante o período colonial se organizava tendo por base os dois pólos principais em que se sustentava a organização socioeconômica da Colônia: o primeiro, através dos inúmeros engenhos de cana-de-açúcar e, o segundo, através de poucas vilas e cidades que serviam de armazém e porto de embarque para a produção açucareira.

No caso dos engenhos, o comércio encontrava dificuldades de se instalar nesses locais já que eles eram "auto-suficientes no que se refere à subsistência tanto da família do proprietário, quanto da escravaria" (MOTT, 1975, p. 311). Além disso, os produtos que não eram produzidos no interior da propriedade eram exportados diretamente da metrópole, comprados na cidade mais próxima ou trazidos por alguns mascates.

Nas cidades, o problema era a escassez de gêneros alimentícios para o abastecimento da população, pois, toda a mão-de-obra que deveria estar ligada à produção de alimentos encontrava-se presa à produção açucareira "cuja exportação deixava grande margem de lucros, e ninguém dará importância aos gêneros alimentares" (PRADO JR., 1990, p. 43).

A insuficiência de alimentos destinados aos núcleos populacionais mais densos foi, assim, um dos problemas mais sérios que a Colônia teve de enfrentar. Com exceção de poucas famílias mais abastadas, a população nesse momento vivia sob um estado crônico de subnutrição (PRADO JR., 1990)

Não obstante, diversas formas de comércio já se encontravam estabelecidas, sendo os mais comuns as lojas, vendas, tavernas, estalagens, açougues, quitandas, dentre outros. É no relato de um cronista, por volta de 1587, que estar, possivelmente a primeira referência a uma feira realizada na capital da

Colônia. Segundo o relato desse cronista citado por Mott (1975, p. 312), “tudo vêm vender à praça desta cidade: muitos mantimentos, frutas, hortaliças, do que se remedia toda a gente, da cidade”.

Assim, vemos referências a duas formas de comércio distintas, uma exercida pelo comércio estabelecido dos mercadores responsável pelas vendas dos artigos finos e de luxo, caros e nobres e, a outra forma, que era realizada ao ar livre com a venda de produtos provenientes da terra (MOTT, 1975).

Mesmo tendo estas referências sobre a existência de uma forma de comércio realizado ao ar livre na capital colonial, não encontramos na literatura pesquisada ou mesmo em qualquer documento um indicativo de quando e onde foi criada a primeira feira no Brasil. Porém, uma das primeiras de que se tem notícias de instalação na Colônia deu-se no Nordeste, provavelmente entre os séculos XVI e XVII. Esta feira estava, possivelmente, localizada em Capoame, no norte do Recôncavo Baiano (MOTT, 1975). O fato de não existirem documentos que indiquem o surgimento das feiras nesse período, faz o autor levantar a hipótese de que a emergência das mesmas só se deu efetivamente “quando do maior desenvolvimento demográfico e da diversificação econômica do Brasil” (MOTT, 1975, p. 311).

Outras referências à existência de feiras no Brasil durante os séculos XVIII e XIX são aquelas que se voltam para o comércio do gado bovino e da farinha. O mais antigo registro é de 1732 sobre a já citada feira de gado no sítio Capoame, na Bahia. Outras feiras de que se têm notícia nesse período são as da freguesia da Mata de São João, da Vila de Nazareth, de Feira de Santana e da Vila do Conde na capitania da Bahia; de Goiana e Itabaianinha, na capitania de Pernambuco; e em muitas vilas e cidades de Sergipe (MOTT, 1975).

Como podemos observar, a indicação dessas feiras e dessas localidades para a sua realização deveu-se, principalmente, ao comércio de gado que se disseminava pelo interior nordestino naquele momento. Este comércio só se estabeleceu, pois, como a atividade criatória foi a grande responsável pela ocupação do interior nordestino ainda no século XVII, inúmeros núcleos se estabeleceram ao longo dos “caminhos de gado”, o que influenciou a formação das praças de mercado e das feiras como conhecemos atualmente.

No Sul do país a única feira de que se tem relato vem do século XVIII, era a chamada Feira dos Burros ou Feira das Mulas, realizada em Sorocaba, na

capitania de São Paulo. Sobre essa feira nos relata Straforini (2001) que este mercado se desenvolveu no rastro da expansão do movimento tropeirista entre o sul do país e a região mineradora e que a primeira feira realizada para a comercialização de muares foi provavelmente entre 1750 e 1790. Apesar da imprecisão temporal sobre sua origem, o autor observa que

> as primeiras feiras constituíram-se embriões do desenvolvimento econômico da Vila de Sorocaba, pois incentivaram o aumento populacional, mesmo que sazonalmente, exercendo uma forte pressão no espaço urbano, fazendo surgir uma rede de estabelecimentos comerciais e oficinas especializadas na produção de objetos de uso diário dos tropeiros, bem como no campo, proporcionando a manutenção da agricultura de abastecimento (STRAFORINI, 2001, p. 56).

Em que pese a importância dessa feira para sua área de influência, é inegável que foi na região Nordeste que esse modelo de mercado tenha conseguido maior êxito em função, principalmente, da própria formação socioespacial da região, das condições socioeconômicas da população, dos meios de comunicação, do tipo de agricultura e pecuária praticadas na região.

A exploração e a ocupação do Nordeste brasileiro estiveram relacionadas ao desenvolvimento do capitalismo comercial por parte de Portugal que serviu como pano de fundo para o descobrimento e a organização do território brasileiro durante o século XVI. Assim, desde o início de sua ocupação, o espaço regional esteve voltado para o provimento do mercado europeu com produtos tropicais (ANDRADE, 1979).

No desenvolvimento da economia colonial brasileira foi possível distinguir dois setores diferentes de produção: o primeiro setor voltado para os grandes produtos de exportação, tendo a cana-de-açúcar como representante principal deste modelo; e, o segundo, das atividades acessórias, voltadas para a manutenção dessas economias de exportação, também chamadas de economia subsidiária, na qual se inclui a atividade pecuária (PRADO JR., 1990).

Como observa Souza (1975, p. 172) “na história da colonização de extensas regiões do Brasil, a criação do gado apareceu desde os primórdios do descobrimento como um meio de conquista da terra e de fixação das populações”. Assim, podemos afirmar que o povoamento do sertão brasileiro tomou forte impulso devido às vias de trânsito abertas pelo gado.

Enquanto a atividade canavieira foi responsável pela ocupação de toda a faixa litorânea desde o Rio Grande do Norte até a Bahia nos séculos XVI e XVII, a pecuária desenvolveu-se no interior da região e foi responsável pela conquista e exploração das regiões Agreste e Sertão.

Na medida que as áreas de cana-de-açúcar se consolidaram ao longo de toda a faixa litorânea, ocupando principalmente as terras férteis dos tabuleiros costeiros, à pecuária foi destinado ocupar todo do sertão, onde "as fazendas de gado se multiplicaram rapidamente, estendendo-se, embora numa ocupação muito rala e cheia de vácuos por grandes áreas" (PRADO JR., 1990, p. 45).

Conforme afirma Andrade (2005, p. 151) "a criação de gado foi desde os primeiros tempos uma atividade econômica subsidiária da cana-de-açúcar". No entanto, em que pese a importância que a cana possuiu como atividade destinada ao abastecimento do mercado externo, autores como Souza (1975) destacam que a criação de animais se constituiu no principal fator de civilização, de expansão geográfica, de posse efetiva das terras. E, no caso do Nordeste brasileiro, foi ela quem deu início a ocupação, fazendo surgir muitas das cidades existentes atualmente e criou uma das formas de comércio mais tradicionais e ainda hoje presentes na região, a feira.

Para entendermos a importância desta atividade para o processo de ocupação do território nacional e regional e para o surgimento do que hoje é a maioria das feiras nordestinas, passaremos no próximo capítulo a analisar o desenvolvimento da atividade pecuária. Ao mesmo tempo analisaremos a importância das feiras para a economia e para a dinâmica espacial dos municípios da região Nordeste, suas características, a localização e as formas de organização dessas instituições.

3.3 A Pecuária e a Ocupação do Interior Nordestino

No contexto da formação socioeconômica nordestina, a feira desempenhou – e por que não dizer desempenha – grande importância, por ser uma das principais formas de comercialização da produção agrícola e principal mercado de abastecimento para uma parcela da população. Além disso, ela muda, mesmo que seja por algumas horas, toda a dinâmica da cidade em face da movimentação de pessoas que se deslocam, seja de suas residências na cidade, de uma

comunidade rural próxima à cidade, de outro município e, também, de outros estados dependendo do raio de abrangência da feira.

Maia (2006, p. 5) afirma que "em todo o território brasileiro as feiras aconteciam como manifestação da atividade comercial, em que pequenos agricultores vendiam os produtos por eles cultivados ou pequenos comerciantes revendiam algumas mercadorias de necessidade imediata". No entanto, a origem de grande parte das feiras existentes no Nordeste brasileiro deveu-se ao intenso comércio de gado durante os séculos XVIII e XIX.

Inúmeras atividades econômicas contribuíram para a formação da economia nordestina. Porém, aquela que talvez tenha mais deixado suas marcas no território e que se constitui numa das atividades econômicas que mais colaboraram para a ocupação do território regional foi a pecuária.

A escolha por esse caminho justifica-se pelo fato de que à medida que a pecuária foi responsável pela fixação da população nas áreas do Agreste e do Sertão nordestino, criou as condições para o estabelecimento dos primeiros núcleos de povoamento e, conseqüentemente, para o estabelecimento das relações comerciais, inicialmente, voltadas para a comercialização do gado e, posteriormente, para a evolução para as atuais feiras.

Ao analisar os fatores responsáveis pela ocupação do interior nordestino, não podemos negligenciar a importância que a pecuária bovina possuiu na consolidação desse processo.

Desde os primórdios da colonização, a pecuária foi uma atividade subsidiária à cana-de-açúcar, servindo, principalmente, como fornecedora de animais para serem utilizados como força de trabalho, já que os engenhos eram quase sempre movidos a tração animal e que o transporte, tanto da cana como do açúcar era realizado por animais, ou como alimento para a população que se estabelecia na colônia.

Analisando a organização do espaço do litoral nordestino no século XVI e XVII, Andrade (1991, p. 50) afirma que

> havia à margem da região açucareira, áreas que não podendo dedicar-se à cultura da cana-de-açúcar devido às condições climáticas ou a outros fatores [...] destacavam-se pelas culturas de subsistência e pela criação de gado a fim de abastecer Olinda e seu parque açucareiro".

Contudo, a atividade criatória ganhou uma importância muito maior na medida que esta passou a desbravar e a fixar população em áreas mais distantes do litoral. Assim, podemos afirmar que foi a atividade criatória, "quem conquistou para o Nordeste a maior porção de sua área territorial" (ANDRADE, 2005, p. 190), e, nesse processo, o gado serviu não só como economia subsidiária à cana-de-açúcar concentrada no litoral, como, também, serviu de elemento fixador da população, abastecimento de inúmeras cidades nascentes e carreou para o sertão o excedente populacional oriundo das áreas canavieiras.

Segundo Pazera Jr. (2003), dois fatores contribuíram para a penetração do gado para o interior nordestino. O primeiro reside na necessidade de abastecer as áreas açucareiras do litoral com animais para o transporte e de carne para as populações urbanas. O segundo fator foi a presença dos holandeses no século XVII levando os criadores a sair do litoral em direção ao interior devido o temor de perder seus alimentos para os invasores que os requisitavam. Ao fazer isso, os criadores passaram a se estabelecerem em extensões de terra doadas em sesmarias.

Um outro fator que também não podemos esquecer é que nesse momento a economia voltava-se para a expansão da empresa comercial canavieira a ponto de a "Carta Régia" de 1701 chegar a proibir a criação de gado até dez léguas da costa. Portanto, não era possível a junção da cana-de-açúcar com a criação de gado no litoral, "mesmo porque não havia ainda o arame farpado, as cercas eram vivas ou de varas. A pecuária, portanto só podia ser feita em condições restritas ao lado da agricultura e esta, era a prioridade econômica no século XVI" (PAZERA JR, 2003, p. 31).

O sertão do Nordeste foi integrado na colonização portuguesa graças a movimentos populacionais e pela expansão das áreas de criação do gado, tendo sua origem em dois pólos: Salvador e Olinda. Estas duas cidades se estabelecem como

> centros açucareiros que comandaram a arremetida para os sertões à cata de terra onde se fizesse a criação de gado, indispensável ao fornecimento de animais de trabalho – bois e cavalos – aos engenhos e ao abastecimento dos centros urbanos em desenvolvimento (ANDRADE, 2005, p. 183).

Foi através de Salvador que partiu a primeira e a mais importante rota de penetração para o interior nordestino, tendo sido comandada pelos representantes

da família Dias d'Ávila e da Casa da Torre[15] que, "ocupou, inicialmente a costa baiana ao norte da capital, e sergipana. [...] Ao chegar ao rio São Francisco, subiu pela margem direita [...] onde encontrou outros grupos, oriundos também da Bahia" (ANDRADE, 1979, p. 41) estabelecendo aí inúmeros currais na margem direita do referido rio. Além destas áreas, conquistaram os sertões de Pernambuco, Piauí e Maranhão tendo como principal rota os afluentes da margem esquerda do São Francisco e de outros importantes rios da região.

A segunda e bem mais modesta rota foi realizada por pernambucanos que "partindo de Olinda, em duas direções – para o sul e para o norte – foram encontrar os povoadores baianos" (ANDRADE, 1979, p. 41). O povoamento para o sul atingiu o São Francisco ocupando a sua margem esquerda, mas, em função da guerra contra os holandeses tiveram que seguir para o norte junto com a rota baiana. A corrente que seguiu para o norte acompanhou a costa e os vales dos rios Piranhas-Açu, Apodi-Mossoró e Jaguaribe. Assim, é que nos sertões dos estados da Bahia, de Pernambuco, do Rio Grande do Norte, do Ceará e do Piauí fixaram-se inúmeras fazendas de criação.

Diferentemente de Pernambuco e da Paraíba, onde a cana-de-açúcar figurou como principal produto da economia, no Rio Grande do Norte foi a pecuária e não a atividade canavieira a principal economia do estado (CLEMENTINO, 1995). Apesar de a cana-de-açúcar estar presente na economia, a Capitania tinha outras atividades que complementavam a sua produção "suprindo com farinha de mandioca, milho, peixe seco e gado bovino, as Capitanias de Pernambuco e da Paraíba" (SANTOS, 1994, p. 67). No entanto, como afirmamos acima, a pecuária era a economia básica da Capitania nesse momento.

Assim, o processo de ocupação de boa parte do território do estado do Rio Grande do Norte nos séculos XVI, XVII e XVIII se deu através da expansão da pecuária. Como afirma Araújo ([1991?], p. 8), "o Rio Grande do Norte foi uma das primeiras capitanias, onde suas sub-regiões (Agreste e Sertão) foram conquistadas pelos currais de bois".

Foi por volta do século XVIII que se iniciou o povoamento efetivo das terras do interior no Rio Grande do Norte. Santos (1994) afirma que os baianos e

[15] Refere-se ao grupo de desbravadores do sertão pertencentes à família Dias d'Ávila que estabeleceu inúmeros currais de gado pelos atuais estado da Bahia, de Pernambuco, do Piauí e do Ceará

pernambucanos que receberam as primeiras concessões de sesmarias estabeleceram os primeiros currais de criação ainda que tivessem de resistir às dificuldades encontradas. Do rio São Francisco e de outros vales fluviais convergiram para o interior se estabelecendo com seus rebanhos e, nesse processo, as ribeiras do Açu e do Apodi[16] e toda a região do Seridó[17] tiveram seu povoamento consolidado pelo interesse econômico da pecuária.

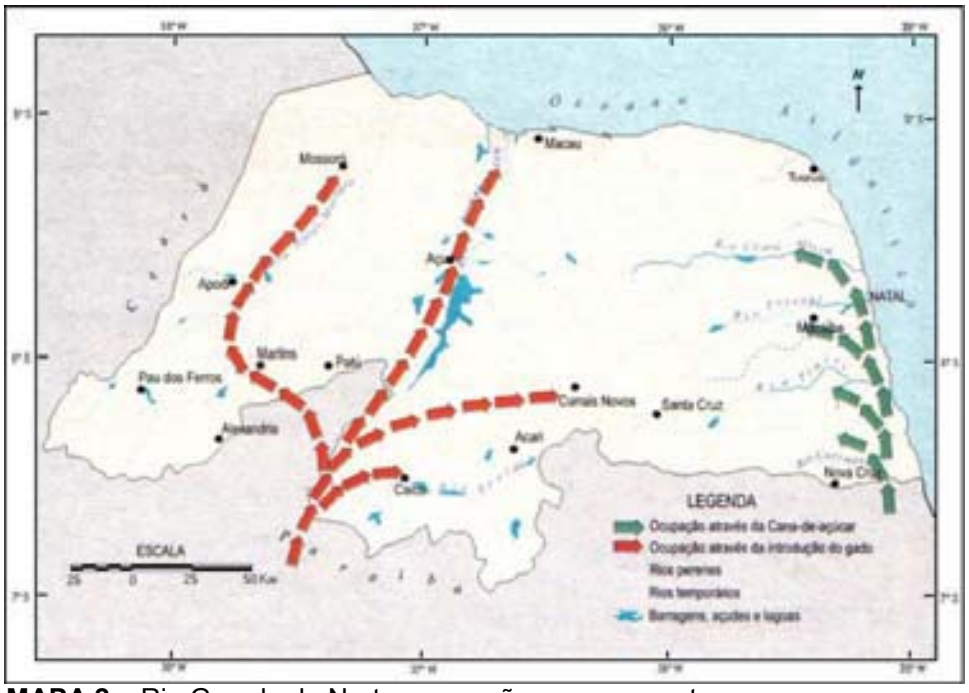
Um dos motivos principais para que esta atividade obtivesse êxito aqui no estado foi a luta travada entre os colonizadores através dos movimentos de entradas pelo interior da capitania e das expedições militares, que foram responsáveis pela desocupação das terras através do extermínio de seus habitantes nativos e do estabelecimento das primeiras grandes fazendas criatórias (MONTEIRO, 2002).

Procurando explicar o processo de povoamento da área sertaneja norte-rio-grandense, Gomes (1997) afirma terem sido várias as correntes de povoamento no nosso estado. Uma dessas correntes, provenientes do rio São Francisco, atingiu a área do Seridó tendo como caminho o planalto da Borborema. Uma outra teve origem no Ceará, e chegou ao estado através da Chapada do Apodi, estabelecendo-se no oeste. E outra veio pelo litoral tendo como referência os vales e as várzeas dos rios Apodi-Mossoró e Piranhas-Açu (MAPA 2).

Vale salientar que a ocupação destas áreas pelos currais de gado foi determinante para o estabelecimento das bases da estrutura fundiária sertaneja à medida que “o processo de concessão de sesmarias e a valorização econômica da terra mediante uma atividade essencialmente extensiva como então era a pecuária, condicionaram a formação de grandes domínios territoriais” (CLEMENTINO, 1995, p. 52).

[16] As fazendas de criação que se desenvolveram ao longo dessas duas ribeiras foram de fundamental importância para o estabelecimento das primeiras oficinas de carne seca na região Oeste. Como afirma Santos (1994, p. 64), a Capitania do Rio Grande do Norte “dispunha de grande potencial pecuário e das melhores salinas do Brasil [...]. Muitas foram as oficinas que centralizavam o comércio de carne e couros na ribeira do Açu. E na foz do Mossoró, também, foram instaladas fábricas”.

[17] Santos (1994, p. 63) cita o Dr. José Augusto de Medeiros quando este afirma que “as primeiras datas de terra concedidas na região [Seridó] e registradas nos livros da Capitania do Rio Grande do Norte são de 1676 e referem-se exatamente a Acauã, sendo seus beneficiários Teodósio Leite de Oliveira, Teodósia dos Prazeres e Manuel Gonçalves Diniz, e de 1679, ainda relativas a Acauã e Serra do Trapuá, deferidas a Luis de Souza Furna, Antônio de Albuquerque da Câmara, Lopo de Albuquerque da Câmara e Pedro de Albuquerque da Câmara”.



MAPA 2 – Rio Grande do Norte: ocupação e povoamento.
Fonte: Felipe e Carvalho, 2002.

No entanto, a consolidação da pecuária nessas áreas não esteve relacionada somente a esse contexto. Mas, ela também contribuiu para o estabelecimento de "um povoamento inicial de tipo ralo e disperso, já que bastavam poucos homens para tratar de um rebanho criado solto, em grandes extensões de terra, a hoje chamada 'pecuária extensiva'" (MONTEIRO, 2002, p. 100).

A atividade de criação assumiu um papel importante num país como o Brasil, e particularmente no Nordeste, já que, "contando com escassos e deficientes meios de transporte, tinha no gado 'uma mercadoria que se transportava por si mesma'" (SOUZA, 1975, p. 172). Assim, um aspecto que chama a atenção na atividade pecuária no interior do Nordeste refere-se ao sistema de transporte do gado. Sobre isto Andrade (2005, p. 188) observa que

> o gado para chegar ao mercado consumidor fazia intermináveis caminhadas, havendo pessoas especializadas para a condução desses animais. Costumavam locomover-se com um homem caminhando à frente da boiada, cantando o "aboio sertanejo", enquanto os demais acompanhavam as reses, tangendo-as e vigiando-as para que não se dispersassem. Caminhavam de 4 a 6 léguas por dia se havia água com facilidade no caminho, mas estendiam a jornada até 15 ou 20 léguas, emendando dias e noites, nas áreas onde não havia água.

Devido as longas caminhadas, a atividade pecuária criou inúmeras áreas onde as tropas paravam para descansar e o gado pudesse recuperar o peso. Foi nessas áreas que surgiram as primeiras povoações e vilas onde "fixaram-se povoadores que fizeram uma pequena agricultura visando a abastecer os 'tangerinos', e implantaram uma atividade comercial primitiva que atendia às necessidades mais elementares" (ANDRADE, 1979, p. 44).

Assim, onde as primeiras estradas coincidiram com os "caminhos do gado", inúmeras aglomerações se estabeleceram ao longo dos cursos fluviais, nos lugares em que estes ofereciam passagem às tropas e à beira do caminho nos locais onde as boiadas paravam para descansar.

No Rio Grande do Norte, a consolidação desses "caminhos de gado" permitiu a ligação entre as principais zonas criadoras do estado aos distantes mercados de Pernambuco e da Bahia "para onde manadas de centenas de bois eram conduzidos em longas viagens pelo sertão" (MONTEIRO, 2002, p.103).

Um elemento que caracterizava as inúmeras fazendas espalhadas pelo interior era a sua auto-suficiência, ou seja, em seu interior era produzido aquilo que era necessário para o funcionamento da propriedade, tais como:

> os alimentos (feijão, farinha, milho, carne e peixe salgados, queijos, rapadura e aguardente de cana produzida em pequenos engenhos – os 'banguês'); os tecidos e redes feitos com algodão nativo em rocas, fusos e teares; a louça, tijolos e telhas de barro; as ferramentas e algumas armas; os inúmeros objetos de uso diário feitos de couro etc" (MONTEIRO, 2002, p. 104).

Com essa auto-suficiência das fazendas de criação, não havia um comércio estabelecido. Monteiro (2002) observa que a maior parte das transações comerciais consistia na troca de produtos, que valiam como dinheiro, como era o caso da farinha e do algodão. Sobre a circulação de dinheiro, a autora descreve que "as moedas, feitas primeiramente de cobre, eram raras, sobretudo no interior. Com o tempo, pequenos comerciantes ambulantes – os 'mascates' – passariam a percorrer o sertão, trazendo mercadorias importadas da Europa, pelo porto de Recife" (MONTEIRO, 2002, p. 105).

Alguns locais tinham uma posição privilegiada nesses caminhos, permitindo o estabelecimento de moradores que acolhiam os condutores das boiadas. Nesses locais, os moradores lhes ofereciam "pousadas, produtos de suas

lavouras e criações domésticas e os ofícios necessários ao trato com os animais – como ferrar e selar os cavalos" (MONTEIRO, 2002, p. 105).

Em muitos casos esses núcleos de moradores formados a partir da abertura dessas estradas "deram origem a feiras e povoados, que se tornariam vilas. Esta foi, provavelmente, a origem de algumas cidades do Rio Grande do Norte, como Caicó, Mossoró e Currais Novos" (MONTEIRO, 2002, p. 105).

Da mesma opinião pactua Santos (1994, p. 63) quando vem afirmar que muitas das fazendas de criação estabelecidas pelo território "deram origem a sedes de cidades e municípios de hoje", bem como permitiu a expansão da população pelo interior. Clementino (1995, p. 95), por seu turno, afirma que o gado foi "a matriz do sistema urbano potiguar e seus velhos caminhos as raízes das grandes regiões do estado: Litoral, Seridó e Oeste". Vejamos sinteticamente no Quadro 1 os primeiros núcleos surgidos no estado no século XVIII.

ÁREAS	RIBEIRAS	FREGUESIAS
1 da cana-de-açúcar (Litoral)	do Norte	Cidade do Natal Vila de Extremoz
	do Sul	Vila de São José Vila de Ares Vila Flor Nossa Senhora dos Prazeres de Goianinha
2 criação de gado (sertão)	do Açu	São João Batista do Açu
	do Apodi	Vila de Portalegre Nossa Senhora da Conceição do Pau dos Ferros Nossa Senhora da Conceição e São Francisco da Várzea
	do Seridó	Caicó

QUADRO 1 – Primeiros núcleos urbanos do Rio Grande do Norte.
Fonte: Adaptado de Clementino (1995, p. 98).

As informações contidas no quadro nos mostram a influência do gado e da cana como elementos estruturadores do território da capitania do Rio Grande no período. É em torno dessas atividades que se estabelecem os primeiros contornos urbanos, através da criação das primeiras vilas e cidades.

No caso específico do gado no interior, muitas das fazendas de criação estabelecidas ao longo dos vales fluviais bem como dos locais de passagem criados pelo intenso fluxo das tropas permitiram a emergência de ativos centros de comércio

de gado. Na maioria das vezes, junto ao comércio de gado, inúmeros outros pequenos produtores afluíam a essas localidades com o objetivo de comercializarem sua produção, o mesmo ocorrendo com outros prestadores de serviços.

3.4 Do Comércio de Gado às Feiras: Trajetória de uma Mudança

Onde se originam as feiras tão e qual as conhecemos hoje? O percurso feito até aqui não foi à toa, pois, na medida que o fluxo gerado pelas tropas de gado no interior nordestino permitiu a formação de pequenos aglomerados populacionais para onde convergiam os pequenos agricultores com suas produções a fim de trocarem por outros produtos e mesmo comercializarem bem como prestadores de serviços, o que terminou por estabelecer em cada um desses locais uma praça de mercado. E são dessas praças comerciais formadas a partir do comércio do gado é que surgem as feiras, as quais foram importante elemento para o desenvolvimento das cidades.

Assim, "onde as trocas de gado foram mais importantes entre o sertão seco e o estreito litoral úmido, as cidades – tropas de gado – se multiplicaram" (DEFFONTAINES, 2004, p. 127). Desta forma, as feiras da atualidade são heranças das tradicionais feiras de gado e algumas destas ainda hoje são realizadas pelas diversas cidades nordestinas.

Ao analisar o desenvolvimento do pequeno comércio no Brasil, Mott (1975, p. 314), observa que no Nordeste desenvolveram-se três tipos de feiras:

> A feira mercado, realizando-se todos os sábados, com uma área de dominância mais restrita, destinada, sobretudo ao abastecimento alimentar da população circunvizinha; a feira franca[18], anual ou bianual, reunindo compradores e vendedores especialistas provenientes de regiões mais distantes, que comerciavam certos bens regionais; [e,]

O terceiro tipo que se desenvolveu e, que até hoje permanece, pelo interior da região Nordeste, ainda que sem a mesma importância de antes, é a feira de gado. Souza (1975, p. 172) relata que no Nordeste as feiras de gado eram freqüentes e, sobre sua evolução ela diz que "ao mesmo tempo que as fazendas de criar conquistavam o sertão, certas povoações e vilas, graças à sua posição,

[18] Atualmente, este tipo de feira não é mais realizado.

tornavam-se ativos centros de comércio e de gado".

Analisando as dinâmicas ocorridas nas feiras de gado das cidades de Feira de Santana na Bahia e Arcoverde em Pernambuco no final da década de 1940, Strauch (1952) busca estabelecer alguns elementos que expliquem a existência das feiras de gado no interior nordestino.

Segundo o autor, a não integração da economia regional, principalmente a do sertão, ao restante da economia nacional, fizeram do nordestino um defensor de seus costumes e tradições e, nesse sentido, "as feiras são antes de tudo o reflexo deste espírito tradicional [pois] elas guardam todos os processos comerciais, ainda da época do Brasil colonial no negócio do gado e que não foram substituídos pelos modernos sistemas de compra e venda de gado" (STRAUCH, 1952, p. 101).

Além deste fator, o autor explicita um condicionante geográfico para a existência desses mercados, pois, as maiores feiras de gado existentes na região se localizam nas cidades que estão exatamente no contato entre o litoral e o sertão. Some-se a isso – as feiras de gado se constituem, na visão do próprio autor – "uma exigência das condições da pecuária naquela região" (STRAUCH, 1952, p. 101), pois, como a criação é feita de forma extensiva no sertão, existe a necessidade de um ponto para que os animais se desloquem a fim de serem comercializados, um ponto de convergência "que deve interessar tanto ao sertão, área produtora, como também, ao litoral e à mata, zona de consumo" (STRAUCH, 1952, p. 101).

Sobre o comércio de gado no Nordeste, Souza (1975, p. 174) observa que este "é quase todo feito nas feiras, que em dias certos da semana se realizam em determinadas cidades e vilas que, por sua posição, [...] apresentam-se como centros propícios a tal comércio".

Descrevendo como se realizam as formas de comercialização do gado no Nordeste, Andrade (1991) afirma que por não possuir frigoríficos, os quais estão localizados nos grandes centros, todo o comércio de animais era feito através das feiras de gado localizadas em cidades do interior. Segundo o autor, "nestas cidades, em determinados dias da semana, os 'boiadeiros' (negociantes de gado) vêm do sertão com suas boiadas e se encontram com os 'marchantes' dos grandes centros urbanos ou compradores de gado das áreas agrícolas para vender o seu produto" (ANDRADE, 1991, p. 146).

Também sobre as forma de comercialização, Souza (1975, p. 174) observa que:

> no dia da feira o gado todo destinado à venda é reunido numa praça, às vezes aberta, outras vezes rodeadas com cerca de arame farpado ou de madeira, que separam pequenas divisões para os diferentes tipos de gado. Embora nestas feiras predomine geralmente o gado bovino, também cavalos, burros, carneiros, cabras e porcos são aí vendidos.

Na medida que estes mercados foram se desenvolvendo, inúmeras outras feiras foram se estruturando, são as chamadas feiras secundárias ou satélites. Essas feiras tinham a "função de recolher o gado de áreas mais restritas, abastecendo a região em que se situam e encaminhando o excedente às feiras principais" (ANDRADE, 1991, p. 147).

Dentre as mais importantes feiras de gado do Nordeste brasileiro, podemos destacar as de Quixadá e Baturité, no Ceará; Patos, Itabaiana e Campina Grande, na Paraíba; Caruaru, Arcoverde e Limoeiro, em Pernambuco; e, Feira de Santana, na Bahia (ANDRADE, 1991; SOUZA, 1975; STRAUCH, 1952). Assim como nesses estados, no Rio Grande do Norte também se realizaram feiras de gados, porém nenhuma tinha a mesma expressividade que as citadas.

As mudanças ocorridas no sistema de transporte dos animais são apontadas como o principal fator que determinou a decadência das feiras de gado no interior nordestino (MAIA, 2006). Com a redução do tempo de transporte dos animais das áreas produtoras para as áreas consumidoras, houve um aumentando dos lucros do fazendeiro e do negociante. Assim, ocorreu uma profunda reestruturação do sistema de comércio regional, pois

> as feiras deixaram de ser o espaço do comércio de gado, até mesmo porque a facilidade com que se traz a carne já abatida em caminhões frigoríficos de terras mais longínquas provocou uma queda no comércio de gado regional. Aquela dinâmica das feiras de gado existente, até os anos cinqüenta do século XX, já não existe mais (MAIA, 2006, p. 11-12).

Como reflexo da feira de gado, inúmeros outros comerciantes estabeleceram-se para comercializar sua produção e, desta forma, a grande praça comercial que é a feira torna-se o dia de maior movimento da cidade, onde se dá o verdadeiro encontro entre a vida rural e urbana. Sobre estes aspectos, Andrade (1991, p. 148-151) observa que

> os habitantes dos sítios das redondezas e das fazendas, que reunidos, procuram a 'rua' para vender os produtos agrícolas – farinha, milho, feijão, algodão, etc. – os animais – bois, cavalos, bodes, porcos – e adquirir dos comerciantes estabelecidos na vila, ou dos que se locomovem com barracas de uma feira para outra, roupas, sapatos, miudezas, perfumes, etc. Apresenta-se assim, o pequeno aglomerado, um dia por semana, com formas bizarras, cheio de vida e movimento, para permanecer pacato e sonolento nos restantes seis dias semanais.

Assim, a feira torna-se um "fenômeno socioeconômico de importância capital na vida nordestina" (CARDOSO, 1975, p. 169) que marca definitivamente a paisagem das cidades espalhadas pelo interior nordestino, sendo esta a principal forma de abastecimento para uma grande parcela da população. Ao mesmo tempo, é a expressão do próprio significado etimológico da palavra, ou seja, "o dia da festa", pois, onde quer que se realize ela

> é um verdadeiro fenômeno que espanta e atordoa. Espanta sobremodo pelo contraste flagrante entre a fartura da feira e a pobreza da área rural circunvizinha. Atordoa, pois é verdadeiramente caótico o seu aspecto, dada a imensa profusão de mercadorias que ali surgem, ora expostas em toscas barracas, ora espalhadas pelo chão (CARDOSO, 1975, p. 169).

Com a decadência do comércio de animais no interior, as feiras de gado ainda existentes encontram-se separadas das feiras livres, geralmente relegadas a um local fora da área de alcance desta última. A partir de agora analisaremos a importância da feira livre como uma instituição econômica regional e sua importância para a vida socioeconômica e espacial das cidades nordestinas.

3.5 Feiras Nordestinas: Instituições Tradicionais da Economia Regional

Hoje, a feira nordestina tem como função básica ser um espaço concentrador de parte da produção agrícola regional. Elas se constituem como verdadeiras praças de mercado cotidianas, para onde demandam inúmeros vendedores, quer sejam os próprios agricultores, ou ainda os próprios comerciantes da localidade que deslocam suas mercadorias das lojas para a feira.

Vimos anteriormente que esse tipo de comércio teve início como praça de mercado, ou seja, um "local onde são trocados bens e serviços, sendo freqüentadas preferencialmente por pequenos produtores que levam sua própria produção para

venda" (ARAÚJO; RODRIGUES, 2004, p. 181). À medida que estas praças evoluíram, tornaram-se um verdadeiro sistema de mercado regional com organização e periodicidade próprias. Assim, devido aos papéis que desempenham no contexto regional, os referidos autores consideram as feiras do Nordeste como um dos fenômenos sociais dos mais curiosos da região,

> por sua excelência como um centro popular de abastecimento e um espaço onde pessoas realizam suas estratégias de sobrevivência, revendendo no varejo produtos, principalmente alimentícios, e atraindo pessoas das mais distintas classes sociais, que neste mercado se abastecem. É, também, o lugar onde o capital comercial exerce domínio (ARAÚJO; RODRIGUES, 2004, p. 182).

Devido o nível de integração com a forma de organização social nordestina, as feiras estão profundamente envolvidas nos sistemas de mercado regional. Assim, na maioria das vezes, elas deixam de ser um fato rotineiro para assumir um papel de destaque, sendo, às vezes, difícil distinguir até que ponto a feira depende da cidade ou a cidade depende da feira. Desta forma, além de sua importância urbana e regional, a feira desenvolve o processo de comercialização e trocas inter-regionais (PAZERA JR., 2003).

Espalhadas pelos bairros das grandes cidades, pelos centros regionais ou ainda nas pequenas cidades, segundo a classificação de Bernardo Issler, dependendo do tipo de região em que ocorrem, é possível se fazer a distinção de dois grupos de feiras: as feiras de Zona de Transição e as feiras de Zonas Típicas (PAZERA JR., 2003).

As primeiras são características das faixas de transição entre duas zonas geograficamente diferentes, como por exemplo, entre a Zona da Mata e o Agreste, como ocorre com a feira de Macaíba; entre o Agreste e o Sertão, como Campina Grande e Caruaru; ou, ainda, entre o Brejo e o Agreste. A localização dessas feiras nesses locais possibilita que produtos característicos de cada uma das áreas sejam comercializados, fazendo com que essas feiras apresentem uma variedade de produtos significativa, que vão desde frutas e legumes até produtos industrializados.

Pazera Jr. (2003) observa que o fator relacionado ao desenvolvimento, à maior intensidade e à importância destas feiras, nestas áreas é a presença de culturas comerciais próximas às cidades, dando à feira uma área de influência maior e possibilidades de crescimento, pois atraem um número cada vez maior de

comerciantes e compradores.

Já no que concerne às feiras de zonas típicas, estas são as existentes no interior de uma zona geográfica bem definida e, quando comparadas às das zonas de transição, são menores e mais pobres, resumindo-se a poucas barracas com produtos de consumo indispensáveis e algumas de artesanato e confecção (PAZERA JR., 2003).

No entanto, observamos que esta regra não é geral para as feiras enquadradas nessa categoria. Um exemplo que podemos apresentar para confirmar essa afirmação é a feira de Caicó, cidade localizada na região Seridó do Rio Grande do Norte, "um centro regional que polariza toda essa unidade espacial e algumas cartografias urbanas das regiões adjacentes, convergindo atividades atinentes" (ARAÚJO; MORAIS, 2006, p. 245) ao setor de comércio e de serviços e com uma feira que exerce enorme influência dentro da área citada.

Devido à sua importância e dependendo da área de atuação, as feiras na região Nordeste enquadram-se como local ou regional e, em alguns casos, assumem uma forma espacial do tipo circuito (ANDRADE, 1997). Dentre as de caráter regional destacam-se as de Caruaru, Campina Grande e Feira de Santana, que, por serem grandes, "para elas convergem toda a produção de grandes áreas, sendo daí escoadas para as áreas de maior concentração e para os principais portos" (ANDRADE, 1997, p. 129).

Considerando ainda a sua dinamicidade, as feiras possuem uma importância diferenciada na economia local, principalmente no Agreste e no Sertão. Pensando assim, Andrade (1997, p. 129) observa que:

> se compararmos as feiras que se realizam na área dominada pelas grandes usinas da porção oriental do Rio Grande do Norte, da Paraíba, de Pernambuco e de Alagoas, com as do Agreste, [...] elas são inexpressivas e ocupam o centro – rua ou praça – da pequena cidade e são concluídas antes do meio dia, enquanto na região agrestina, ela toma grandes proporções, ocupando muitas vezes quase toda a área urbana e permanecendo com intensa atividade durante todo o dia.

Sobre a importância da feira na vida sertaneja nordestina, Leite (1975, p. 176) destaca: "[...] elas diferem flagrantemente das que ocorrem nas capitais, não obstante apresentarem a mesma impressão de aglomerados ruidosos, o vozerio de criaturas em locomoção desordenada, um dinamismo cheio de contrastes".

Assim, independente de onde elas se realizam, as feiras livres se constituem "num centro natural da vida social [pois] tudo se acelera com a feira" (BRAUDEL, 1998, p. 16), um local onde são realizados todos os tipos de trocas comerciais, simbólicas e sociais; local dos conflitos e dos encontros, dos políticos, dos cantadores, dos poetas, da mendicância, dos trombadinhas etc.

Nessa mesma direção, Pazera Jr. (2003, p. 18) vem afirmar que a feira "é o *lócus* escolhido para os mais variados atos da vida social mantendo assim um sentido de permanência". Segundo o autor, é nela que se sabem as últimas notícias e boatos, são feitos os anúncios de utilidade pública, onde são realizadas as manifestações populares em épocas de campanha eleitoral, como os comícios. Na feira também se realizam espetáculos artísticos, ou, ainda se apresentam alguns tipos de produtos, como é o caso dos remédios, além dos cantadores que evocam os trovadores medievais. É na feira que se divulga, também, a literatura de cordel.

Como instituição destinada à troca comercial, a feira ainda mantém sua função no contexto da cidade, só que devido as desigualdades socioeconômicas existentes no Brasil, esta função é importante particularmente para os pobres. O que é decisivo para explicar este fato são as diferenças de *status* socioeconômicos na sociedade, que determinam níveis de consumo diferenciados (CORRÊA, 1977, p. 55).

Assim, enquanto as populações de médio a alto *status* têm condições de consumir produtos mais refinados disponíveis em grandes centros comerciais, como os hipermercados, muitas se deslocam de um pequeno centro urbano para uma grande cidade, enquanto que a população de baixo *status* satisfaz suas necessidades de consumo na própria cidade onde ela reside, seja nos pequenos supermercados, mercearias ou ainda nas feiras livres.

Do ponto de vista econômico, as feiras se caracterizam por serem uma forma de escoamento da produção agrícola regional, um "ponto de encontro entre o meio rural e urbano e coexistem lado a lado dos pequenos e médios estabelecimentos comerciais" (ANDRADE, 1997, p. 127), permitindo uma importante interligação entre os diversos ramos do comércio.

Ao mesmo tempo, a feira se vê envolvida nos novos processos econômicos que se concretizam no plano da distribuição e da comercialização. Assim, "a feira brasileira não é um zero econômico que compra pouco e vende pouco, mas uma parte integral dos padrões nacionais de produção, distribuição e

consumo de alimentos" (PAZERA JR., 2003, p. 80), estando ela profundamente envolvida nos sistemas de mercado regional e nacional reagindo às mudanças nesse sistema.

Mesmo com todas as modificações pelas quais passam o comércio na cidade, as feiras, principalmente no Nordeste, desempenham um importante papel para a própria existência do comércio fixo, pois

> a) grande parte dos feirantes se abastecem em suas lojas; b) a renda adquirida por esses feirantes termina circulando dentro de todo um espaço econômico, chegando grande parcela dessa renda aos cofres das lojas modernas; c) a feira dilata as possibilidades de venda no comércio moderno, por conta da quantidade de consumidores que ela traz para o centro comercial" (FELIPE, 1982, p. 49).

Ao mesmo tempo em que constituem elementos importantes da vida social e econômica nordestina, elas apresentam características peculiares. Em seu clássico trabalho sobre as forma de organização das redes de localidades centrais nos países subdesenvolvidos, Corrêa (1997) apresenta algumas características das feiras nordestinas tomando como base as observações por ele realizadas nas feiras de Alagoas.

Uma primeira característica apresentada pelo autor é que as feiras ocorrem desde pequenos povoados, vilas e pequenas sedes municipais, passando por centros de zona até centros sub-regionais, desempenhando em todos os casos enorme papel na dinâmica desses lugares.

Uma segunda característica apresentada pelo referido autor refere-se à centralidade exercida pela feira nos diferentes núcleos de povoamento. Portanto, "quanto mais importante for a cidade, em termos de centralidade, maior será a importância absoluta de sua feira, importância esta determinada de acordo com o número de participantes e a área de atuação" (CORRÊA, 1997, p. 69). Exemplo disso é que em cidades importantes da região Nordeste são realizadas duas feiras semanais, uma de caráter regional e, outra, de caráter local. Em contraposição, "quanto menor a cidade em termos de centralidade, maior será a importância relativa da feira semanal para a vida urbana". Nesse caso, para muitas pequenas cidades nordestinas, o dia em que a feira ocorre é "o dia em que o pequeno núcleo passa a exercer alguma centralidade" (CORRÊA, 1997, p. 69).

Ainda segundo o mesmo autor estes mercados representam uma forma

de sincronização que envolve espaço e tempo, onde há uma articulação das atividades e de deslocamento dos participantes. Assim,

> os pequenos centros, via de regra, têm determinado o dia da feira de modo a não conflitar com a da feira regional da localidade central a que mesma está subordinada. Por sua vez, os pequenos centros, mesmo próximos entre si, podem ter suas feiras no mesmo dia (CORRÊA, 1997, p. 69)

Tal situação não acarreta prejuízos para nenhuma das feiras, principalmente para as dos pequenos centros. De acordo com a explicação é que se pode compreender como se dá a articulação dos dias de feiras nos municípios próximos a Macaíba. Assim, enquanto a feira de Macaíba é realizada aos sábados, as dos demais municípios próximos a ela realizam suas feiras no domingo, como São Gonçalo do Amarante, Bom Jesus, Serra Caiada, Vera Cruz e São Paulo do Potengí, ou na segunda-feira, como São Pedro, Tangará e Lagoa de Pedras.

Do lado dos vendedores da feira, os participantes incluem pequenos produtores rurais e comerciantes com lojas na cidade, até pessoas que são feirantes de profissão. Do lado dos compradores os participantes constituem tanto a população rural como a população urbana, esta última abrangendo pessoas dos mais diversos níveis de renda e ocupação.

É possível observar-se, em alguns casos, a coexistência da feira com o moderno setor de comércio e serviços especializados, onde os próprios comerciantes colocam parte de sua mercadoria para ser comercializada na feira. Esta situação é percebida em Macaíba na medida que a feira ocorre nas ruas onde estão localizados os principais estabelecimentos de comércio varejista da cidade.

Mesmo com a diversificação da atividade de comércio nas cidades, o Nordeste é a região onde a feira possui grande influência na dinâmica sócio-espacial haja vista que

> em plena globalização [...] a feira se destaca no contexto do lugar como *lócus* de resistência onde estão envolvidos o pequeno agricultor que negocia sua própria produção, os artesãos com seus produtos regionais, os violeiros, os repentistas e os inúmeros curiosos (VIEIRA, 2004, p. 1).

Não raro, é possível observar que há uma integração entre a feira e o Mercado Público. Como espaço de venda, os mercados se constituem numa das

formas urbanas mais tradicionais existentes ao longo do tempo, exercendo diferentes funções no contexto da sociedade.

Muitos mercados tiveram sua origem diretamente ligada às grandes feiras que se realizavam nas cidades. Na medida que houve uma expansão do consumo, essas formas acabaram se reproduzindo e se consolidando "como locais importantes para o abastecimento de toda sorte de produtos, já que concentravam espacialmente a atividade, além do que significavam momentos de trocas não materiais que 'abasteciam' outras esferas da vida em sociedade" (PINTAUDI, 2006, p. 2).

Uma das funções primordiais dessa forma é a de ser um local de trocas comerciais existente em muitas cidades desde a antiguidade e adotada praticamente em todas as partes do mundo. Se ela ainda hoje está presente no espaço urbano "isso certamente se deve ao fato de poderem dialogar com outras formas comerciais mais modernas" (PINTAUDI, 2006, p. 2). Não por acaso, estes espaços estão presentes na maioria das cidades, sejam elas grandes metrópoles, sejam pequenas cidades e, guardadas as devidas proporções, desempenham a função de ser um espaço em que se realiza a comercialização dos mais variados produtos.

Como afirmamos anteriormente, as feiras livres são praticamente uma extensão dos mercados públicos localizados nas cidades, sendo estes "abertos praticamente todos os dias da semana, enquanto a feira funciona em dias específicos sendo, assim, temporárias, sofrendo, sobretudo, o processo de montagem e desmontagem de seus pontos" (ARAÚJO; RODRIGUES, 2004, p. 186).

Nesta mesma perspectiva, Leite (1975, p. 176) nos diz que:

> nos pátios contíguos aos 'mercados', na 'praça da matriz' ou na rua principal de uma cidade do *hinterland*, as barracas se sucedem na instabilidade de suas instalações provisórias. Espalham-se pelo chão esteiras, pranchas ou panos de aniagem onde se acumulam vasilhas diversas, tais como cestos, sacos, caixotes, com seus respectivos conteúdos. Banquetas, jiraus e cavaletes suportam tabuleiros.

Desta forma, ao se analisar a dinâmica econômica e socioespacial das cidades nordestinas não se pode negligenciar a importância que as feiras livres possuem, não só para os pequenos núcleos urbanos, mas, também, para os principais centros regionais.

4 A FEIRA DE MACAÍBA E SUA MODIFICAÇÕES NA DINÂMICA SOCIOESPACIAL

Meu caro amigo leitor/ Preste bastante atenção/ Vamos juntos com as rimas/ Fazer uma reflexão/ Das mudanças ocorridas/ Na feira deste torrão. (Lucivaldo Feitosa, A feira de Macaíba, CORDEL).

No percurso feito até aqui, procuramos demonstrar todo o contexto teórico-conceitual das feiras e a importância delas como forma de comércio no Brasil e no Nordeste especificamente. Neste capítulo trataremos dos resultados da pesquisa propriamente dita, procurando articulá-los ao embasamento teórico construído no primeiro capítulo.

Nossa discussão será baseada na relação entre os processos sociais e econômicos que foram determinantes para a produção do espaço no Rio Grande do Norte e no município de Macaíba, e como estes tiveram impacto na feira. Para tanto, vamos analisar inicialmente como se deu o surgimento da feira em Macaíba, relacionando-a ao contexto em que se deu o desenvolvimento da cidade como importante centro comercial. Entendemos que tal discussão é importante, pois a feira se constituiu num dos traços mais marcantes da produção socioespacial em Macaíba, acompanhando todas as transformações pelas quais a cidade passou ao longo do século XX.

Num segundo momento, vamos discutir a feira nas décadas de 1960 e 1970. Período importante para o Estado como um todo. Macaíba, no entanto, merece destaque, pois, devido ao incremento da cotonicultura, viu surgir uma nova fase de dinamismo econômico não só para a cidade mas para a feira em particular, que se firmou definitivamente como uma das mais importantes do Estado no período.

Na terceira parte, iremos refletir sobre as décadas de 1980 e 1990 e como os acontecimentos ocorridos no Rio Grande do Norte e em Macaíba influenciaram a feira. Nesse período, tivemos no Estado a consolidação do processo de industrialização e de urbanização; a consolidação de Natal como principal centro econômico, com o crescimento e a modernização do setor de comércio e de

serviços; e a formação da Região Metropolitana. Em Macaíba, este será o momento da ascensão dos supermercados como uma nova forma de comércio; do crescimento urbano, com a construção dos conjuntos habitacionais e dos loteamentos; da formação do centro da cidade, que é a área concentradora dos equipamentos comerciais; e da afirmação do terciário como principal base da economia urbana.

Por fim, discutiremos a feira e sua inserção na dinâmica urbana hoje, através da análise da organização e dos processos de uso e ocupação do seu espaço; da construção dos perfis dos feirantes vendedores e dos consumidores; e da reflexão acerca dos problemas socioambientais existentes no seu espaço interno e externo.

4.1 O Empório Comercial de Macaíba e o Surgimento da Feira

A tradição histórica de cidade comercial deu à feira de Macaíba durante muitos anos uma importância ímpar no conjunto dos municípios das regiões litoral e agreste do Rio Grande do Norte, atraindo vendedores e compradores de diferentes cidades. Para construirmos sua trajetória, faz-se necessário inseri-la no contexto do desenvolvimento da atividade comercial em Macaíba, pois, no nosso entendimento, esta representou o principal impulso para o desenvolvimento da feira local.

Macaíba não existia como unidade político-administrativa no século XVII, embora encontrem-se registros da ocupação de seu território a partir do estabelecimento, em 1603, de grupos populares, principalmente de mestiços, no sítio "Ferreiro Torto", de propriedade do Senhor Francisco Coelho, onde se realizavam os plantios de milho e mandioca, além da criação de gado. A partir de 1630, o sítio passa a beneficiar o açúcar que era produzido no engenho bangüê existente na propriedade (DANTAS, 1985).

O século XVII é marcado pela ocupação holandesa na Região Nordeste (1630 – 1654). Na Capitania do Rio Grande, o episódio é caracterizado pela tomada da Fortaleza dos Reis Magos, em dezembro de 1633[19]. Do ponto de vista espacial, os holandeses conquistaram aqui no Estado "uma estreita faixa litorânea – que ao norte chegava até o vale do rio Maxaranguape e a oeste até o atual município de

[19] Com a tomada, o Forte passou a chamar-se "Castelo Ceulen" e a Cidade de Natal, "Nova Amsterdã".

Macaíba" (MONTEIRO, 2002, p. 59). Para além dessa área, não se tem registro de qualquer aventura batava.

Ainda assim, eles deixaram como marca um rastro de destruição, pois, como o único objetivo era usufruir das potencialidades da Capitania, Natal e as localidades dentro dos limites do território conquistado "não obtiveram os melhoramentos que marcaram a presença do Príncipe Maurício de Nassau em Recife/Olinda, ao contrário, foram destruídas pelos invasores [...]. Nada ficou da presença holandesa" (LIMA, 2006, p. 36). A mais significativa dessas marcas foram os impiedosos massacres empreendidos aos portugueses e à população nativa no Engenho Cunhaú, em Canguaretama; e em Uruaçu, no município de São Gonçalo do Amarante.

Meneval Dantas registra que, em julho de 1645, os holandeses também marcaram sua presença nas terras onde hoje se situa Macaíba, mais precisamente no sítio "Ferreiro Torto". Sobre esses acontecimentos, relata o autor que:

> o genocídio praticado pelos holandeses – com os mesmos objetivos dos portugueses: saquear assassinando – contra o proprietário do Ferreiro Torto, Francisco Coelho, sua esposa, seus cinco filhos e mais quase cem pessoas ali refugiadas [...] é terror até então sem precedentes (DANTAS, 1985, p.20).

O que podemos observar a partir do relato acima é que, depois desse período, possivelmente se produziu uma lacuna acerca dos fatos e pessoas que contribuíram para a formação do município. Ainda assim, é possível se encontrarem registros da presença de outras figuras nessa área, sendo a mais emblemática a do padre Gaspar da Rocha, também no século XVII, e de José Álvares e José Coelho, fundadores de uma fazenda nas proximidades do rio Jundiaí. À exceção destes, permanece um vazio de quase duzentos anos sem conhecimento da presença de qualquer outra pessoa que tenha contribuído para a história daquele que viria a ser um dos principais centros comerciais do Estado no século XIX. Sobre esse fato, observa Dantas (1985, p. 41),

> é estranho que esse núcleo, não obstante as condições privilegiadas que lhe estavam reservadas e duraram tanto tempo só viesse a fluir como sítio, povoação ou porto de Coité, duzentos anos depois desses eventos, quando apareceu o primeiro livro de batismo da Freguesia, em 1843, autenticado por quem foi o vigário da mesma até 1871, o padre Antônio Xavier Garcia de Almeida, em São

> Gonçalo, visto que o território de Macaíba, na época, integrava esse município.

Por volta da segunda metade do século XIX, novos elementos e acontecimentos concorreram para a formação da Vila, do Município e posteriormente da Cidade. O crescimento de Coité como centro comercial, na segunda metade do século XIX, foi resultante do segundo surto agroexportador do algodão[20] no Estado.

A Guerra da Secessão nos Estados Unidos dificultou o abastecimento da indústria têxtil inglesa com o algodão norte-americano. Por este motivo, a Inglaterra recorreu à compra da produção algodoeira do Egito e do Nordeste do Brasil.

Sobre este aspecto, Monteiro (2002) afirma que os anos de 1850 e 1860 foram dos mais intensos, do ponto de vista econômico, para a Província, com a chegada de inúmeros comerciantes e a instalação de inúmeras casas exportadoras. Segundo a própria autora, esse quadro se delineia como resultado da expansão da cotonicultura, pois

> os algodoais se espalharam rapidamente por diferentes províncias, permitindo um segundo grande surto exportador de algodão pelo país, consolidando essa lavoura como uma atividade agrícola típica dessa região e de grande importância para o Rio Grande do Norte (2002, p. 166).

É dentro desse momento econômico que se dá o desenvolvimento de Coité. Por volta de 1850, Coité surge como fazenda de plantação e criação, tendo como proprietário o senhor Francisco Pedro Bandeira. No mesmo período, aparece a figura de Fabrício Gomes Pedrosa, pessoa que iniciou a conexão do interior com os mercados do litoral e que iria influenciar decisivamente para o futuro de Coité[21] e, conseqüentemente, de Macaíba. Medeiros (1973, p.93-94) descreve que:

---

[20] Entre o final do século XVIII e o início do XIX, as mudanças provocadas pela Revolução Industrial na Europa tiveram uma influência direta na economia do Rio Grande do Norte. Como necessitava cada vez mais de algodão, que era a matéria-prima para suas fábricas de tecidos e o seu principal fornecedor - os Estados Unidos interromperam o fornecimento em decorrência da guerra de independência do país (1776 e 1783) -, a Inglaterra iria estimular a cotonicultura em diferentes áreas da América, aí incluindo-se o sertão nordestino. O Brasil passou então a exportar algodão para a Inglaterra e a cultura, no Rio Grande e em várias capitanias da atual região Nordeste, tornou-se uma agricultura mercantil, ou seja, voltada para o abastecimento de mercados, levando a um desenvolvimento comercial da Capitania, tanto nas áreas secas, onde o algodão melhor se desenvolvia, como em terras do litoral (MONTEIRO, 2002).

[21] Conta a história que o nome *Coité* foi dado pelo Coronel Manoel Teixeira de Casado, devido à abundância dessa árvore de grande fruto não comestível, que servia para fazer vasilhas e era muito vista em toda a vila. Precisamente no ano de 1855, com grande influência na classe política do

> Fabrício Gomes Pedroza, paraibano de Areia e senhor do Engenho Jundiaí, próximo ao Coité, casara-se em segundas núpcias com a filha de Francisco Pedro Bandeira e, percebendo que as terras do sogro, próximo à margem esquerda do rio Jundiaí, afluente do Potengí, serviam de ancoradouro às embarcações que transportavam mercadorias para Natal, vindas dos Vales do Norte (Ceará-Mirim e São Gonçalo), do sul (Vales do Capió, Canguaretama e Goianinha) e do Centro (Seridó), construiu vários armazéns [22].

Os problemas físicos na barra do estuário do Potengi/Jundiaí impediam a entrada de navios de grande calado no porto de Natal e como Coité estava situada no meio do caminho entre o litoral e as regiões agreste e sertão, quase toda a produção agrícola (principalmente algodão e açúcar) do 'hinterland' potiguar convergia para lá (FUNDAÇÃO JOSÉ AUGUSTO, 1983).

À medida que Fabrício Pedrosa foi percebendo as vantagens comerciais da localidade, tratou de instalar a primeira casa comercial da povoação, onde passou a armazenar sua própria produção. Logo em seguida, ele começou a expandir seus negócios comprando a produção de outros, passando, assim, a comandar a comercialização e a distribuição dos produtos vindos do interior do Estado ou ainda de fora do país.

O rápido dinamismo alcançado pelos seus negócios fez Fabrício instalar uma casa comercial de tecidos e de secos e molhados, desta vez, no andar térreo do imóvel de dois andares que edificou para residir, o que

> [trouxe para] esse centro de atividades comerciais a afluência de muitos interessados na agropecuária, no comércio e em outras profissões que, não só de Natal e do interior próximo, mais ainda da Paraíba e Pernambuco, viam para ai também boas oportunidades de negócios e prosperidade na nascente povoação (DANTAS, 1985, p.26).

A Vila prosperou e este fato concorreu para o enriquecimento e prosperidade de Macaíba, com o surgimento quase imediato de suas oito principais ruas (“Teodomiro Garcia”, “Augusto Severo”, “Nossa Senhora da Conceição”, “Francisco da Cruz”, “Pedro Velho”, “Maurício Freire”, “Prudente Alecrim” e “Dona Emília”). Ao mesmo tempo, devido à sua posição geográfica, grandes proprietários

---

Estado, Fabrício Gomes Pedrosa mudou o nome de “Coité” para “Macaíba” (*Acrocomia intumescens*), uma palmeira com frutos pequenos, “buchuda” no meio, apreciada por muitos, inclusive por ele.

[22] Apesar da citação se referir como sendo a cidade de Areia na Paraíba o local de nascimento e residência de Fabrício Pedrosa, outros historiadores afirmam ser Nazaré da Mata em Pernambuco a verdadeira origem do comerciante.

de cana-de-açúcar, cereais e frutos passaram a utilizá-la como entreposto para a comercialização dos seus produtos, tornando-a assim um dos principais núcleos de articulação econômica do Estado, até com mais expressividade que a capital, Natal.

Isto gerou as condições para o surgimento da feira local. Silva (2002) observa que as dificuldades existentes para o desenvolvimento do comércio em Natal decorrentes do seu isolamento físico fizeram com que muitos comerciantes organizassem feiras pelo interior destinadas à venda de seus produtos. Com Macaíba não foi diferente.

O intenso fluxo de comerciantes gerado pela circulação de mercadorias na povoação fez surgir uma grande praça comercial em Macaíba com o conseqüente estabelecimento da sua feira, embora não se encontre registro de qual foi a data específica de sua criação, o que pode ser confirmado em Dantas (1985, p. 59), quando ressalta que "não existe nenhum apontamento oficial conhecido da fundação da feira, mas, que desde o seu princípio sabe-se que ela sempre funcionou aos sábados".

Devido à grande movimentação comercial de Macaíba nesse período, passou, assim, a ser intensa a afluência de vendedores e compradores para a povoação, com o objetivo de comercializar frutas, verduras, legumes, cereais, aves, ovos, caranguejos e artefatos de barro, "abastecendo as povoações circunvizinhas, inclusive da capital" (RODRIGUES, 2003, p. 46).

À medida que Macaíba se firmava como importante praça comercial, a sua feira ia se tornando uma das mais famosas da região. Toda essa dinâmica permitia também ao comércio da cidade uma maior movimentação de compras e vendas (DANTAS, 1985). Sobre a pujança econômica da feira nesse período, observa Melquiades (1976, p. 65-66) que "a feira virou mercado persa, fórum romano ou templo judaico. Agricultores e comerciantes multiplicaram seus haveres; aumentaram-se os lucros a cento por um e passaram a gastar a mãos largas".

Com relação a Macaíba, um ponto merece ser registrado: a grande afluência de pessoas para lá resultou em prejuízo para o comércio interno de Natal, na medida que "os gêneros alimentícios iam diretamente para a praça de Macaíba, muito melhor localizada e com uma infra-estrutura de armazenagem razoável" (RODRIGUES, 2003, p. 46).

Macaíba possuía uma localização privilegiada no contexto da Província, estando localizada às margens do rio Jundiaí "de onde se tinha acesso ao rio

Salgado[23] e ao mesmo tempo ao sul, ao oeste e ao norte da província" (RODRIGUES, 2003, p. 86).

Nesse mesmo período, além da feira de Macaíba, outras se destacavam na região, como a de Utinga (localizada no município de São Gonçalo do Amarante). Assim como a de Macaíba, é provável que esta também tenha tido o seu desenvolvimento estimulado por Fabrício Pedrosa (SILVA, 2002), sendo três os motivos pelos quais prosperou: o menor preço dos produtos, pois as mercadorias percorriam distâncias menores desde os centros produtores até a localidade; a facilidade de os feirantes obterem pastagens e maior segurança dos animais; e a alimentação oferecida pelos moradores aos feirantes a preços menores (RODRIGUES, 2003; SILVA, 2002).

Como na maioria das vezes os produtos já tinham passado por Macaíba ou por Utinga e chegavam à capital com maior preço, era muito comum a vinda de pessoas da capital para comprar diretamente nas duas feiras, gerando um descontentamento nos comerciantes de Natal, já que os produtos que vinham do interior passavam obrigatoriamente pelas duas localidades antes de irem para a capital.

Esta situação fez com que o Presidente da Província, Figueiredo Júnior, no seu relatório de 06 de abril de 1861 chegasse a cogitar a extinção das duas feiras, pois

> para lá concorrem indivíduos que compram gêneros por um preço módico para virem vendê-los ao mercado com excessivo lucro. Para acabar com esta espécie de monopólio dos chamados atravessadores, ao qual se atribui a carestia sempre crescente dos gêneros alimentícios, tem-se indicado como necessária a extinção das feiras, principalmente as que ficam a mais curta distância da cidade, como as de Utinga e Macahiba (*sic*) (apud RODRIGUES, 2003, p. 47).

Diferentemente da feira de Macaíba, que continuou a existir, tornando-se, inclusive, a maior feira da Província, a de Utinga não obteve o mesmo sucesso. Citando relatos do jornalista Eloy de Souza, Rodrigues (2003) observa que essa feira teve seu fim decretado depois de um desentendimento entre o religioso Frei Serafim de Catânia e pessoas importantes da localidade. Segundo o relato, o frade excomungara a gameleira que servia de abrigo para os feirantes, os quais, por

[23] A referência ao rio Salgado na citação diz respeito aos rios Potengi e Jundiaí, que foram intensamente utilizados nas trocas comerciais entre o litoral e o interior, nos séculos XVIII e XIX.

serem muito religiosos e supersticiosos, a partir de então passaram a evitar ficar embaixo da referida árvore.

As possibilidades de consolidação da influência de sua casa comercial pelos vales do litoral oriental, fazendo escoar toda a produção do interior do Estado, fizeram com que Fabrício Pedrosa transferisse seus negócios de Macaíba para a localidade de Guarapes, onde, por volta de 1858, se estabelece com suas casas comerciais, passando a dominar o comércio das redondezas e do sertão até 1872.

Fabrício soube como ninguém utilizar as potencialidades do local para fazer convergir os investimentos da administração provincial. Guarapes reunia as características essenciais para o estabelecimento dos seus negócios, pois localizava-se exatamente no final do cordão dunar que circunda Natal, sendo o ponto com livre acesso mais próximo da capital da Província (RODRIGUES, 2003). Os investimentos feitos em Guarapes transformaram-na no principal ponto comercial da região. Sobre a estrutura montada pelo comerciante, observa-se que

> o ancoradouro do seu porto era quase tão extenso e profundo quanto o do porto de Natal, chegando a dar calado a embarcações de até 500 toneladas, sem falar que se posicionava além das dunas que circundavam a capital. O comerciante investiu em uma estrutura sólida para drenar o escoamento das zonas circunvizinhas, construindo armazéns na parte baixa, próximo ao ancoradouro, além de escritórios, almoxarifados, capela, escola e sua casa na parte alta (FIGURA 1) (RODRIGUES, 2003, p. 28-29).

Como havia carreado para Guarapes todos os seus investimentos e tendo consolidado a posição de entreposto comercial em Macaíba, fator primordial para o surgimento da sua feira, como já vimos, Fabrício estabelece-se definitivamente na localidade e uma das primeiras iniciativas da Província foi a autorização do funcionamento de uma feira na localidade. Sobre sua criação, destaca o relatório do Presidente provincial, Nunes Gonçalves, de 14 de fevereiro de 1859, à Assembléia Provincial:

> O presente cidadão Major Fabrício Gomes Pedrosa [...] offereceo-se á Presidência para ser o fundador de uma feira naquelle lugar, transferindo para ali seus crescidos fundos commerciais e os de alguns de seus amigos, que generosamente o acompanhão, e dado logo maior impulso á edificação e outros melhoramentos materiais. Esta idéa, sendo por mim aceita e vivamente applaudida, foi promptamente posta em execução, e comparecendo pessoalmente para assistir á primeira feira, que teve lugar no dia 06 do corrente,

> observei com plena satisfação um incalculável concurso do povo que affluio para solemnisar aquelle acto de inauguração (sic) (RODRIGUES, 2003, p, 53).

Com a morte de Fabrício Pedrosa, em 1872, termina o período de grande expressividade comercial de Guarapes e, assim, Macaíba volta "à posição de cabeça do comércio do rio, permanecendo Natal ainda isolada pelas dunas" (RODRIGUES, 2003, p. 86).

FIGURA 1 – Ruínas da residência de Fabrício Pedrosa às margens da BR-226 em Guarapes. **Fonte:** Geovany Dantas, 2006.

No que concerne à capital da Província, Clementino (1995, p.109) observa que "a pouca importância de Natal não advinha apenas das dificuldades técnicas do porto. Cercada por dunas, com acesso precário, a capital padecia de um relativo isolamento físico [tendo] em alguns momentos, sua condição de entreposto comercial eclipsada por Macaíba". Gomes (1997), por seu turno, observa que Natal não passava de um centro administrativo, enquanto a cidade de Macaíba era, na realidade, o entreposto comercial, favorecido através de ligações fluviais com o mar.

Assim, por estar localizada na porta de entrada do agreste e do sertão e por ser o ponto de convergência de toda a produção escoada do interior do Estado para exportação, Macaíba consolidou-se como o principal entreposto comercial do Rio Grande do Norte na segunda metade do século XIX (FUNDAÇÃO JOSÉ

AUGUSTO, 1983). Essa condição "atraiu vários outros comerciantes de Pernambuco e da Paraíba a se estabelecerem no povoado" (FUNDAÇÃO JOSÉ AUGUSTO, 1983, p. 17), provocando a expansão da povoação e iniciando a trajetória de tradição da futura cidade na atividade comercial.

Foi através da Lei Provincial n° 801, de 27 de outubro de 1877, que Macaíba tornou-se município, sendo desmembrado de São Gonçalo. Seu distrito foi criado pela Lei n° 815, de dezembro do mesmo ano. Posteriormente, sua sede passou à categoria de cidade, pela Lei 1010, de 5 de janeiro de 1889.

Como forma de quebrar o isolamento da capital, procedeu-se à construção, em Macaíba, de uma ponte sobre o rio Jundiaí, por cuja obra ficaram responsáveis o Coronel Estevão José Barbosa de Moura e o Major Fabrício Gomes Pedrosa, sendo que cada um construiria metade da ponte (RODRIGUES, 2003). Ainda assim, isto não solucionou os problemas de abastecimento na capital, pois por ser um dos principais pontos de convergência das estradas do interior do Estado, o comércio de Macaíba teve sua importância ampliada e sua feira era a mais importante da região.

Todavia, já no final do século XIX, alguns fatores vieram concorrer para que Macaíba fosse perdendo sua expressão como entreposto comercial. Como já vimos, logo após o final das atividades da "Casa de Guarapes", essa povoação retomara a condição de principal centro comercial da região. No entanto, os mesmos fatores que haviam levado Guarapes à decadência também já se refletiam em Macaíba e em outros importantes centros comerciais próximos.

O primeiro desses fatores foi o final da Guerra da Secessão nos Estados Unidos, o que permitiu a este país "retornar à sua posição de grande produtor e fornecedor mundial de algodão, desalojando a cotonicultura brasileira, e com ela a norte-riograndense" (MONTEIRO, 2002, p. 191), provocando a queda nos preços do produto no mercado e o fechamento de inúmeras casas exportadoras.

O segundo fator diz respeito à produção do açúcar, que, mesmo sendo beneficiado com a crise do algodão, logo apresentou uma queda acentuada, devido à concorrência com o açúcar produzido em Cuba e devido ao açúcar de beterraba produzido na Europa e nos Estados Unidos (MONTEIRO, 2002).

Por fim, podemos destacar que a modificação provocada nos fluxos comerciais entre o litoral e o interior, com a formação da infra-estrutura de transporte, também contribuiu para a decadência de Guarapes e de Macaíba,

inicialmente com a construção das estradas de ferro; depois com as melhorias técnicas do porto de Natal; e finalmente com a construção das primeiras rodovias.

A introdução das estradas de ferro, por exemplo, na visão de Clementino (1995, p. 111), "forçou o redirecionamento dos transportes locais/regionais e desbaratou o método antiquado de fazer comércio".

Nesse processo, tivemos a construção da estrada de ferro *Great Western,* ligando Natal a Nova Cruz (1883), o que permitiu a drenagem da produção canavieira do sul diretamente para o porto de Natal, sem a necessidade de outros entrepostos (RODRIGUES, 2003). Assim, a construção dessa linha férrea contribuiu para "quebrar o peso do isolamento da capital em relação ao interior" (CLEMENTINO, 1995, p. 102) e conseqüentemente para a decadência de Macaíba como principal entreposto comercial do Estado.

Além da *Great Western*, a construção da Estrada de Ferro Central (1906), ligando Natal até à região central do Estado, através do Vale do Ceará-Mirim, drenou parte da produção do norte e do centro da Província. Assim, vários objetivos seriam atingidos: realizava-se enfim o desejo de integrar produtivamente a capital às áreas produtoras do interior do Estado; e atendia-se aos interesses dos comerciantes da capital, pois seria possível escoar para Natal toda a produção de algodão do centro do Estado sem a necessidade de passar por Macaíba.

Em 1916, o trajeto da Ferrovia Central seria modificado com a construção da ponte metálica em Igapó – construída pela *The Cleveland Bridge and Engeering Company* –, provocando o fechamento definitivo dos fluxos comerciais pelo rio Jundiaí. Com isso, "Macaíba perderá sua importância e o porto de Guarapes morrerá definitivamente para o comércio" (RODRIGUES, 2003, p. 133).

Ainda no final do século XIX (1893), inicia-se uma série de melhorias no porto da capital, através da Comissão de Obras do Porto (LIMA, 2006). Tais melhorias foram possibilitadas devido a uma maior utilização dos navios a vapor, que substituíram as embarcações à vela, as únicas que tinham condições de subir o rio e chegar até os portos de Guarapes e de Macaíba. Como o porto de Natal era o único com capacidade de receber aquele tipo de navio, estes dois centros perderam sua expressão comercial (RODRIGUES, 2003, p. 133).

Finalizando, a construção das rodovias também veio contribuir para a interligação das várias regiões do Estado. A primeira delas foi a estrada de automóveis ligando o litoral à região Seridó, que "foi iniciada em 1915, por ocasião

da seca ocorrida nesse ano, pelo contratante José Brandão Cavalcante" (CLEMENTINO, 1995, p. 108).

A estrada tinha início em Macaíba e seguia os antigos caminhos formados pelas tropas de boiadas (FIGURA 2), tendo, logo depois, em 1920, o seu percurso estendido até Natal. A seguir, deu-se a ligação entre Macaíba e Angicos, de cujo ponto interligava-se a estrada Natal-Mossoró[24] (CLEMENTINO, 1995).

FIGURA 2 – Antiga estrada de ligação de Macaíba à região Seridó. **Fonte**: Geovany Dantas, 2006.

O início do século XX será, então, o momento da decadência do porto de Macaíba, encerrando sua fase áurea como entreposto comercial. Mesmo assim, como a cidade já tinha consolidado a posição de centro comercial no Estado, embora sem a mesma importância de antes, sua feira continuou a se destacar regionalmente pela dimensão e quantidade de pessoas que a freqüentavam.

Como observa Jansem Leiros, na década de 1920, Macaíba florescia como centro comercial, onde até "cidades do sertão abasteciam-se nos grandes armazéns e lojas da rua do Commércio (sic)" (1985, p. 45). Atualmente chamada "rua Nair Mesquita", a então "rua do Comércio" era formada por grandes sobrados onde funcionavam inúmeras casas comerciais, das quais se destacavam:

> o armazém do velho Ismael Ribeiro – um empório – que ocupava quase um quarteirão inteiro na rua Dr. Pedro Velho, esquina da rua

[24] Estas duas rodovias formam o que hoje conhecemos por BR-226, ligando Natal à região Seridó, passando por Macaíba, Bom Jesus, Serra Caiada, Tangará, Santa Cruz até Currais Novos; e, a BR-304, ligando Natal a Mossoró, passando por Macaíba, Santa Maria, Riachuelo, Caiçara do Rio dos Ventos, Lages, Angicos e Açu.

> do Comércio, dividida em três grandes seções: tecidos, ferragens e mercearia, tendo anexo a fábrica de sabão "Potengi", também de sua propriedade. A "Casa Pérola", do Sr. Francisco Curcio [...], o armazém de Aureliano Medeiros, o maior importador de tecidos, com vendas em atacado, fornecendo para toda a região Seridó, bem assim do Vale do Ceará-Mirim [e] a casa de Alfredo Adolfo Mesquita, o maior varejo da cidade [...] (FUNDAÇÃO JOSÉ AUGUSTO, 1983, p. 40).

Ainda em 1920, como forma de comportar a grande quantidade de vendedores que afluíam à cidade para vender seus produtos, foi construído o primeiro Mercado Público da cidade, um prédio "acachapado, com pintura de ocre vermelho" (ALECRIM, 1957, p. 29), localizado no centro da cidade, onde hoje é a praça "Augusto Severo" (FIGURA 3).

Era na grande praça em frente a este mercado popular que se realizava a feira semanal. Em face da inexistência de locais disponíveis dentro do mercado, o grande número de produtores que vinham à cidade para comercializar passou a estabelecer-se nas calçadas do velho mercado com seus produtos. O resultado é que, devido à intensa afluência de vendedores e de compradores das redondezas, a feira passou a realizar-se diariamente nos arredores do mercado (LEIROS, 1985).

FIGURA 3 – Primeiro Mercado Público construído em Macaíba**. Fonte**: Arquivo pessoal Anderson Tavares. Foto: José Muniz

No entanto, era a grande feira semanal que marcava a dinâmica da cidade. Ela era marcada pela grandiosidade em termos de tamanho, pela variedade de produtos nela comercializados e pelo grande fluxo de pessoas. Para a cidade,

convergiam não só os moradores da cidade e da área rural, mas também os de outros municípios próximos. O vai-vem de pessoas, carroças e outros meios de transporte dava uma dimensão dessa grandiosidade. Os armazéns existentes nas ruas onde se realizava a feira se abasteciam para aproveitar o intenso fluxo de pessoas.

Para Alecrim (1957), a feira de Macaíba sempre foi um espetáculo para a imaginação de qualquer um, pela grande variedade de tipos e aspectos que para ela vinham todos os sábados, como:

> O vendedor de berimbau, os cavalinhos de barro, as miniaturas de João Galamastro, o alfenim, a pipoca, o caldo de cana picado tomado na cuia, o imbu, a quixaba, o camboim, a manga matuta, o jambo branco, o ponche de maracujá com sequilho, a jabuticaba, o araçá, a guabiraba, o sujeito que fazia mágicas, o homem de pernas de páu, a cigana lendo a sorte, a melância em talhadas, os calungas de papelão, os casais de jacu, os balaios de carangueijo, as enfieiras de goiamum, os periquitos verde-amarelos, os banquinhos de tapioca, as cestas de goiaba, as rolinhas assadas na grelha, os carneirinhos com fitas no pescoço pra (sic) gente montar, os cegos violeiros cantando toadas, o projeto Zeferino vendendo mocotó, o Aracati anunciando com um ganzá rêdes do Ceará, os porquinhos, os periquitos e os guinés numa zoada incrível, a jacadura, os cáçuas de moringas de barro, os engradados de preá, os cestos de maçaranduba, os cachos de pitomba, os feixes de cana de “planta” e caiana, os pares de marrecos amarrados com embira [e] o jerimum caboclo (ALECRIM, 1957, p. 30).

Como já vimos anteriormente, a implantação da infra-estrutura de transporte no Estado, principalmente das ferrovias e em menor plano das rodovias, foi um fator determinante para que Macaíba e outros entrepostos comerciais na região perdessem expressividade. Em que pesem esses elementos, o dinamismo apresentado pela feira nesse período demonstra que a cidade manteve sua função comercial na primeira metade do século XX. A retomada da produção de algodão no Estado será o elemento preponderante para a manutenção dessa dinâmica, como veremos à frente.

Em 1953, foi construído o segundo Mercado Público da cidade, no mesmo local onde havia sido edificado o primeiro (FIGURA 4). O imponente prédio foi durante muito tempo o principal centro de abastecimento da população do município, onde, segundo alguns dos seus antigos freqüentadores, se vendiam, principalmente, farinha, “feijão de todo tipo”, milho, batata, mandioca, carnes, além

de outros produtos. A feira diária, que continuou a funcionar mesmo depois da demolição do antigo mercado, passou a ser realizada nas calçadas do novo mercado com um grande número de vendedores que comercializavam principalmente frutas, legumes, verduras e carnes.

FIGURA 4 – Segundo Mercado Público de Macaíba. **Fonte**: Arquivo pessoal Anderson Tavares. **Foto**: Dr. Ewerton.

Nesse período, a feira não apresentava ainda a conformação de hoje. Ela se concentrava nas ruas próximas ao mercado: “Pedro Velho”, “João Pessoa” (hoje “Nair Mesquita”), “Dr. Francisco da Cruz”, travessa “Afonso Saraiva” e outras pequenas ruas localizadas na área. Só no final da década de 1980 e com a derrubada desse segundo mercado é que a feira toma a forma que possui hoje.

4.2 As Décadas de 1960/1970 e a Influência da Feira no Contexto Regional

No início da segunda metade do século XX, Macaíba já não possuía a mesma importância que tivera no último quarto do século XIX. Natal a esse tempo já havia se consolidado como principal centro econômico e outras áreas do Estado foram chamadas a dar suporte às transformações ocorridas na economia.

Ainda assim, Macaíba não passou por esse momento sem sofrer algum impacto, pois, como o algodão era o principal produto da economia estadual, o município também comportou parte da estrutura que requeria essa cultura agrícola.

Antes, porém, de falarmos do papel que o algodão representou para a economia do município e como este se refletiu na feira, vamos resgatar alguns elementos que consideramos ser importantes para compreendermos o momento.

Já dissemos anteriormente que o desenvolvimento do comércio em Macaíba se deu no contexto do segundo surto algodoeiro no Estado, no período da Guerra da Secessão americana, na década de 1860. No entanto, mesmo com o fim dessa fase de grande produção, a cultura do algodão não sofreu retrocesso, pois, com o surgimento das primeiras indústrias têxteis no Brasil, por volta de 1880, houve uma reorientação do destino da produção algodoeira do Estado, no sentido de abastecer o mercado interno.

Sobre este aspecto, Clementino (1995, p. 75) afirma que "o crescimento contínuo da demanda nacional de algodão, não só impulsionou a expansão da cotonicultura do RN, a partir de [1920], como manteve os fluxos comerciais de circulação dessa mercadoria no mercado interno". Aliado a este fator, a consolidação das ligações terrestres (rodoviária e ferroviária) entre o interior do Estado e a capital contribuiu para o surgimento de novas áreas de plantio, principalmente no sertão, tornando o algodão, em pouco tempo, o primeiro produto de exportação do Estado até por volta da década de 1970 do século passado (CLEMENTINO, 1995).

Conforme observa ainda a autora supracitada, é a partir da década de 1930 que ocorrem as primeiras modificações na estrutura de beneficiamento do algodão no Estado: a primeira refere-se à transferência do processo de descaroçamento do algodão do interior das fazendas para os núcleos urbanos localizados próximo às zonas produtoras; e a segunda diz respeito ao surgimento e à difusão das usinas de beneficiamento, que se generalizaram no Estado a partir da década de 1950.

Vale registrar que, nesse período, o mercado do algodão no Rio Grande do Norte estava dividido entre as empresas multinacionais representadas, principalmente, pela Sociedade Algodoeira do Nordeste Brasileiro (SANBRA), pela *Machine Cotton,* pela *Anderson Clayton* e por importantes grupos locais, os quais concorriam com igual ou, muitas vezes, maior peso com os primeiros. Dentre esses grupos, podemos destacar a Medeiros e Cia., a Alfredo Fernandes e Cia., a Algodoeira "São Miguel" e a "Nóbrega & Dantas".

Por terem uma posição geográfica próxima a importantes áreas produtoras de algodão e favorável a um rápido escoamento da produção até o porto de Natal, alguns estabelecimentos ligados principalmente ao beneficiamento se instalaram em Macaíba. Clementino (1995) registra que, em 1942, existiam 168 estabelecimentos industriais ligados ao algodão, dentre os quais 157 estavam voltados para o beneficiamento. Desses estabelecimentos, 4 se localizavam em atividade na cidade de Macaíba.

A década de 1950 vê o surgimento das grandes usinas de beneficiamento de algodão no Estado. Conforme nos aponta Clementino (1987), o surgimento das "usinas" de algodão dá-se atrelado à difusão do uso dos óleos comestíveis e dos óleos em geral. Num período anterior, o processo de beneficiamento do algodão e o processo de fabricação do óleo de algodão encontravam-se em unidades separadas. A partir desse momento, essas verdadeiras unidades industriais de algodão "além de modernamente beneficiarem o algodão e esmagarem o caroço para o fabrico de óleo, faziam a própria comercialização da produção, prescindindo, portanto, da agenciação da casa exportadora" (CLEMENTINO, 1987, p. 129).

Este novo momento na cadeia produtiva do algodão no Estado representou para Macaíba um novo impulso para a movimentação do comércio local, principalmente com a construção da Usina "Nóbrega & Dantas", a maior usina do município, pertencente a um dos maiores grupos algodoeiros da Região Nordeste, entre os anos de 1950 e 1960[25]. Além dessa, existia ainda no município outra usina, pertencente ao grupo Fernandes e Cia, e uma descaroçadora de algodão, que pertencia a João Câmara.

Só para a construção da "Nóbrega & Dantas" participaram centenas de trabalhadores oriundos não só de Macaíba mas também de municípios da região Seridó do Estado, principalmente da cidade de Acari. Segundo relatos de pessoas que vivenciaram a época da sua construção, muitos dos trabalhadores se tornaram funcionários da usina depois da construção e, assim, fixaram residência na cidade. Desta forma, a vinda desses trabalhadores representou a primeiro grande fluxo migratório para a cidade de Macaíba no século XX.

[25] O grupo "Nóbrega & Dantas" possuía além da usina de Macaíba outras 3 localizadas nos municípios de Santa Cruz, João Câmara e Acari. De acordo com dados apresentados por Clementino (1987), na safra de 1959/1960, as quatro usinas juntas tiveram a maior participação na produção entre todos os grupos presentes no RN, com um total de 32.291 fardos produzidos (22,1% do total estadual).

Na usina de Macaíba, eram realizados o beneficiamento da pluma, a prensagem e o enfardamento do algodão, que seguia para as instalações do grupo em Natal a fim de serem reenfardados e logo depois exportados pelo porto da capital. Além dessas etapas, realizava-se também o beneficiamento do caroço, que era destinado à fabricação da torta para alimentação animal e à fabricação de óleo para consumo humano e, numa fase posterior, até à fabricação de sabão.

No caso dos óleos comestíveis, observou-se que, enquanto a maior parte das unidades chegava somente até à fabricação do óleo bruto, as usinas com mais recursos técnicos faziam o refino do óleo, que era enlatado e destinado ao consumo humano na forma de óleo comestível (CLEMENTINO, 1987). Foi exatamente o que aconteceu com a unidade de Macaíba, para onde convergia todo o caroço das demais unidades do grupo e de outros pequenos descaroçadores localizados na região, a fim de ser beneficiado e refinado para a fabricação de uma das cinco marcas de óleo que circulavam no mercado estadual - o óleo *Benedito*[26].

Não existe um número concreto, mas estima-se que só o grupo "Nóbrega & Dantas" possuía algo em torno de 130 fazendas espalhadas pelas regiões produtoras onde estavam suas usinas. A unidade localizada em Macaíba beneficiava toda a produção vinda de fazendas onde hoje se situam os municípios de Macaíba, Ielmo Marinho, Bom Jesus, Vera Cruz e São Pedro.

Além da usina e dos dois estabelecimentos citados, existiam outras pequenas unidades de beneficiamento na cidade de Macaíba pertencentes a grandes comerciantes locais. Porém, na medida em que ocorreu a generalização do processo industrial de beneficiamento da pluma e do caroço, essas unidades foram sendo eliminadas, pois a grande vantagem da usina é que estas

> sendo suficientemente capitalizadas, [puderam] concorrer com a multinacional e fazer as mesmas ofertas de preços e financiamento da produção, além de investir na modernização das máquinas e prensas, [o que era] inacessível às empresas de menor solidez financeira provocando, dessa maneira, o desaparecimento de muitas delas (CLEMENTINO, 1995, p. 145).

Durante a década de 1960 e parte da década de 1970, a usina marcou a paisagem da cidade de Macaíba. A partir dos relatos colhidos junto a alguns

[26] Além desta, Clementino (1987) e Santos (1994) citam que as outras marcas de óleo fabricadas no Estado eram a *Pleno*, da Cia. Mercantil "Tertuliano Fernandes"; as marcas *Mavioso* e *Arcal*., de Medeiros e Cia.; e a marca *Sandi*, pertencente à Algodoeira "São Miguel" (*Machine Cotton*).

"usineiros" e antigos comerciantes locais, a cidade apresentou um dinamismo que, se não era igual àquele que fora registrado no século XIX, contribuiu, pelo menos, para uma maior efervescência comercial.

Conforme afirma o senhor Pedro Justino (59 anos), "a usina chegou a gerar mais de 300 empregos diretos e todo o dinheiro circulava no comércio da cidade, além de outras centenas que eram gerados indiretamente em outras atividades". Por esse relato, pode-se perceber a importância da usina para a economia local, podendo-se afirmar, inclusive, que ela foi o primeiro grande estabelecimento industrial de Macaíba.

A reboque dessa dinâmica, a feira, que já apresentara grande dinamismo como mercado abastecedor regional, ganha novas dimensões com o movimento provocado pela usina. Para muitos dos antigos feirantes entrevistados, a década de 1960 representou um novo apogeu para o comércio de Macaíba e para a feira, pois, devido à grande quantidade de mão-de-obra empregada e à intensa movimentação de veículos que vinham carregar na unidade, era no comércio da cidade, e principalmente na feira, que circulava todo o dinheiro que era pago pela usina.

Nesse período, o comércio de Macaíba era formado pelos tradicionais armazéns e mercearias das ruas da Conceição (antiga "rua do Comércio"), "Pedro Velho" e "João Pessoa" (atual "Nair Mesquita"). Eram sobrados na sua maioria de dois andares, em cujo andar térreo funcionavam os estabelecimentos comerciais que abasteciam a população da cidade com os produtos de que ela necessitava.

Alguns desses comerciantes possuíam grande expressão na cidade, dentre os quais podemos destacar o Senhor Azevedo, dono de um armazém de couro; Carlos Marinho, que possuía uma grande loja atacadista, e Francisco Saraiva, o "seu Chicuta", dono de um grande armazém que, na década de 1970, viria se tornar o primeiro supermercado de Macaíba, todos eles localizados na rua "João Pessoa". Além destes, havia o mercado público já mencionado, que era o principal centro de abastecimento varejista popular da cidade.

A feira alcançara o *status* de grande mercado regional, sendo ela a mais importante do conjunto das regiões litoral e agreste do Estado naquele momento, para onde todos os sábados se dirigiam milhares de pessoas dos mais diversos municípios do Estado, que vinham para Macaíba com o objetivo de vender seus produtos ou ainda comprar no comércio local. Era esse o momento em que os grandes armazéns e as mercearias se abasteciam com as mais diversas

mercadorias oriundas da zona rural, de outros municípios e até de outros estados, objetivando atender à clientela que circulava na cidade durante a feira.

Pelo fato de não existirem relatos oficiais sobre a feira na década de 1960, achamos, num primeiro momento, que seria muito difícil construirmos o quadro de mudanças que ocorreram na feira a partir daí. No entanto, chegamos à conclusão de que o melhor caminho a ser adotado seria resgatar os relatos das pessoas que vivenciaram os diferentes períodos da feira.

Desta forma, foram valiosas as contribuições de alguns feirantes, dentre os quais podemos destacar: Getúlio "Crente", Severino Brejeiro, José Hipólito, Manoel Cristino, Seu Germano e Chico Calu, além de outras pessoas que vivenciaram os diferentes momentos da feira.

Como já afirmamos, por volta da década de 1960, a feira não possuía a mesma localização que existe hoje. Suas bancas se distribuíam ao longo das ruas "Pedro Velho", "João Pessoa", "Dr. Francisco da Cruz" (no chamado "Largo das Cinco Bocas") e em pequenas travessas localizadas ao lado e atrás do grande mercado municipal. A rua da Conceição servia como área de estacionamento de veículos (caminhões, ônibus e carros) que traziam os feirantes (FIGURA 5).

FIGURA 5 – Rua da Conceição durante feira livre, no final da década de 1970. **Fonte**: Dantas, 1985.

A feira era marcada por um mosaico de dinâmicas e tipos que a tornava o palco das mais espontâneas e efervescentes manifestações populares. Ela tinha seu início na noite de sexta-feira, com a chamada "feira do picado", um conjunto de barracas dispostas no cruzamento das ruas da Conceição, "Pedro Velho" e "João

Pessoa", citada nos relatos como o "L da Casa Mafra", onde as senhoras passavam toda a noite e o sábado inteiro cozinhando e servindo alimentação (café, cachaça, arroz doce, batata cozida, carne guisada e picado) para os feirantes que chegavam à cidade para a feira de sábado.

Na rua "João Pessoa", era realizada a "feira dos cereais", onde eram comercializados inúmeras variedades de feijão, arroz, farinha e milho. Um detalhe que nos chamou a atenção nos relatos feitos foi que, nesse setor da feira, existia uma padronização das unidades de medidas utilizadas pelos feirantes, sendo o "litro" e a "cuia" as principais; as balanças não eram utilizadas ainda. Veremos mais à frente que, destas unidades, somente o "litro" persiste hoje, principalmente no setor de frutas "in natura".

Em frente ao grande mercado, tínhamos a "feira da rapadura", um dos produtos mais vendidos na feira nesse período, estando hoje restrito a algumas poucas bancas. No meio das fileiras de rapadura, ficavam alguns meninos vendendo caixas de fósforos e pequenas miudezas.

Onde hoje funciona o Centro Municipal de Abastecimento (CEMAB), no início da rua "Pedro Velho" existia uma área residencial e, por trás (mais precisamente na área onde estão situados hoje a feira de pescados e o Mercado Público Municipal), existia uma área onde funcionavam vários prostíbulos.

Na rua "Pedro Velho", ficavam dispostos vários produtos. A calçada do lado direito do mercado era uma extensão da "feira da rapadura". Na parte inicial da rua, ficavam dispostas várias bancas onde eram comercializados os diversos tipos de pescados. Na sua parte final, até às proximidades de onde atualmente funciona o Banco do Brasil, ficava a "feira das frutas, legumes e verduras". No início da rua "Dr. Francisco da Cruz", próximo ao Largo das Cinco Bocas, ficava a "feira da batata e da macaxeira" e a "feira do barro" (FIGURA 6).

Na travessa "Afonso Saraiva", no lado esquerdo, e também por trás do mercado, ficavam as bancas de carne com seus tradicionais marchantes, onde eram comercializados carne verde, carne seca, miúdos, carne de porco, carneiro, bode, galinha caipira. No mesmo local, funcionava o principal açougue da cidade, onde atualmente está situada uma loja de móveis ("A Pioneira").

FIGURA 6 – "Feira do Barro" na década de 1960.
Fonte: Arquivo pessoal, Pedro Justino Filho.

A figura anterior mostra apenas um aspecto da feira de Macaíba nesse período, mas não encontramos outros registros fotográficos desta. Sabemos, pelos relatos colhidos junto aos feirantes, que a mesma organização persistiu durante a primeira metade da década de 1970.

Uma figura que era muito comum ser encontrada na feira durante esse período eram os chamados "balaieiros", pessoas com grandes cestos feitos de madeiras ou palha que ficavam circulando pela feira ou eram contratados pelos compradores para transportarem suas mercadorias.

Outros dois setores bastante presentes na feira nessa época eram o mangalho e as redes. Por serem produtos tipicamente regionais, tanto o primeiro como o segundo encontravam bastante aceitação entre os compradores. Segundo o senhor Francisco Guilherme Medeiros existia um grande número de "redeiros" na feira, que foi decrescendo até ficar restrito somente a 3 pessoas atualmente. A mesma situação pode ser observada em relação ao mangalho.

No início da década de 1970, o Poder Público Municipal decidiu construir mais um mercado na cidade. Em 1973, as residências que existiam no início da rua "Pedro Velho" foram demolidas e em seu lugar foi construído o Centro Municipal de Abastecimento, que foi inaugurado em 1975 (FIGURA 7). O principal objetivo desse mercado era funcionar como um centro atacadista para onde convergia parte da produção agrícola municipal, que se destinava à comercialização na cidade. Na parte da frente do mercado, ficavam os *boxes,* que eram adquiridos pelos comerciantes para instalarem seus pontos comerciais, além de uma câmara onde

ficava armazenada toda a carne, enquanto, na parte de trás, se comercializavam cereais e farinha.

FIGURA 7 – Construção do Centro Municipal de Abastecimento em 1974. **Fonte**: Arquivo pessoal, Anderson Tavares. **Foto**: Prefeitura Municipal.

Esse período também é marcado pela criação das primeiras lojas com sistema de auto-serviço da cidade: a Companhia Brasileira de Alimentos (COBAL), que era uma empresa pública destinada à comercialização de produtos mais baratos à população; e o Supermercado "Nova Dimensão" (também chamado "Saraivão"). Resultante da ampliação da casa comercial de propriedade do senhor Francisco Saraiva, o "Saraivão" se constituía numa novidade em termos de sistema de venda na cidade até então.

O surgimento do supermercado[27] representou um importante avanço nas técnicas de venda para o consumidor através da adoção do sistema de auto-serviço, que tem como principal característica "o livre acesso dos clientes às mercadorias, que pagam nos caixas colocados perto da saída do estabelecimento" (SALGUEIRO,1996, p. 56). Num comércio em que predominavam as tradicionais casas comerciais (os populares "armazéns"), a chegada do auto-serviço possibilitou a quebra da divisão tradicional entre o consumidor e o produto através do balcão, na medida que o sistema possibilitou o acesso mais rápido do consumidor ao produto desejado (DANTAS, [no prelo].

[27] Criação norte-americana do final do século XIX (PINTAUDI, 1984) foi somente na segunda metade do século XX que foi inaugurado o supermercado no Brasil, na cidade de São Paulo. Na década de 1960, esses estabelecimentos apresentaram franca expansão no país com o surgimento das primeiras redes de supermercados.

Logo esse tipo de serviço começou a expandir-se em Macaíba e, no final da década de 1970, surgem outros dois supermercados: o "Minipreço" e o "Superbox", ambos pertencentes às redes "Pão-de-Açúcar" e "Nordestão", respectivamente, estabelecidas em Natal. Desta forma, a partir desse período, a feira passa a sofrer a concorrência dos supermercados, perdurando por toda a década de 1980 e 1990.

Essas mudanças ocorridas em Macaíba durante o final da década de 1970 eram parte de um processo maior de transformações que vinham ocorrendo na produção do espaço, na Região Nordeste e no Rio Grande do Norte, em particular. Esse processo tinha como principais objetivos a substituição do modelo econômico vigente no Estado, que estava voltado para as atividades agrário-exportadoras, e o estabelecimento de novas bases que viessem estimular o processo de industrialização e, conseqüentemente, de urbanização aqui no Estado.

Vale ressaltar, no entanto, que esse processo se deu de forma atrasada em relação aos outros estados nordestinos, devido à própria trajetória de inserção do Rio Grande do Norte na economia intra-regional. Até então, o RN se caracterizava por apresentar uma estrutura econômica voltada para a manutenção de um sistema agrário-exportador que tinha o algodão como seu principal elemento de sustentação. Essa condição fez com que o Rio Grande do Norte se caracterizasse durante boa parte do século XX como um estado "pobre e atrasado com insignificante participação na vida econômica do país" (CLEMENTINO, 2001, p. 391).

No início da década de 1970, a economia algodoeira dava sinais de esgotamento. Nesse período, mesmo apresentando um aumento no beneficiamento, a produção do Estado já sentia os reflexos da crise pela qual passava o País, resultante principalmente da desaceleração do crescimento industrial, do aumento da inflação e da diminuição do financiamento público.

A estes se juntaram outros fatores como o aumento da procura por fibras sintéticas e a diminuição da procura pela fibra de algodão, principalmente do algodão "mocó", o que "trouxe sérios problemas à colocação do algodão do RN no mercado nacional, desde que sua sustentação estava justamente pautada na qualidade da fibra longa, até então indispensável ao bom funcionamento da maquinaria têxtil" (CLEMENTINO, 1995, p. 147).

Por fim, tivemos a modernização da indústria têxtil nacional, que levou a uma total desarticulação da indústria nordestina e à substituição por filiais de empresas situadas no sudeste do País. Sobre este aspecto em particular, Clementino (1995, p. 147) observa que "as novas indústrias implantadas utilizavam equipamentos modernos, com alto índice de automação, utilizando mão-de-obra barata e pouca matéria-prima regional (algodão) já que aos moldes do Sudeste se introduziam as fibras sintéticas".

Grande relevância neste episódio teve a Superintendência de Desenvolvimento do Nordeste (SUDENE), que, através da concessão de incentivos fiscais, proporcionou a instalação de inúmeras indústrias têxteis, como parte da política de modernização e consolidação do Pólo Têxtil do Estado, beneficiando principalmente os distritos industriais formados em Natal e Parnamirim. Macaíba também se beneficia do surto industrial pelo qual passava o Estado durante o período, com a instalação de uma grande indústria têxtil, a Fiação de Algodão "Mocó" S/A (FAMOSA).

A FAMOSA, juntamente com a usina "Nóbrega & Dantas", foram, durante esse período, os dois elementos que impulsionaram a economia de Macaíba, gerando milhares de empregos para a população urbana. Mesmo com a crise que se abatera na cultura algodoeira do Estado, o que provocou o fechamento de muitas usinas pelo interior, a Nóbrega & Dantas manteve as atividades beneficiamento da pluma e do caroço na unidade de Macaíba até à primeira metade da década de 1980.

Estas transformações, aliadas à crise das economias tradicionais no interior do Estado, permitiram um afluxo de migrantes para os municípios de Natal e da sua Região Metropolitana. O Estado Brasileiro, por sua vez, implementou inúmeras políticas de desenvolvimento urbano, sendo os principais o Programa de Aglomerações Urbanas Metropolitanas, o Programa de Cidades Médias e a Política Habitacional.

No que concerne especificamente a Macaíba, podemos observar que essas transformações ocorridas na economia estadual tiveram fortes rebatimentos espaciais, contribuindo para uma série de mudanças socioespaciais que determinaram a construção e reconstrução das suas formas espaciais urbanas.

Como parte dessas mudanças, a partir da segunda metade da década de 1970, inicia-se o processo de expansão urbana em Macaíba, que teve como

principais fatores a política habitacional do Banco Nacional de Habitação (BNH), através da construção dos conjuntos habitacionais, que "possibilitou a aquisição da casa própria, atendendo em parte, às diversas classes sociais, além de viabilizar uma infra-estrutura urbana" (GOMES, SILVA, SILVA, 2000, p. 74); o processo de industrialização, que se consolidava nos municípios da Região Metropolitana de Natal; e a migração resultante da crise do algodão nos municípios do interior do Estado.

No plano econômico, o comércio da cidade, que havia conseguido readquirir sua importância durante o período de efervescência da cultura do algodão, entrará em crise, levando ao fechamento de algumas importantes casas comerciais.

Como não poderia deixar de ser, a feira também sentiu os reflexos dessas mudanças que ocorriam na cidade. A expressividade regional que a feira tinha adquirido durante a década de 1960 se deu exatamente em função da grande movimentação comercial existente em Macaíba provocada pela usina "Nóbrega e Dantas".

Com o fechamento dessa usina, toda a circulação de dinheiro gerado pelas centenas de trabalhadores da Unidade e pela movimentação das outras atividades inseridas na cadeia produtiva da cultura, que também movimentavam a economia da cidade, irá concorrer para uma diminuição dos negócios na feira e, conseqüentemente, para a perda de influência regional. Todo este quadro de mudanças que se verificou na feira irá perdurar ao longo das décadas de 1980 e 1990.

4.3 As Décadas de 1980/1990 e os Fatores Determinantes para as Mudanças na Feira

Desde a sua origem, a feira de Macaíba teve seu dinamismo influenciado pelo fato de a cidade ser um importante centro comercial no Rio Grande do Norte. Durante boa parte do século XX, a feira se destacou por ser um grande mercado regional que recebia produtos de diversos lugares do Estado e servia como fonte de abastecimento para praticamente todos os municípios do entorno de Macaíba. No entanto, a partir das duas últimas décadas do século passado, alguns condicionantes vêm determinando a diminuição da influência regional da feira. Antes

de falarmos, porém sobre estes condicionantes, é conveniente repontuarmos algumas questões discutidas anteriormente.

A década de 1970 teve como principal característica a inserção do Rio Grande do Norte no contexto da integração produtiva que vinha se realizando na Região Nordeste via implementação dos planos de desenvolvimento da SUDENE. Esse processo se consolidou na década de 1980, implicando uma série de transformações que atingiu uma parcela do espaço norte-rio-grandense, compreendendo particularmente os municípios que compõem o que conhecemos hoje como "Região Metropolitana de Natal".

Nesse contexto, o fraco crescimento apresentado pela economia potiguar nas décadas anteriores foi substituído por um forte dinamismo assentado principalmente "no crescimento das atividades industriais, em especial nas da indústria de transformação e na perda de importância do setor primário" (CLEMENTINO, 2003, p. 389).

Assim, a instalação de um grande número de estabelecimentos industriais provocou substanciais modificações socioespaciais não só em Natal, mas também nos municípios do seu entorno. Em Macaíba, só na primeira metade da década de 1980, temos a instalação de duas grandes unidades industriais: a Manufatura de Porcelana "Beatriz" S/A, que absorvia grande parte da produção de caulim do Estado para a fabricação de louças (SANTOS, 1994) e a SULFABRIL Indústria de Confecções S/A, ambas instaladas na BR-304.

A Usina "Nóbrega & Dantas", que até então era símbolo de um novo período de dinamismo econômico para Macaíba, já sentia, de forma mais proeminente, os reflexos da crise algodoeira, que prejudicou os negócios do grupo, na medida que ocorreu uma diminuição considerável na produção de algodão nas suas fazendas e no beneficiamento do produto, resultando no fechamento da usina logo após a safra 1982/1983 (CLEMENTINO, 1987).

A FAMOSA, por seu turno, não sentiu os reflexos da crise devido ao fato de boa parte da matéria-prima utilizada pela empresa vir do centro-sul do País. Desta forma, continuou a ser uma das principais fontes de emprego para a população da cidade até o final da década de 1980, quando o Setor Industrial Têxtil e de Confecções estadual entrou em crise influenciado pela recessão econômica quando o Brasil foi atingido por um surto inflacionário.

Nesse período também, Natal consolida sua posição como principal centro de articulação econômica do Estado, concentrando a maior parcela da população e estimulando o crescimento dos municípios próximos. Tal concentração pode ser explicada por um fator histórico inerente à própria constituição da rede urbana estadual, que se caracterizou pela ausência de outros centros polarizadores no interior e por uma grande concentração no eixo litorâneo, resultado da ocupação secular ao longo do litoral, da importância das relações com o exterior, das grandes disparidades intra-regionais e das condições naturais da parte ocidental do Estado.

Conforme observa Costa (2000), o processo de industrialização pelo qual Natal passou entre o final da década de 1970 e início da de 1980 foi o principal elemento para a expansão urbana da cidade. Esse processo foi acompanhado pelo crescimento e a especialização de outros setores econômicos na capital, notadamente daqueles voltados para o comércio e a prestação de serviços, impondo o surgimento de uma variedade de novos serviços e a construção de novos empreendimentos, contribuindo, dessa maneira, para um maior dinamismo econômico e para a atração de pessoas para a cidade.

Assim, as transformações que Natal experimentou nesse momento fizeram aumentar a circulação, a concentração e a ampliação dos capitais produtivos, estimulando a ampliação do Setor Financeiro e das demais atividades do Setor Terciário na cidade, através do surgimento de uma série de equipamentos voltados a atender a uma demanda em expansão. Sobre as mudanças ocorridas no comércio, Costa (2000, p. 124) comenta que ganham importância nesse período em Natal as

> redes de supermercados, advindas de outras regiões do país – a exemplo do Pão-de-açúcar –, como também de grupos locais – a exemplo do Nordestão –, configurou o caráter de "dinamismo" da economia da cidade. A criação de *Shopping Centers* e a proliferação de lojas de departamento corresponderam aos grandes investimentos de capitais ligados ao setor privado realizados em Natal.

Dentro desse quadro de referência, podemos observar que as novas relações econômicas atreladas à ampliação e modernização da produção e à expansão das trocas comerciais foram elementos que possibilitaram a criação de outras formas de comércio em Natal. Ao mesmo tempo, o crescimento urbano propiciou a instalação da infra-estrutura necessária para o deslocamento do Setor

Terciário para outras partes da cidade, provocando, assim, a expansão do número de empreendimentos e iniciando um processo de descentralização e a formação de novas centralidades urbanas.

Dessa maneira, Natal se firmará como o espaço concentrador dos grandes equipamentos de comércio e de prestação de serviços, exercendo influência em praticamente todas as regiões do Estado, enquanto as cidades do seu entorno apresentam como principal característica uma economia baseada apenas em atividades comerciais de alcance espacial restrito, geralmente exclusivo à população local, funções administrativas através dos serviços públicos, estadual e municipal, e uma economia essencialmente baseada na produção agrícola.

No caso específico de Macaíba, podemos observar que, mesmo tendo seu crescimento urbano influenciado por Natal a partir do final da década de 1970, a cidade, que durante boa parte do século XX foi um dos principais centros comerciais do Estado, começava a apresentar um quadro de progressivo processo de estagnação econômica, inicialmente resultante da crise algodoeira, que levou ao fechamento da usina "Nóbrega & Dantas"; da crise do Setor Têxtil e de Confecções do Estado, no final dos anos 80, que atingiu as unidades da Famosa e da Sulfabril instaladas no município; e do fechamento da Porcelana "Beatriz" no início da década de 1990.

Porém, em que pesem estes elementos, observa-se na década de 1980 uma tendência de aumento da população urbana de Macaíba, conforme demonstra a Tabela 1. O crescimento populacional verificado nas quatro últimas décadas do século passado foi em muito estimulado pela intensa migração ocorrida em decorrência da crise nas economias tradicionais no interior do Estado, levando a uma expansão do espaço urbano macaibense. Esse processo se deu em função, principalmente, do crescimento das áreas residenciais através da implantação, num primeiro momento, dos conjuntos habitacionais e, posteriormente, com a implantação dos loteamentos, em áreas antes ocupadas por chácaras e pequenos sítios.

Tabela 1: Macaíba – População Urbana e Rural (1970/2000)

	Pop. Total	Crescimento	Urbana	Rural	% Urb.
1970	29.126	-	9.938	19.188	34,1
1980	31.267	7,35	17.053	14.214	54,5
1991	43.450	38,96	29.019	14.431	66,6
2000	54.883	26,31	36.041	18.842	65,6

Fonte: INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA ESTATÍSTICA (2004).

À medida que ia ocorrendo um crescimento da população urbana, dava-se como conseqüência um aumento das demandas de consumo da população. Mesmo sofrendo o impacto da expansão e modernização das atividades de comércio e de serviços em Natal, a tendência observada a partir da segunda metade de 1980 e toda a década de 1990 foi de ampliação no número de estabelecimentos de comércio e de serviços em Macaíba, levando à consolidação do Setor Terciário como a principal base econômica da cidade.

No início dos anos de 1980, Macaíba contava com estabelecimentos comerciais nos mais diversos segmentos, dentre os quais se destacavam "Mafra Filhos LTDA", que era um dos principais atacadistas da cidade; os supermercados "Popular", "Pinheiro", "Nova Dimensão", o "Superbox" (do grupo "Nordestão"), e a "Casa Potiguar" (pertencente à rede "Minipreço"); a Panificadora "Brasil", a Farmácia "Milagrosa", o Comercial "Marcelino", a Loja "Chirlaine", a Lojinha "Marques" ("Casa Porcino"), a Farmácia "Auta de Souza", a Boutique "Borboleta", o Posto "Esso", "Delgado e Delgado", e a Camisaria "Ipanema" (FUNDAÇÃO JOSÉ AUGUSTO, 1983).

Em geral, esses estabelecimentos apresentavam como característica básica a predominância do trabalho familiar em que o dono era, geralmente, o chefe de família e toda a parte de atendimento e até de gerenciamento do estabelecimento era realizado pela própria família; eram lojas que possuíam pequenas dimensões, funcionando na maior parte das vezes no andar térreo do mesmo prédio onde residiam os donos. Verifica-se também, no entanto, a existência de funcionários contratados, o que se dava principalmente nos grandes armazéns.

Além dos estabelecimentos citados, existiam os pequenos comerciantes instalados nos dois mercados públicos locais. Como já observamos anteriormente, ambos funcionavam como importantes centros de abastecimento da população local e, juntamente com a feira, concentravam parte da produção agropecuária.

Porém, no final da década de 1980, a falta de infra-estrutura leva ao fechamento do "mercado velho", deixando muitas daquelas pessoas que comercializavam sem espaço. Foi com o objetivo de solucionar esse problema que, em 1989, o Poder Público deu início à construção de um novo mercado público na cidade (FIGURA 8). O prédio foi erguido numa área em que se encontravam vários prostíbulos localizados atrás da CEMAB, tendo a conclusão finalizada em 1992,

momento em que o prédio do antigo mercado foi demolido para a construção da Praça “Augusto Severo”.

Todo o comércio existente em Macaíba nesse momento estava concentrado principalmente nas três principais ruas da cidade: a “da Conceição”, a “Pedro Velho” e a “João Pessoa” (atual “Nair Mesquita”). Porém, na medida em que vão sendo criados os conjuntos habitacionais na cidade (“Alfredo Mesquita”, “Auta de Souza”, “Fabrício Pedrosa” – IPE, “Tavares de Lira” e “São Geraldo”), inicia-se um processo de redefinição funcional do uso do solo nesses três eixos da cidade, em que a função residencial foi gradativamente cedendo lugar à função econômica através do comércio.

FIGURA 8 – Mercado Público Municipal. **Foto**: Geovany Dantas, 2007.

À medida que a estrutura da sociedade foi sendo modificada por fatores externos e sendo transformada pelo seu próprio dinamismo, o espaço urbano tornou-se objeto e objetivação de mutações constantes em suas formas e funções. Assim, no processo de construção/reconstrução do espaço, constatam-se a coexistência e articulação de formas passadas e presentes e, simultaneamente, funções espaciais que são criadas e redefinidas.

Segundo Corrêa (1997), existe um elemento mediador entre processos sociais e formas espaciais que irá viabilizar a transformação dos processos sociais em formas espaciais. Para o autor, “este elemento constitui-se em um conjunto de forças que atuam ao longo do tempo e que permitem localizações e relocalizações das atividades e da população na cidade” (1997, p. 36). Estas forças, por sua vez,

se realizam a partir da ação dos diversos agentes modeladores, sendo eles os responsáveis pela organização espacial – desigual e mutável – da cidade. Ambos, elemento mediador e agentes modeladores, possuem uma natureza social.

Sempre que a cidade suscita a necessidade de concentrar equipamentos, atividades e serviços, estimulando uma maior dinamicidade das relações econômicas e sociais, tem-se um processo de centralização urbana, o que implica uma articulação diferenciada nos usos do solo e uma alteração da forma urbana, de modo a torná-la segmentada social e espacialmente.

Diante disto, podemos afirmar que, no momento em que a função residencial existente nas três principais ruas da cidade foi substituída pela criação de novos estabelecimentos comerciais, inicia-se, ainda de forma lenta e ressalvadas as devidas proporções, um processo de centralização e a conseqüente formação do que conhecemos hoje como o "centro de Macaíba".

A constituição desse centro, convém ressaltar, dá-se a partir do fluxo de pessoas, de automóveis, de capitais, de informações e, sobretudo, de mercadorias. Neste sentido, Spósito (1991, p. 6) nos esclarece que:

> O centro não está necessariamente no centro geográfico, e nem sempre ocupa o sítio histórico onde esta cidade se originou, ele é antes de tudo o ponto de convergência/divergência, é o nó do sistema de circulação, é o lugar para onde todos se dirigem para algumas atividades e, é o ponto de onde todos se deslocam para a interação destas atividades aí localizadas com as outras que se realizam no interior da cidade e fora dela.

Dentro deste quadro de referência, podemos afirmar que, hoje, o centro de Macaíba é constituído, além das ruas já mencionadas anteriormente, pelas ruas "Dr. Francisco da Cruz", "Professor Caetano", "Jundiaí", "Dona Emília", "Mônica Dantas", "Teodomiro Garcia" e pelas travessas "Coronel Maurício Freire" e "Afonso Saraiva". Essas ruas têm se caracterizado por concentrarem a maior parte das atividades ligadas ao Setor Terciário em Macaíba, principalmente de atividades ligadas ao comércio, transportes, saúde, educação, gestão pública, alimentação, diversão, bancos e segmentos técnico-profissionais (FIGURAS 9 e 10).

Mesmo não tendo mais a função de grande centro comercial, o comércio de Macaíba exerce grande importância para a economia da cidade, caracterizando-se por possuir uma área de abrangência que fica restrita ao próprio município e a

algumas comunidades rurais de outros municípios vizinhos que tenham comunicação facilitada pela proximidade com Macaíba.

FIGURAS 9 e 10: Centro Comercial da Macaíba – Ruas "Prof. Caetano" e "da Conceição". **Fonte**: Geovany Dantas, 2006.

Ainda assim, constatamos que, a partir da década de 1990, o Setor Terciário Local vem passando por um contínuo processo de modernização nas relações de troca e ao mesmo tempo por uma expansão no número de equipamentos de comércio e de prestação de serviços, sendo estes os responsáveis pela sustentação das demandas de consumo de uma parcela da população.

Durante o trabalho de campo para esta pesquisa, foi realizado um levantamento objetivando reconhecer as principais atividades comerciais do centro de Macaíba[28]. Para isto, foi realizada a observação do tipo de atividade existente no estabelecimento e a classificação de acordo com uma tabela de identificação, que foi dividida em dois grupos de atividades: estabelecimento de comércio e estabelecimento de prestação de serviço.

A partir dos dados coletados, podemos constatar que, somente no centro de Macaíba, existem 48 (quarenta e oito) tipos de atividades ligadas ao Setor Terciário, sendo 33 voltados para o comércio e 15 ligados à prestação de serviços, totalizando 313 estabelecimentos (TABELAS 2 e 3).

[28] Para tal, tomamos como referência as 11 ruas já mencionadas neste trabalho.

Tabela 2 – Macaíba: Setor de Prestação de Serviços

TIPOLOGIA	N° Estab.	(%)
Academia	1	1,6
Auto-escola	1	1,6
Barbearia	4	6,3
Casa Lotérica	1	1,6
Correios	1	1,6
Curso de Informática	1	1,6
Curso de Inglês	1	1,6
Lanchonetes	10	15,9
Locadora de CD e Vídeo	3	4,8
Pousada	1	1,6
Salão de Beleza	18	28,6
Serviços de Informática	3	4,8
Serviços Técnicos	12	19,0
Studio Fotográfico	3	4,8
Vídeo Game	3	4,8
Total	63	100,0

Fonte: Pesquisa de campo, 2006**.**

Tabela 3 – Macaíba: Estabelecimentos Comerciais

TIPOLOGIA	N° Estab.	(%)	TIPOLOGIA	N° Estab.	(%)
Açougue e frigorífico	8	3,2	Mercadinho	10	4,0
Armarinhos	22	8,8	Mercearia	6	2,4
Artigos p/ festas	1	0,4	Móvel e eletro.	14	5,6
Artigos p/ bebê	1	0,4	Ótica	5	2,0
Autopeças	8	3,2	Posto de Combustível	2	0,8
Acessório p/ bicicletas	4	1,6	Campo e veterinária	10	4,0
Loja de confecções	49	19,7	Revista e Jornal	1	0,4
Confeitaria	4	1,6	Sapataria e esportivo	9	3,6
Cosméticos	4	1,6	Supermercado	2	0,8
Dist. de bebidas	3	1,2	Venda de gás	2	0,8
Farmácia	11	4,4	Banco e PAB	4	1,6
Floricultura	2	0,8	Bar e Lanchonete	28	11,2
Franquias	6	2,4	Churrascaria e Galeteria	1	0,4
Funerária	3	1,2	Padaria e panificadora	8	3,2
Livraria e papelaria	4	1,6	Restaurante e pizzaria	3	1,2
Mat. de Construção	13	5,2	Sorveteria	1	0,4
TOTAL – 249 (100%)					

Fonte: Pesquisa de Campo, 2006**.**

Diante dos números apresentados nas tabelas, podemos observar a diversidade de atividades existentes em Macaíba tanto no segmento de comércio quanto na prestação de serviços. Algumas dessas atividades possuem grande destaque, como o segmento voltado para a venda de confecções, que apresentou

um total de 49 estabelecimentos (19,7%). De todas as atividades identificadas, esta é a que apresenta a maior espacialidade, estando presente em toda a área em que foi realizado o levantamento.

Além desta, temos a predominância das atividades ligadas ao segmento de estética, com 18 estabelecimentos (28,6%), seguido de bares e lanchonetes, que registrou um total de 28 estabelecimentos (11,2%); em terceiro, as lojas de presentes e variedades (armarinhos), com 22 estabelecimentos (8,8%); móveis e eletrodomésticos, com 14 estabelecimentos (5,6%); e o segmento de material de construção, com 13 estabelecimentos (5,2%).

O Setor Terciário Macaibense tem como principal característica o predomínio de atividades que se destinam ao consumo de praticamente todos os extratos sociais. A maior parte dos estabelecimentos mantém o seu caráter familiar, em que predominam a simplicidade nas suas instalações e um atendimento feito, na maioria das vezes, através das relações de amizade entre cliente e comerciante. Outros estabelecimentos, porém, já vêm investindo em melhorias que estão permitindo um maior conforto e comodidade ao cliente na hora da compra, através da contratação de pessoal especializado, da adoção do *marketing* nos meios de comunicação e de formas de pagamento que não seja necessariamente em espécie.

Todos os elementos discutidos até aqui nos permitem afirmar que os movimentos resultantes da produção, que tiveram como ponto de partida a implantação de uma política urbano-industrial em Natal e nas principais cidades do Estado, repercutiram de maneira substancial em Macaíba, pois propiciaram o crescimento urbano e populacional e, paralelamente, o aumento das demandas de consumo da população e o crescimento dos equipamentos de comércio e de prestação de serviços.

A feira atravessou todo esse momento se mantendo como uma importante alternativa de consumo para a população, embora, diante do crescimento e da modernização pelos quais passou o Setor Terciário, não só em Natal como em Macaíba, a feira não venha mais a ser a única forma de abastecimento alimentar, uma vez que, a partir desse momento, a população disporá de uma série de equipamentos que atenderão da mesma forma às suas necessidades.

4.3.1 A Feira e a Inserção dos Supermercados em Macaíba

Para ilustrar o impacto das mudanças ocorridas no comércio de Macaíba, vamos analisar o contexto em que se deu a inserção dos supermercados na cidade, pois entendemos que, de todos os equipamentos comerciais, este é o que mais contribuiu para a perda de importância da feira. Antes, porém, vamos tecer alguns comentários sobre o surgimento e o desenvolvimento dos supermercados como uma moderna forma de comércio.

Foi na segunda metade do século XX que esses estabelecimentos apresentaram forte desenvolvimento no Brasil, tornando-se um dos "elos fundamentais nas cadeias de distribuição e produção" (SANTOS; SILVEIRA, 2001, p. 150) e se constituindo numa das principais modalidades de comércio varejista existente na atualidade.

Tal processo foi possível através da adoção de um novo sistema de venda, o auto-serviço, que possibilitou a quebra da tradicional divisão entre o consumidor e o produto representado pelo balcão, predominante nas mercearias e quitandas. Esta mudança "proporcionou autonomia ao consumidor, deu-lhe oportunidade de atender suas necessidades e vontades sem necessitar de ajuda alheia" (SILVA, 2005, p. 613).

O auto-serviço representou assim uma grande evolução para o comércio varejista, através do incentivo à compra mais rápida; da facilidade de acesso do cliente ao produto com a utilização de gôndolas para exposição das mercadorias; do incentivo à ampliação das áreas de venda e a divisão do estabelecimento em seções onde o consumidor pode circular e comprar os produtos sem a necessidade de intermediação. Desta forma, com essa modalidade

> o próprio consumidor passou a servir-se e a partir daí, teve maior liberdade de escolha, ocupando maior espaço de atuação dentro do próprio processo de reprodução do capitalismo, já que as mercadorias vendidas seriam aquelas de maior aceitação na preferência dos consumidores (SILVA, 2005, p. 613).

Conforme podemos observar na citação, o sucesso do auto-serviço como modalidade de venda deu-se paralelo às mudanças ocorridas nos hábitos de consumo da Sociedade. Vimos no primeiro capítulo que tanto a produção quanto o consumo são elementos constituintes do processo geral de produção, encontrando-se inter-

relacionados, em que um representa a condição para a existência do outro e vice-versa. Foi com a modernização e a expansão da produção que a Sociedade passou a demandar novos produtos para satisfação de suas necessidades básicas, ao mesmo tempo que emergiram novos meios que seriam essenciais para a satisfação destas.

Como um dos símbolos desse processo, o supermercado se constitui num dos meios de consumo, visando a facilitar a vida dos consumidores, uma vez que "possibilitou às pessoas encontrarem num mesmo local um grande conjunto de mercadorias disponíveis para seu abastecimento" (SILVA, 2003, p. 92).

Ao mesmo tempo que representa uma "novidade" para o consumo social, do lado dos comerciantes, o supermercado foi uma das respostas encontradas na esfera da troca de mercadorias para atender às necessidades da produção e do próprio comércio. Assim sendo, representou não só uma grande evolução para o comércio varejista como também uma estratégia do capital comercial de concentração territorial e financeira, que permite a busca pela maximização dos lucros e uma rápida rotatividade do capital (PINTAUDI, 1984).

Esse tipo de estabelecimento possui como principal característica a possibilidade de oferecer ao consumidor preços mais competitivos do que os encontrados no comércio tradicional, constituindo uma fácil alternativa de abastecimento, já que concentra no mesmo local uma grande variedade de produtos.

Em relação à outra forma de comércio congênere - o hipermercado -, os supermercados apresentam a característica de se instalarem na maior parte das vezes no centro das cidades, para onde as pessoas podem se dirigir praticamente todos os dias da semana. Além disto, apresentam um tamanho reduzido e um menor sortimento de produtos, vendendo principalmente gêneros alimentícios, produtos de higiene, limpeza, bazar e utensílios para o lar, contando com um número menor de *check-outs*[29].

Baseado na leitura de Silva (2005), destacamos aqui alguns fatores que contribuíram para desenvolvimento alcançado pelos supermercados nas últimas décadas do século XX. São eles: o aumento da produção industrial; as facilidades na distribuição de mercadorias relacionadas à modernização dos sistemas de comunicação e transportes; o crescimento e o adensamento nas áreas urbanas; a crescente utilização do automóvel como meio de transporte; a modernização das

[29] Estações localizadas próximo à saída dos estabelecimentos destinados à conferência das compras.

técnicas de conservação dos alimentos, principalmente da geladeira; e o desenvolvimento das técnicas de exposição e divulgação das mercadorias.

A literatura nos mostra que existem vários critérios para se definir o que é um supermercado, os quais vão desde o tamanho das lojas, passando pela quantidade de mercadorias comercializadas até os tipos de seções disponíveis nos estabelecimentos. No entanto, devemos destacar que a maior parte desses critérios são utilizados como referência para fazer a distinção entre um supermercado e um hipermercado. Para efeito deste trabalho, utilizaremos como critério o objetivo básico a que se destinam estes equipamentos, isto é, o comércio de produtos de primeira necessidade à população.

Assim sendo, definimos supermercado como sendo um espaço de comércio varejista destinado à comercialização de gêneros de primeira necessidade, apresentando-se dividido em seções, com os produtos dispostos em prateleiras acessíveis aos consumidores, e contando, ainda, com a existência de máquinas registradoras (*check-out*) na saída da loja destinadas à conferência das compras.

Já vimos anteriormente que, em Macaíba, o primeiro supermercado foi criado na década de 1970 - o Supermercado “Nova Dimensão”. Logo este novo sistema de venda encontrou um ambiente propício para seu desenvolvimento, acompanhando as mudanças que ocorriam na cidade. Tal fato é confirmado, pois, já na primeira metade da década de 1980, a cidade contava com 5 estabelecimentos comerciais dessa natureza, todos localizados no centro. São eles: o “Supermercado Popular”, o “Pinheiro”, o “Superbox”, a “Casa Potiguar” e o já citado “Nova Dimensão”, cujo dono viria, na década de 1990, abrir uma outra loja na cidade, com o nome de “Varejão Supermercado”.

Diante do surgimento desses novos equipamentos de comércio e de consumo, podemos afirmar que é nesse momento que se estabelece em Macaíba a concorrência entre o supermercado e a feira, na disputa pelo consumidor.

A conjuntura econômica brasileira entre o final da década de 1980 e início da década de 1990 provocou o fechamento da maior parte dos supermercados existentes em Macaíba, permanecendo em funcionamento somente o “Superbox” e a “Casa Potiguar”, que funcionavam como filiais das redes “Nordestão” e “Pão-de-Açúcar”, ambas estabelecidas em Natal.

Porém, com a afirmação das grandes redes do setor varejista em Natal e as mudanças econômicas advindas do Plano Real, em 1994, as duas empresas se

descapitalizaram e se retiraram de Macaíba. A partir desse momento, sem condições de poder negociar grandes quantidades de mercadorias com os fornecedores, tanto o "Superbox" como a "Casa Potiguar" perderam competitividade, sucumbiram à concorrência e fecharam as portas.

Mesmo com todas essas dificuldades enfrentadas pelos supermercados em Macaíba, surge em 1993 o "Supermercado Gama". Inicialmente funcionando em um pequeno espaço situado no "Centro Comercial Gama", no centro da cidade, em 1995, a loja muda-se para a antiga sede do Banco do Estado do Rio Grande do Norte (BANDERN). Com o fechamento ou o funcionamento precário das demais lojas, o "Gama" passou a ser único supermercado de Macaíba.

A partir desse momento, o grupo iniciou uma fase de crescimento com a aquisição de outros espaços próximos à nova loja, destinados à expansão do pátio de venda e à ampliação da área de depósito. Além disto, os donos investiram em mudanças na organização interna da loja, com a divisão em seções, a implantação do açougue, padaria, estruturação do setor de frios e o aumento do número de *check-outs* (de 5 para 8).

No final dos anos 90, tornou-se prática comum entre os pequenos e médios empresários do Rio Grande do Norte que atuam em um mesmo segmento a formação das "redes de negócios". Essas redes têm como principal característica a união de empresas para a formação de modelos organizacionais baseados nos princípios da associação, da complementaridade, do compartilhamento, da troca e da ajuda mútua entre os parceiros, para sobreviverem à desigual concorrência com os gigantes nacionais e multinacionais que ditam as regras de mercado nos centros urbanos (PEQUENOS ..., 12/02/2006).

Frente à expansão das grandes redes nacionais e multinacionais em Natal, o objetivo dessas redes de negócios foi juntar os pequenos empresários na tentativa de adequar esses estabelecimentos às regras impostas pelo mercado competitivo, com vistas à criação de um poder de compra que condicionasse os pequenos empreendimentos à aplicação de preços finais mais acessíveis e competitivos, e à oferta de maior qualidade e diversidade de produtos disponíveis nas prateleiras e vitrines dos estabelecimentos comerciais.

Da mesma forma que as grandes redes do setor, essas empresas vêm implementando algumas inovações nas lojas, com a utilização da informática, na busca de uma melhor organização e gestão dos estabelecimentos. A exemplo do

que ocorreu com os grandes estabelecimentos do setor, as pequenas redes tiveram de investir na modernização do *lay-out* das lojas; na informatização dos PDVs; na implementação de sistemas de informação, no controle dos estoques, nas pessoas e também na distribuição entre os depósitos e os produtores (SILVA, 2003).

Assim, um exemplo de como esse processo vem se dando é que hoje praticamente todas as redes apresentam o setor de *check-out* totalmente informatizado. A maioria das lojas adota o sistema *Eletronic Point of Sale* (EPOS), que se constitui num "terminal de venda que dispõe de um leitor óptico (*scanner*) do código de barras dos produtos nas caixas registradoras. Este recurso dispensa a etiquetagem dos artigos, reduz o tempo e os erros de faturação [...]" (SALGUEIRO, 1996, p. 66).

A primeira rede de negócios formada no Rio Grande do Norte ocorreu em 1997, quando pequenos supermercados existentes nos bairros de Natal e de outras importantes cidades do Estado se uniram em uma bem sucedida experiência de associativismo, constituindo o que hoje é a maior rede envolvendo pequenas empresas potiguares - a "Rede Mais Supermercados".

Funcionando inicialmente como uma central de compras, chamada de "RNSuper", a "Rede Mais" é composta atualmente por 12 empresas, contando com 24 lojas, sendo que, destas, 11 localizam-se em Natal, as quais estão distribuídas pelas zonas norte, sul, leste e oeste, a maioria em bairros populares da cidade.

No interior do Estado, a rede é formada por outras 13 lojas instaladas em 10 municípios. São eles: Ceará-Mirim (2 lojas), Parnamirim (3), Currais Novos (2), Cruzeta (1), Canguaretama (1), Goianinha (2), São José do Mipibu (1) e Macau (1). Em Macaíba, a "Rede Mais" inicia suas atividades em 2000, quando o "Supermercado Gama" torna-se um dos parceiros da empresa, passando a ser denominado "Rede Mais Gama" (FIGURA 11).

FIGURA 11 - Loja da "Rede Mais Gama", no centro de Macaíba. **Fonte**: Geovany Dantas, 2007.

Nesse período também, numa tentativa de estabelecer uma concorrência com o "Gama", é criado o Supermercado "Do Marcos", pertencente à família Mafra, cujo patriarca foi o fundador da tradicional "Casa Mafra", que fechou em 1997. Porém, em função da falência do seu dono, o "Do Marcos" fecha suas portas em 2005. Em 2006, surgiu em seu lugar o "Supermercado Macaíba", inicialmente sob a bandeira dos "Supermercados Mirante".

Mais recentemente, os donos se associam à "Rede Parceiros da Economia" (FIGURAS 12 e 13), que, assim como a "Rede Mais", foi formada a partir da união de 27 microempresas do setor, organizadas inicialmente em um Núcleo de Mercadinhos formado no Projeto Empreender do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE (MERCADINHOS ..., 19/05/2006). Hoje, a Rede conta com quase trinta estabelecimentos em Natal e cidades da Região Metropolitana.

Vale ressaltar também a presença dos pequenos mercadinhos, que possuem como principal característica o tamanho reduzido do estabelecimento e comercialização de um menor volume de mercadorias, principalmente voltados para a comercialização de alimentos. Conforme os dados da Tabela 2 já mencionada, existem atualmente 10 estabelecimentos dessa natureza distribuídos por todas as ruas do centro de Macaíba.

Como podemos perceber, a trajetória do setor varejista de alimentos em Macaíba não é recente e nem muito menos deixa de demonstrar ausência de dinamismo, mesmo diante da concorrência com os grandes estabelecimentos do setor sediados em Natal. Ao longo do período em análise, é evidente não aceitar a

idéia de que a feira deixa de ser o principal veículo de abastecimento para boa parte da população local, na medida que esta passa a utilizar os serviços dos supermercados existentes em Macaíba e também em Natal.

FIGURAS 12 e 13 – Loja do "Supermercado Mirante" e da "Rede Parceiros da Economia". **Fonte**: Geovany Dantas, 2007.

Conforme observa Jesus (1991), tanto a feira-livre como o supermercado são atividades que se destinam à mesma função básica, isto é, levar ao consumidor urbano, através da distribuição varejista, alimentos e determinados bens de consumo não duráveis, de uso corriqueiro.

Apesar dessa semelhança funcional, diferentemente do supermercado, a feira possui a marca do improviso, da relação direta entre comprador e vendedor, da simplicidade nas suas instalações, que em muitos casos tendem a afugentar o consumidor, além de existir a possibilidade da negociação do preço. Já o supermercado é a expressão maior da impessoalidade, que é a marca do consumo moderno, da rigidez dos preços, da preocupação com o conforto e da existência de um maior sortimento de produtos, pois este não se destina exclusivamente à comercialização de gêneros alimentícios.

Ainda assim, durante a investigação empírica realizada, pudemos perceber, através dos depoimentos dos feirantes, que um dos principais fatores responsáveis pela perda de importância da feira no período foi o crescimento dos supermercados e mercadinhos localizados no centro da cidade.

Não devemos esquecer que um dos fatores apontados anteriormente para o desenvolvimento dos supermercados era a possibilidade do uso da propaganda para atrair o consumidor. Como observa Jesus (1991), a principal

estratégia adotada no *marketing* dos supermercados é divulgar as inúmeras vantagens oferecidas ao cliente, além da idéia de que recorrer ao supermercado é algo positivo e interessante. A produção da imagem do supermercado não se esgota na esfera publicitária, na medida que as redes também criam no interior dos estabelecimentos todo um arranjo estético que incentiva o consumidor à compra.

Tomando como exemplo as duas redes que atuam em Macaíba, observamos que não só no sábado, dia da feira, mas também durante os demais dias da semana, ambas adotam ciclos de promoções destinadas a um produto cada dia da semana e que são intensamente anunciados nos meios de comunicação.

A "Rede Mais" destina quatro dias em que toda a loja ou parte dela está com produtos em promoção. São eles: a quarta-feira, com a "quarta da moeda", onde parte dos produtos são comercializados a R$ 0,25, R$ 0,50, R$ 0,75 ou R$ 1,00; a quinta-feira, com o "feirão de frutas e verduras"; e, na sexta-feira, com o "feirão da carne". No sábado e no domingo são dos dias da promoção "Fim de Semana Rede Mais".

Já no "mix" de promoções dos Parceiros da Economia destacam-se a "Quarta dos Centavos", oferecendo produtos com preços de até 99 centavos; a "Quinta do Feirão", com frutas e verduras a preços mais baratos; e a "Sexta Super", com promoção de frango, carne e frios (MERCADINHOS ..., 19/05/2006). Diferentemente da "Rede Mais", que se utiliza de peças publicitárias na TV e rádio e anuncia cada promoção na sua página na Internet, as promoções do "Parceiros da Economia" são anunciadas em carro de som, uma mídia que atende satisfatoriamente ao segmento de mercado.

No entanto, é no sábado (dia da feira) e no domingo que a estratégia de atrair os consumidores torna-se mais evidente, aproveitando o grande fluxo de pessoas que vêm para a feira. Com vistas a atender ao intenso movimento gerado no sábado, as duas redes negociam com os fornecedores uma grande quantidade de mercadoria, possibilitando que sejam comercializados a um valor mais baixo e mantendo o mesmo lucro do estabelecimento.

Desta forma, os feirantes alegam que "os supermercados estão tirando os compradores da feira". Esta é a opinião do senhor Cícero Pereira (63 anos) ao dizer que "com os supermercados e mercadinhos ficou ruim pra nós aqui na feira. As pessoas preferem comprar no conforto, mesmo sendo mais caro". Corroborando com o feirante, o senhor Elias Pereira (62 anos) diz que "depois dos supermercados

tudo ficou ruim por aqui. Antes essa feira ia até de tardezinha e, hoje ela não chega ao início da tarde".

A alegação dos feirantes sobre a atuação dos supermercados tem um fundamento. Além da adoção de preços competitivos através da negociação de grandes volumes, os supermercados adotam outras estratégias que permitem a atração dos consumidores. Uma destas é a possibilidade de utilizar outras formas de pagamento que não existem na feira, como o cartão de crédito.

Tanto a "Rede Mais" como o "Parceiros da Economia" aceitam pagamento mediante cartão, permitindo ao consumidor a vantagem de efetuar suas compras mesmo sem dispor de dinheiro. Isto fica claro nos próprios encartes promocionais distribuídos pelas lojas que indicam quais tipos de cartões podem ser utilizados. As lojas adotam, também, a estratégia de fidelidade dos clientes através de cartão de crédito próprio, tal como ocorre na "Rede Mais".

Desta forma, uma das grandes vantagens da utilização dos cartões é que estes permitem às pessoas pagarem suas compras em qualquer período do mês, dependendo da data de seu vencimento, e "facilitam a vida e a segurança dos consumidores e indiretamente [repercutindo-se] no negócio dos estabelecimentos comerciais, por que favorecem a compra por impulso" (SALGUEIRO, 1996, p. 67).

Na feira, uma das únicas (ou a única) forma de pagamento existente é aquela feita na hora e em dinheiro. Na maior parte das vezes, o feirante depende de uma "boa vendagem" – como afirmam os próprios feirantes – para poder garantir o pagamento da mercadoria ao intermediário no final da feira. Como a possibilidade de negociação entre o vendedor e o comprador se constitui numa característica da feira, em alguns casos, o feirante permite ao comprador que ele pague na feira seguinte, principalmente quando conhecido.

Além das facilidades nas formas de pagamento, um outro elemento que vem fazendo parte da população preterir a feira a este tipo de estabelecimento é a possibilidade de encontrar em um menor espaço e com maior diversidade certos produtos que não encontram na feira e, assim, por uma questão de comodidade e de economia de tempo, alguns consumidores optam por comprar somente no supermercado[30].

[30] Retornaremos a este ponto no item 3.4

4.3.2 A Feira e as Redes de Comércio e Distribuição

Além da concorrência estabelecida pelos supermercados, que se utilizam das mais diversificadas estratégias para atrair os consumidores, outro fator que vem influenciando na dinâmica da feira de Macaíba é a consolidação de novos agentes responsáveis por todo o processo de circulação das mercadorias comercializadas, desde o local em que estas são produzidas até o momento em que serão repassadas ao consumidor final, ou seja, durante a feira.

A esses agentes daremos o nome de "redes de comercialização e distribuição", representados aqui pelas grandes empresas de distribuição atacadista, pelas Centrais de Abastecimento do Rio Grande do Norte (Ceasa/RN), pelos frigoríficos e por fornecedores independentes. Antes de discutirmos a atuação desses atores na feira, faremos um breve comentário das condições que permitiram o desenvolvimento deles.

Vivemos um momento em que o imperativo da fluidez se constitui num dos elementos básicos para a reprodução do sistema capitalista. Essa fluidez espacial é estabelecida por meio de inúmeros objetos técnicos que têm por objetivo principal facilitar "a circulação de idéias, mensagens, produtos ou dinheiro, interessando aos atores hegemônicos" (SANTOS, 2006, p. 274).

Diante dessa realidade, as diversas instâncias produtivas – produção, troca, consumo e distribuição – tornam-se cada vez mais independentes das determinações impostas em nível local e mais dependentes das condições exigidas pelo sistema em nível global. Não podemos esquecer que, mesmo possuindo um funcionamento próprio, cada uma dessas instâncias encontra-se articulada às demais e todas elas são intermediadas pela circulação (ARROYO, 2006).

Desta forma, cada vez mais há a tendência de uma maior divisão territorial do trabalho, o que leva a uma especialização dos lugares, "aumentando a necessidade de intercâmbio, que agora vai se dar em espaços mais vastos" (SANTOS, 2006, p. 241). Essa especialização, por sua vez, quando associada à incorporação das tecnologias informacionais e à difusão dos meios de transporte, leva a uma maior circulação, que se constitui no elemento fundamental do processo de transformação da produção e do espaço.

Assim sendo, vemos cada vez mais uma intensificação do que Corrêa denomina de "interações espaciais", isto é, "um amplo e complexo conjunto de

deslocamentos de pessoas, mercadorias, capital e informação sobre o espaço geográfico" (1997b, p. 279)). Para o autor, mais do que um simples fluxo pelo espaço, tais interações devem ser vistas "como parte integrante da existência (e reprodução) e do processo de transformação social" (1997b, p. 280).

Podemos afirmar que as inúmeras trocas e intercâmbios que ocorrem na atualidade são possibilitadas pelas diversas modalidades de rede geográficas que se estabelecem, pois estas se concretizam mediante as interações que se realizam no espaço.

Conforme observa Corrêa (1997a), as redes geográficas possuem inúmeras formas de manifestação no processo de organização e expansão do capitalismo e que a divisão territorial do trabalho é influenciada pelas várias redes técnicas implantadas, tornando os lugares especializados, hierarquizados e portadores dos mais variados fluxos.

Aqui particularmente discutiremos as formas de atuação das redes voltadas diretamente para a circulação e o impacto destas na dinâmica da feira livre. Vimos no início deste tópico que as redes de comercialização e distribuição se constituem atualmente num dos atores responsáveis pela circulação dos produtos, desde o local de origem do produto até o consumidor final.

Essas redes ganham importância devido, principalmente, às inúmeras transformações ocorridas nos processos de produção, tanto na indústria como na agropecuária, e à modernização das atividades inseridas dentro do setor de comércio e de serviços.

As estratégias principais de tais redes de comercialização e distribuição estão concentradas, principalmente, na redução dos custos; no oferecimento de maior qualidade nos serviços; e numa maior coordenação de logística, através dos centros de distribuição, das plataformas de logística, dos contratos com fornecedores e atacadistas e da divisão dos custos com alguns fornecedores. Todos estes fatores exercem fortes impactos sobre a configuração espacial (SEABRA, 2005).

Seabra (2005) nos mostra que as principais mudanças provocadas pela atuação desse tipo de rede se dão exatamente nas formas de comercialização e distribuição tanto da produção hortifrutigranjeira quanto dos produtos pecuários e industriais.

Tais mudanças, no ponto de vista do autor, são influenciadas devido ao grande desenvolvimento alcançado pelas redes de supermercado, agentes que atualmente "configuram práticas espaciais distintas, tornando-se hegemônicos justamente por uma relação mais flexível (em termos de capacidade de adaptação) com as necessidades espaciais do atual regime de acumulação" (2005, p. 1).

A ação espacial dessas redes de hoje, no tocante à comercialização da produção agrícola, modifica-se sobremaneira. A consolidação dos centros de distribuição, por exemplo, caracteriza "(...) uma estratégia espacial fundamental dos supermercados, por individualizar a configuração espacial das grandes redes" (SEABRA, 2005, p. 6).

Nesse processo, as tradicionais formas de distribuição, baseadas na compra direta aos produtores ou ainda nas centrais de abastecimento como as Ceasas, são substituídas pela formação de centrais de distribuição, locais onde se centralizam as compras dos produtos para um determinado país ou mesmo região. A compra da produção é realizada a partir de fornecedores próprios, que oferecem produtos em conformidade com os padrões de qualidade e quantidade exigidos pelas redes para atender às necessidades dos clientes.

Para que todo esse processo se consolide, dois fatores são de fundamental importância: a difusão das modernas tecnologias de comunicação, notadamente do computador e da Internet, e a modernização ocorrida nos meios de transporte.

A utilização das ferramentas provenientes da revolução informacional permitiu, inclusive, profundas modificações na atuação espacial das redes de comercialização, uma vez que possibilitou um maior controle sobre o fluxo da produção e garantiu, ao mesmo tempo, uma maior flexibilidade de negociação entre o agente comercializador e o comprador. A utilização das redes de comunicação viabilizou, assim, a realização da compra dos produtos sem a necessidade de deslocamento dos comerciantes.

Essa tarefa fica a cargo das grandes empresas distribuidoras, que têm por objetivo fazer chegar a produção até o seu local de consumo. O elemento que possibilitou um aumento da importância dessas empresas foi a modernização dos meios de transporte, bem como a expansão dos grandes eixos de circulação representados pelas rodovias. Integrando cada vez mais os lugares, essas vias de circulação permitiram que se consolidassem inúmeras ligações terrestres, ampliando consideravelmente a circulação de mercadorias pelo espaço.

Diante do que foi exposto, podemos afirmar que o diferencial das redes de comercialização é que estas garantem uma maior flexibilização e dinamismo às relações comerciais entre os agentes comercializadores e compradores, tornando cada vez mais obsoletas outras formas de comercialização, mais rígidas, de pequeno alcance espacial, de pouca integração e de custo elevado, como a feira.

Em face da expansão e modernização das formas de comercialização varejista, a distribuição dos diversos produtos comercializados hoje no comércio de Macaíba é realizada em grande parte pelas diversas redes de comercialização e distribuição advindas do próprio Estado e de várias partes do País.

Não devemos esquecer, todavia, o poder adaptador que a feira possui, absorvendo parte dessas mudanças. Conhecida tradicionalmente como centro de comércio da produção agrícola local e/ou regional, a feira é vista como o momento em que os pequenos produtores podem repassar sua produção para o mercado consumidor.

A entrada do intermediário na feira, num primeiro momento, e a consolidação das redes de comercialização, porém, vem provocando o desaparecimento da figura do feirante-produtor, isto é, daquelas pessoas que têm sua produção, geralmente pequena, e que todos os sábados deslocam-se para a feira de Macaíba ou de outra localidade para vendê-la. Ao assumir essa condição, o feirante “procura eliminar a figura do intermediário, na perspectiva de maximizar o lucro sobre o seu produto” (SANTANA, 2005, p. 4).

O intermediário se caracteriza por ser um agente de comercialização que compra grandes quantidades de mercadorias de um ou vários produtores ou ainda em centros atacadistas, repassando para o feirante a mercadoria em menor quantidade já acrescendo sua margem de lucro.

Em sua análise acerca dos circuitos da economia urbana, Santos (1979, p. 177) observa que, em países subdesenvolvidos, a existência do intermediário se constitui “na própria condição, a base das possibilidades estruturais de funcionamento da economia”. Assim sendo, quanto mais pobre for o indivíduo e maior for a cidade, mais importância terá o intermediário. Esta importância, por sua vez, estará relacionada ao fato de muito dos comerciantes não poderem ir diretamente ao produtor ou ainda aos atacadistas para se abastecerem.

O intermediário pode adquirir a mercadoria em duas fontes: a primeira refere-se à compra direta na área de produção, onde ele compra a mercadoria e a

leva, através de caminhão ou caminhoneta própria, para a feira. Além da compra direta, o intermediário pode recorrer aos grandes centros atacadistas. Em comparação à primeira situação, a compra nesses centros não é vantajosa para o intermediário, pois o produto já terá passado por outros agentes, o que irá provocar a valorização no preço deste e, conseqüentemente, a diminuição da margem de lucro.

No tocante ao transporte, o intermediário também pode exercer o papel de transportador da mercadoria, levando-a diretamente para a feira, embora, em outros casos, possa recorrer à contratação de prestadores de serviços - *os transportadores -,* que têm o papel de transportar as mercadorias para a feira.

Conforme observa Santos (1979), a figura do intermediário torna-se importante porque serve de elo entre a demanda e a oferta, que não são coincidentes no tempo, na qualidade e na quantidade. Esta situação pode levar a especulação e dominação, pois, dispondo de dinheiro para efetuar a compra diretamente do produtor ou de outros intermediários, este agente faz-se indispensável. Raramente o feirante pode se ver livre da sua atuação, tendo muitas vezes de praticar preços um pouco acima do normal para poder retirar o lucro e, ao final da feira, conseguir pagar a mercadoria.

Além do intermediário, outro agente fortemente presente na feira de Macaíba são as grandes redes de distribuição atacadista. A mais importante destas é a "Ceasa", localizada em Natal. Atualmente, a grande maioria dos produtos que são comercializados na feira é adquirida neste centro de abastecimento.

A história da rede "Ceasa" demonstra a existência de uma política nacional que visava a garantir a criação de vários entrepostos receptores da produção agrícola, com o objetivo de "maximizar o comércio de grandes quantidades das mercadorias agrícolas nos crescentes mercados urbanos" (SANTANA, 2005, p. 11-12).

Construída no ano de 1977, no bairro de Lagoa Nova, em Natal, a "Ceasa/RN" se caracteriza por ser o principal espaço concentrador da produção agrícola, principalmente de frutas, legumes e verduras *in-natura*, além de produtos semi-industrializados de todas as regiões do Estado, onde os consumidores podem comprar diretamente dos produtores (FIGURA 14).

FIGURA 14 – Visão da Ceasa em Natal. **Fonte**: http://www.ceasa.rn.gov.br

A central ocupa uma área de aproximadamente 76.783,82 m^2 , sendo formada por 01 (uma) área denominada *shopping*, contendo 40 lojas de 75 m²; 09 (nove) áreas de mercado permanente, divididos em 188 *boxes*; 04 (quatro) áreas de mercado livre do produtor, divididas em 750 pedras; 03 (três) áreas de mercado livre, denominadas: "Área do Melão, Melancia e Abacaxi", "Área do Brejo" e "Área Livre".

A dimensão e a importância desse centro de abastecimento podem ser mensuradas também pelo movimento de pessoas e mercadorias todos os meses. Segundo informações colhidas, são 3.000 veículos que transportam produtos dos mais diferentes lugares do interior e de outros estados; 70.000 veículos de passeio; 120.000 pessoas; e 14 mil toneladas de produtos alimentícios comercializados.

Visando a eliminar a influência dos intermediários, vários são os feirantes que se deslocam todas as quintas e sextas-feiras a fim de adquirir, a preços mais reduzidos, suas mercadorias para comercializarem na feira de Macaíba. É no setor de frutas, legumes e verduras que está a maior influência da "Ceasa" na feira. Tal fato pode ser explicado, pois, durante as entrevistas realizadas com os feirantes deste setor, 90% dos entrevistados afirmaram comprar suas mercadorias na central. Os outros 10% disseram vir de produção própria, comprada de intermediários ou diretamente dos produtores.

A importância da "Ceasa" não pode ser medida somente pelo dado exposto acima, mas, sim, pelo fato de que, por ser um centro de distribuição que polariza boa parte da comercialização de produtos agrícolas no Estado, vendendo

para as feiras livres ou para alguns supermercados da capital e do interior, é ela quem dita a política de preços e os tipos de produtos, de acordo com o ciclo natural de cada cultura (ANEXO A).

Diante do exposto, observamos que os atacadistas exercem relevante papel para o processo de circulação das mercadorias que são vendidas na feira de Macaíba. A “Ceasa” tem como principal função ser o centro fornecedor de produtos para os setores de frutas, legumes e verduras, enquanto outras empresas atacadistas, localizadas em Natal e em outros municípios do Estado, atuam na distribuição dos produtos para o setor de cereais, como feijão, arroz, farinha e milho.

Se levarmos em consideração as formulações de Mílton Santos acerca dos circuitos da economia urbana, podemos afirmar que os atacadistas se apresentam como uma atividade “mista”, ou seja, possuem ligação tanto com o circuito superior, na medida que abastecem parte das redes de supermercados, quanto com o circuito inferior, abastecendo os pequenos comerciantes. Sendo assim, no ponto de vista de Santos (1979, p. 32), “o atacadista está no topo de uma cadeia decrescente de intermediários, que chega freqüentemente ao nível do 'feirante' ou do simples vendedor ambulante”.

Outra importante rede de comercialização que atua na feira é a dos frigoríficos, que se constituem em unidades agroindustriais responsáveis pelo abate, beneficiamento e comercialização da carne bovina. Segundo o Guia Técnico Ambiental de Frigoríficos: industrialização de carne (bovina e suína), formulado pela Companhia de Tecnologia de Saneamento Ambiental (CETESB, 2006), os frigoríficos se dividem em dois tipos: aqueles destinados ao abate dos animais e os que não abatem os animais. No primeiro caso, o processo de beneficiamento envolve, além do abate, a separação e a industrialização da carne, bem como o beneficiamento das vísceras, gerando seus derivados e subprodutos. Já o segundo tipo, compra a carne em carcaças ou cortes, bem como vísceras, dos matadouros ou de outros frigoríficos para seu processamento e geração de seus derivados e subprodutos, ou seja, somente industrializam a carne.

Até à primeira metade da década de 1990, todo o abastecimento da feira de Macaíba era realizado via matadouro público, isto é, locais que realizavam o abate dos animais, produzindo carcaças (carne com ossos) e vísceras comestíveis e fazendo a desossa das carcaças para a produção de peças de carne para comercialização. Esse local, porém, foi fechado devido a três fatores principais.

O primeiro fator refere-se à **falta de condições sanitárias**, uma vez que as instalações do matadouro consistiam em uma estrutura de madeira coberta por telhas cerâmicas com bancos também de madeira, que se destinava ao tratamento do animal. Este era abatido e tratado no mesmo local e praticamente a céu aberto, não havendo local para a destinação do sangue nem do rejeito. O maior volume de abate era realizado entre a tarde e a noite da sexta-feira, véspera da feira. Daí, a carne seguia embalada em lonas plásticas ou palhas para a comercialização, sem qualquer inspeção de qualidade.

O segundo fator, por sua vez, diz respeito ao **surgimento dos grandes frigoríficos**. Essas unidades constituem atualmente nos principais canais de comercialização da carne, constituindo-se forte presença no abastecimento de carne na feira de Macaíba.

Diferentemente do trabalho levado a efeito no matadouro público, o abate realizado por essas empresas segue um rigoroso critério, que envolve a seleção e a separação do gado ainda na fazenda; o transporte até o frigorífico; a inspeção para verificar o peso e as condições de sanidade do animal; e, por fim, o abate. Logo após todo esse processo, separam-se todas as partes do animal, que são embaladas e acondicionadas em câmaras frias, para, em seguida, serem comercializadas.

A expansão dos frigoríficos vem paulatinamente provocando a extinção da figura do boiadeiro no processo de comercialização da carne. Geralmente dono de um “caminhão-gaiola”, ele é o agente que “dedica-se à compra dos animais nas fazendas, até completar o caminhão que logo os transporta até os currais do matadouro” (PAZERA JR., 2003, p. 172), onde são repassados para os marchantes, que fazem o abate e vendem diretamente na feira.

Em comparação aos boiadeiros e marchantes, os frigoríficos têm como comprar uma maior quantidade do chamado “gado em pé”, fazendo a distribuição da carne através dos caminhões-frigoríficos, o que possibilita um poder de atuação bem mais amplo. Sendo assim, o trabalho do boiadeiro hoje se resume a fazer o transporte dos animais das fazendas de criação diretamente para os frigoríficos, enquanto os marchantes apenas recebem a carne e a repassam para os demais feirantes.

Mesmo tendo uma grande área criatória, a pecuária bovina no município de Macaíba está predominantemente voltada para a produção de leite. Como não

existe abatedouro público na cidade, a carne comercializada na feira, nos supermercados da cidade e na unidade do frigoiás[31] existente na cidade é adquirida dos frigoríficos localizados em Natal e em outros estados da Federação.

Por fim, outro fator que contribuiu para o fechamento do matadouro público foi o aumento do **consumo de carne congelada**. Vimos anteriormente que o aperfeiçoamento das técnicas de conservação dos alimentos se constituiu numa das principais mudanças nos hábitos alimentares da população, na medida que a população pôde dispor de uma forma de acondicionamento que permitiu o armazenamento de gêneros alimentícios por um maior período de tempo. Essa mudança foi estimulada principalmente pelas redes de supermercados, que dispõem em suas áreas de venda de um setor de açougue que atende a rígidos padrões sanitários destinados à segurança alimentar do consumidor.

Em face das incertezas quanto à procedência das carnes comercializadas na feira e das condições em que estas são expostas nas bancas, o consumidor prefere adquirir as peças de carne congelada, que vêm em pequenas bandejas envoltas em plástico ou embaladas a vácuo, pois tem a certeza de que atendem a todas as especificações técnicas.

[31] Rede de frigoríficos originada do estado de Goiás.

existe abatedouro público na cidade, a carne comercializada na feira, nos supermercados da cidade e na unidade do frigoiás[19] existente na cidade é adquirida dos frigoríficos localizados em Natal e em outros estados da Federação.

Por fim, outro fator que contribuiu para o fechamento do matadouro público foi o aumento do **consumo de carne congelada**. Vimos anteriormente que o aperfeiçoamento das técnicas de conservação dos alimentos se constituiu numa das principais mudanças nos hábitos alimentares da população, na medida que a população pôde dispor de uma forma de acondicionamento que permitiu o armazenamento de gêneros alimentícios por um maior período de tempo. Essa mudança foi estimulada principalmente pelas redes de supermercados, que dispõem em suas áreas de venda de um setor de açougue que atende a rígidos padrões sanitários destinados à segurança alimentar do consumidor.

Em face das incertezas quanto à procedência das carnes comercializadas na feira e das condições em que estas são expostas nas bancas, o consumidor prefere adquirir as peças de carne congelada, que vêm em pequenas bandejas envoltas em plástico ou embaladas a vácuo, pois tem a certeza de que atendem a todas as especificações técnicas.

4.4 A Feira Hoje e sua Inserção na Dinâmica da Cidade

O cotidiano urbano de Macaíba é marcado por uma série de ritmos que expressam os diferentes modos como a sociedade constrói e reconstrói as suas relações com o lugar, objetivando a reprodução da sua vida. A feira se constitui num desses ritmos e, mesmo apresentando modificações em sua dinâmica, encontra-se perfeitamente integrada no dia-a-dia das pessoas que circulam pela cidade.

Como um dos palcos da vida urbana, a feira é composta por uma série de atores sociais e diferentes formas de apropriação, o que a torna um espaço único, pois todos que a freqüentam se sentem parte deste ambiente, ao mesmo tempo fragmentado pelos diferentes setores existentes e as diferentes formas utilizadas pelos consumidores e comerciantes para concretizarem suas estratégias de compra e venda.

Nesta seção, vamos desvendar os pormenores da organização e dinâmica desse espaço social e econômico. Para tanto, analisaremos inicialmente

[19] Rede de frigoríficos originada do estado de Goiás.

todo o processo de organização e ocupação do espaço pelos diferentes atores que dele participam; logo em seguida traçaremos o perfil socioeconômico dos freqüentadores da feira - vendedores e consumidores; e, por fim, apontaremos os principais problemas socioambientais existentes no seu espaço de abrangência.

Realizada, desde a segunda metade do século XIX, aos sábados, toda a estrutura da feira fica instalada nas três principais vias de circulação de Macaíba. É nessa área que se concentram os principais equipamentos de comércio e de prestação de serviços,constituindo-se no centro econômico da cidade. Tal localização permite uma maior interligação da feira com o setor de comércio varejista local.

Sua área de abrangência compreende toda a rua da Conceição, a partir da ligação com a rua "Governador Dinarte Mariz" até o Mercado Público Municipal; a rua "Nair Mesquita", desde a praça "Augusto Severo" até o início da travessa "Coronel Maurício Freire"; a rua "Pedro Velho", a partir do Centro Municipal de Abastecimento (CEMAB), até à interligação com a rua "Dr. Francisco da Cruz"; e o largo "João Alfredo", situado entre o CEMAB e o Mercado Público Municipal (FIGURA 15).

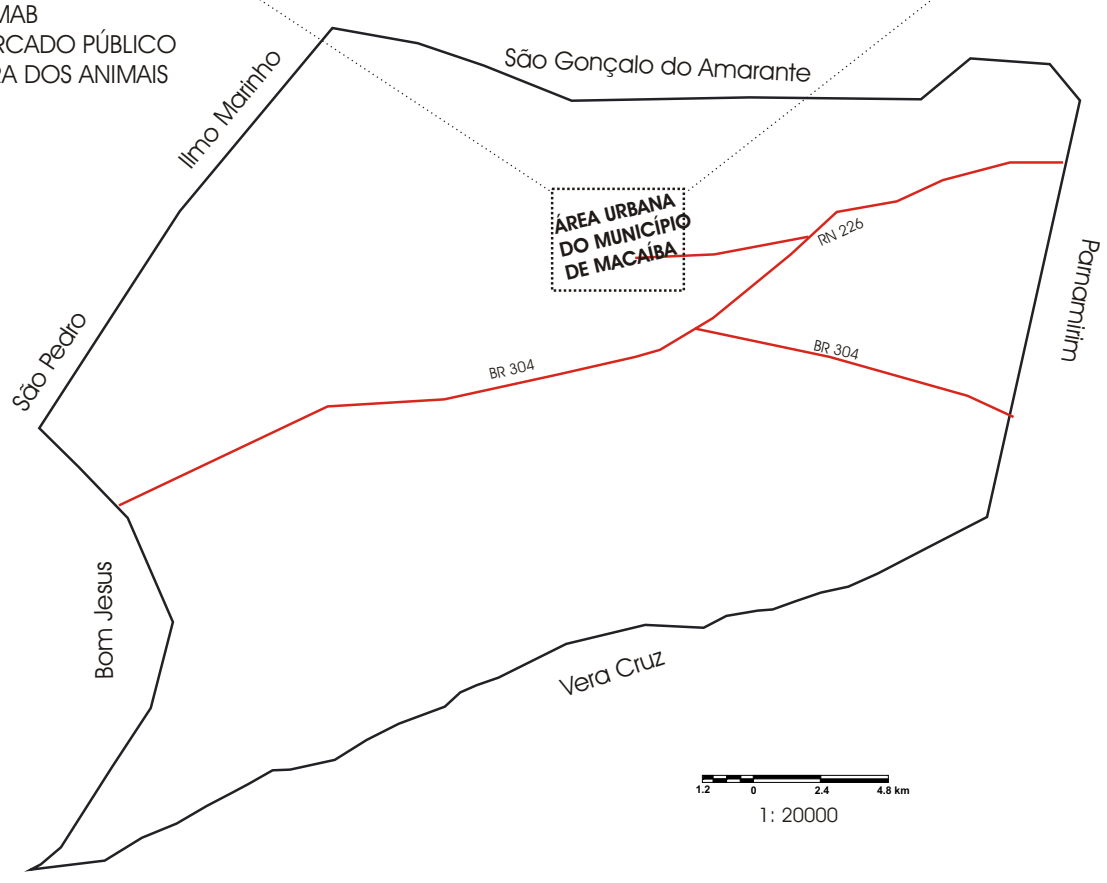
Mesmo acontecendo somente entre as seis da manhã e as treze horas da tarde do sábado, a feira vai muito além desse período, compreendendo desde a organização do seu espaço durante a tarde e a noite da sexta-feira até à limpeza das ruas após o seu fim, na tarde de sábado.

Durante o trabalho de campo, realizado entre os meses de agosto de 2006 e março de 2007, presenciamos o trabalho das pessoas pela organização da feira. Através das observações *in loco*, pudemos constatar todo o processo de organização, iniciado por volta das quatorze horas da sexta-feira, quando começa o movimento de alguns feirantes dispondo ao longo das calçadas parte do material para a organização da bancas. No entanto, é somente a partir das dezoito horas que o movimento das pessoas responsáveis pela organização da feira, chamadas de *carroceiros* e *cabeceiros*, torna-se mais intenso, pois é o momento em que eles iniciam a organização propriamente dita da feira.

FIGURA 15

ÁREA DE LOCALIZAÇÃO DA FEIRA LIVRE DE MACAÍBA

ESPAÇO DA FEIRA
1 FEIRA DO VUCO-VUCO
2 CEMAB
3 MERCADO PÚBLICO
4 FEIRA DOS ANIMAIS



O trabalho de organização segue por toda a noite e madrugada. São cerca de 15 pessoas pagas pelos próprios feirantes para transportarem as bancas do local onde são guardadas, em uma área localizada ao lado do Mercado Público Municipal, até o ponto onde serão "calçadas" (colocadas) em seu local definitivo (FIGURA 16). Um aspecto que nos chamou a atenção e foi confirmado pelas pessoas que fazem este trabalho foi a inexistência de fiscalização por parte da Secretaria Municipal de Serviços Urbanos (SEMSUR), que é o órgão responsável pelo gerenciamento da feira.

FIGURA 16 – Disposição das bancas para organização na Rua da Conceição. **Foto**: Geovany Dantas (dez. 2006).

No final da tarde, é possível observar a chegada dos primeiros veículos transportando as mercadorias que são comercializadas na feira. Durante a noite é a vez das carnes, trazidas pelos próprios "marchantes" envoltas em fardos de saco plástico ou de palha, ou então, no caso das carnes congeladas, através dos caminhões refrigerados vindos diretamente dos frigoríficos de Natal. Preocupados com a segurança das mercadorias, os feirantes possuem duas opções: ou pagam a seguranças particulares para vigiá-las ou eles mesmos ficam durante a madrugada no local.

Percorrendo todo o espaço da feira, podemos perceber também a realidade das condições físicas da bancas. Não fugindo da realidade da maior parte das feiras do interior nordestino, predominam na feira de Macaíba as bancas feitas de madeira com cobertura de lona plástica. É possível observar-se a presença de bancas de ferro, que são transportadas pelos próprios donos de uma feira para outra.

Um primeiro olhar sobre as condições físico-estruturais das bancas nos revela um aspecto desgastado e decadente. Essa realidade, porém, está relacionada, principalmente, à falta de condições da maior parte dos proprietários para uma melhoria dos pontos de venda. Tal olhar revela também a ausência do Poder Público, oferecendo as condições mínimas para que os vendedores trabalhem num ambiente saudável e que os consumidores se sintam bem em comprar nesse mercado aberto.

Por volta das quatro da madrugada, os feirantes que já estão com os suas bancas instaladas começam a colocar suas mercadorias sobre estas, enquanto os oriundos de outras localidades começam a montar os seus pontos. O movimento de compradores começa ainda antes das seis horas, com a chegada dos primeiros carros e caminhões vindos das comunidades rurais do município e de municípios próximos (FIGURA 17).

FIGURA 17 – Caminhão trazendo compradores da zona rural. **Foto**: Geovany Dantas (dez. 2006)

Entretanto, o movimento maior é registrado entre as sete horas e as onze horas da manhã, pois é nesse momento que os moradores locais se dispõem a realizar suas compras. É a partir daí que o aspecto de grande praça comercial aflora em todos os sentidos, percebendo-se como a feira se integra ao ritmo do cotidiano urbano. São carros, carroças, caminhões, caminhotes, motocicletas, *vans* e ônibus, que circulam pela cidade vindos de todas as áreas do próprio município e de outros municípios vizinhos.

4.4.1 Organização e Processos de Uso e Ocupação do Espaço da Feira

Andando por entre as bancas, constatamos diferentes formas de relações sociais e econômicas que se estabelecem, bem como o modo como se realiza a lógica de organização do espaço da feira. É através do conhecimento da organização dos diferentes setores da feira que podemos perceber como se dão as formas de uso e ocupação desse espaço e, ao mesmo tempo, os reflexos da ausência do Poder Público Municipal, que é o responsável pelo seu gerenciamento.

No que concerne à organização, podemos verificar nas observações que é possível se identificarem na feira setores em que predominam determinados produtos. Porém, em alguns casos, não há uma exclusividade de gêneros, o que nos faz afirmar que o zoneamento da feira se faz de forma espontânea, não apresentando uma organização rígida compatível com a diversidade de mercadorias comercializadas, sendo possível se encontrarem bancas de legumes e verduras entre as bancas de carnes. Assim, na feira podem-se identificar os seguintes setores:

- o setor das carnes, localizado ao longo da rua da Conceição até às proximidades do Restaurante Popular;
- o setor de roupas, calçados e acessórios, localizado na confluência das ruas da Conceição, “Nair Mesquita” e “Pedro Velho”, exatamente o centro geográfico da feira;
- o setor de frutas, legumes e verduras, na extensão da rua da Conceição até o Largo “João Alfredo” e parte da rua “Pedro Velho”;
- o setor de cereais e farinha, em toda a rua “Nair Mesquita”;
- o setor de peixes, no Largo “João Alfredo”; e,
- distribuídos pela feira, encontramos bancas que vendem utensílios domésticos, mangalho, artigos de barro, redes, pães, bolos, bolachas.

Quanto às formas de uso e ocupação do espaço da feira, podemos perceber que, ao longo da rua da Conceição, distribuem-se 4 grandes filas de bancas de carnes. Essa mercadoria é exposta em lonas plásticas sobre as bancas segundo os tipos de corte ou, ainda, suspensa em ganchos de ferro sobre um suporte de madeira na parte de cima da bancas (FIGURA 18).

FIGURA 18 – Formas de exposição das carnes na feira. **Foto**: Geovany Dantas, 2006.

Entre as bancas de carne, podemos encontrar algumas bancas de frutas, legumes, verduras e alguns vendedores de temperos e condimentos. É interessante observar a localização desses produtos junto às carnes, demonstrando constituir uma estratégia dos vendedores de manter próximo da carne um produto de que o consumidor necessitará quando for prepará-la para consumo.

Mostrando a espontaneidade do zoneamento, é possível encontrarem-se ainda nessa rua algumas bancas de roupas e calçados, além de utensílios de uso doméstico (baldes, copos, pratos etc.), expostos em lonas plásticas no chão, vendedores de móveis, mangalho e outros artefatos de couro (sapatos, sandálias, chapéus e bolsas).

No cruzamento das ruas da Conceição, “Nair Mesquita” e “Pedro Velho”, encontra-se o setor de roupas e calçados. Este é um dos setores da feira onde pudemos perceber uma maior homogeneidade em relação ao tipo de produto vendido, embora a má disposição das bancas, colocadas umas próximo às outras, e a forma de exposição dos produtos dificultem uma melhor circulação das pessoas.

Descendo a rua “Nair Mesquita”, observamos ainda a existência de algumas bancas de roupas e utensílios, de vendedores de bolos, biscoitos e pães e de vendedores de CDs e DVDs, também chamados de *genéricos* ou *piratas*. Nessa rua, também verificamos a presença dos cereais (feijão, milho e arroz) e de farinha. Diferentemente do que ocorre em outros setores da feira, a comercialização dos produtos nesse setor não ocorre em bancas, mas em sacos de 60 kg, que são colocados em caixas de madeira ou ainda em lonas plásticas sobre o asfalto (FIGURA 19).

Na rua “Pedro Velho”, observamos ainda a presença de algumas bancas de roupas, dos antigos “redeiros” remanescentes na feira, dos vendedores de bolos, goma de mandioca, grudes, tapioca, de utensílios domésticos, mangalho e alguns vendedores de caranguejo em corda. Porém, a predominância nessa seção é das bancas de frutas, legumes e verduras, o mesmo acontecendo na Rua da Conceição ao lado do CEMAB. Assim como ocorre no setor de roupas e calçados, aí também se dá uma uniformidade quanto ao tipo de produto vendido.

No largo “João Alfredo”, está o setor de peixes e crustáceos. De todos os setores da feira, este é o que mais desagrada ao olhar, devido à precariedade das condições do local, inclusive no que diz respeito à falta higiene por parte dos vendedores.

FIGURA 19 – Forma de comercialização no setor de cereais. **Foto**: Geovany Dantas, 2007.

Na área externa da feira, acontece a chamada *feira do vuco-vuco,* na praça “Antônio Melo Siqueira”. O aspecto mais curioso é que, nesse local, semanalmente se reúnem centenas de pessoas que se aglomeram nas bicicletas e nos bancos da praça e, em meio a um intenso burburinho, “joga-se conversa fora”, além de praticar-se a troca e comercialização de produtos de todos os tipos e de diferentes origens.

Mais à frente, realiza-se a remanescente feira dos animais (aves, caprinos, ovinos, eqüinos e, principalmente, bovinos), localizada numa área especialmente preparada ao lado do Centro de Saúde da cidade. Sem o grande fluxo de antes, quando se realizava no local onde hoje está o Mercado Público Municipal, a feira reúne poucos animais e sem qualidade racial.

Para percebermos a variedade de produtos comercializados na feira de Macaíba, organizamos um quadro demonstrativo com todos os gêneros, segundo oito categorias: carnes; frutas, legumes e verduras; peixes e crustáceos; ervas e condimentos; cereais e estivas; roupas, calçados e acessórios; outros produtos; e animais (QUADRO 2).

TIPOLOGIA	PRODUTOS
Carnes	Charque, frango, galinha, pernil de porco, costela de porco, tocinho, bode (parte dianteira e traseira), carneiro, costela verde e costela seca, chã de dentro e chã de fora, perna, alcatra, patinho, lombo, posta gorda, peito, costela mindinha, filé, contrafilé, miúdos (bucho, tripa, livro, língua, mocotó, qualheira, passarinha, fígado, coração, bofe, rim e testículo).
Fruta, Legumes e Verduras	Abacaxi, acerola, laranja, banana, caju, embu, melão, mamão, maçã, goiaba, uva, seriguela, jaca, maracujá, manga, abacate, limão, mangaba, coco seco, graviola, pera, cajá, melancia, cebola branca, cebola roxa, cenoura, batata-doce, batata-inglesa, pimentão, pimenta de cheiro, coentro, maxixe, jerimum, repolho, chuchu, macaxeira, tomate, alface, quiabo, berinjela, pepino, couve-flor, cebolinha.
Peixes e Crustáceos	**Água doce**: traíra, tilápia, tucunaré, pescada e curimatã; **Água salgada**: atum, tainha, agulhão branco, guaíba, xaréu, arabaiana, cioba, sardinha. **Crustáceos e moluscos**: Caranguejo, goiamum, sururu.
Ervas e Condimentos	Sementes de coentro, casca de carmelo, erva-doce, macela, boldo, pimenta do reino, camomila, cravo, louro, amesca, colorau, cominho, alecrim, chá preto, sal grosso, gengibre, alfazema, mel de abelha, alho, noz moscada, semente de sucupira (para dor na coluna), jandiroba, pixilinga, cumaru, espinheira santa, acanço, (gripe), jatobá (dor reumática), papeconha (gripe, nascimento de dente), urtiga branca (inflamação), tipi (dor reumática), cabeça de nego, bonome, mororó
Cereais	Feijão verde, branco, carioca, fava, faveta, enxofre, preto, cavalo-claro, macaca, arroz brilhado, farinhas (fina e média) milho.
Roupas, Calçados e Acessórios	Sapatos, tênis, sandálias, botas, calcinhas, cuecas, bermudas, *shorts*, camisas, camisetas, vestidos, bolsas, relógios, blusas, bonés, pentes, presilhas para cabelos, tiaras, toalhas, panos de prato, lençóis de cama, redes, carteiras, brinquedos, brincos, óculos, lanternas, garrafas térmicas, aparelhos portáteis.
Outros Produtos	Queijo manteiga, queijo de coalho, manteiga de garrafa, goma, tapioca, beiju, grude, biscoitos, pães, sequilhos, artigos de plástico e alumínio, fumo de rolo, rapadura, mangalho, mesas, cadeiras, cerâmicas.
Animais	Boi, vaca, bezerro, bode, cabra, galinha caipira, porco, pato, peru, guiné, cavalo.

QUADRO 2 - Produtos comercializados na feira de Macaíba
Fonte: Pesquisa de campo, 2006-2007.

Além dos feirantes estabelecidos em seus pontos, temos ainda a presença de um grande número de vendedores ambulantes que vendem na feira e de carroceiros fazendo o transporte das compras para as pessoas. Aí residem algumas das reclamações, principalmente por parte dos compradores. Com suas carroças, cestas e caixas, os ambulantes se distribuem ao longo das bancas e das calçadas, dificultando a circulação das pessoas. O intenso fluxo de carroças também é visto como um problema, principalmente em setores onde há uma grande concentração de bancas.

Não podemos deixar de mencionar a importância que os mercados públicos possuem para o contexto da feira, pois, como mencionamos anteriormente, a coexistência entre estas duas formas de comercialização se constitui num elemento que marca a dinâmica de qualquer cidade no interior do Nordeste.

Macaíba possui dois mercados públicos. O primeiro, construído entre os anos de 1974 e 1975, funcionou inicialmente como centro de distribuição, embora, de alguns anos para cá, tenha se tornado um local de comércio varejista. De acordo colhidos junto a Secretaria Municipal de Serviços Urbanos, o Centro Municipal de Abastecimento, conhecido também como "Mercado Velho", possui uma área de 1.092,05 m^2. Já o Mercado Público Municipal (o "Mercado Novo"), construído em 1989, ocupa uma área de 871,63 m^2.

No que se refere à organização interna dos dois mercados, podemos observar que ambos são divididos em *boxes*, também chamados pelos comerciantes de "locais", construídos em alvenaria e ainda com água e energia. Nesses pontos de venda se desenvolve uma diversidade de atividades ligadas ao comércio e pequenos serviços, tais como: açougues, peixaria, mercearias, onde são comercializados variados gêneros alimentícios; além da presença de algumas lojas de variedades, confeitaria, bares e lanchonetes. Quanto à infra-estrutura, ambos os mercados apresentam ligações de água, energia, esgoto, banheiros e uma câmara frigorífica para carnes.

Durante a pesquisa de campo foi quantificado no CEMAB um total de 52 *boxes*, que estão divididos em centros varejistas - um total de 40 *boxes* -, onde são comercializados carnes (bovina, aves e peixe), frutas, legumes e verduras, além de mercearias. Na parte posterior do prédio, funcionam 12 pequenos centros de abastecimento, que atuam como atacado e varejo, onde são comercializados principalmente cereais e farinha. Diferentemente dos primeiros, estes últimos estão

dispostos pelo espaço sem divisão física, embora possuam uma organização já estabelecida pelos próprios comerciantes (FIGURAS 20-21).

FIGURAS 20-21 – Aspectos externo e interno do Centro Municipal de Abastecimento.
Foto: Geovany Dantas, 2007.

No Mercado Público Municipal, constatamos a existência de 30 *boxes* utilizados, em sua grande maioria, como bares e lanchonetes e somente 2 com outro tipo de atividade comercial, destacando-se, sobretudo, material de construção, elétrico e hidráulico e algumas mercearias. Nesse Mercado, dois aspectos nos chamaram especial atenção: o primeiro está relacionado ao processo de subutilização do espaço, pois, mesmo com as boas condições físicas, muitos *boxes* estão abandonados sem qualquer tipo de uso; o segundo aspecto diz respeito ao processo de degradação social presente no mercado, já que este é utilizado como ponto de comércio de drogas, principalmente de maconha, cocaína e *crack*, e de prostituição infantil, infanto-juvenil e adulta.

4.4.2 Perfil dos Feirantes Vendedores

Durante a realização do trabalho de campo e em conversas com pessoas ligadas à Secretaria de Tributação de Macaíba, constatamos o grande número de pessoas que comercializam na feira, quer sejam feirantes, quer sejam mesmo ambulantes, embora não haja, nem por parte dessa Secretaria nem da SEMSUR, um cadastro ou mesmo um levantamento do número de feirantes existentes.

Para conseguir esses dados, recorremos aos fiscais da Secretaria de Tributação, que semanalmente se responsabilizam pela cobrança do imposto aos

feirantes[20]. Para este trabalho, haviam cinco fiscais que todos os sábados se distribuíam pela área da feira, recolhendo os impostos dos feirantes que possuiam banca, ficando de fora as pessoas que não tinham ponto fixo e comercializavam suas mercadorias em carroças no meio da feira; dos que circulavam com cestas ou caixas; e dos carroceiros.

Eram cobradas taxas diferenciadas de acordo com o tamanho da banca. O imposto variava de 0,50 (cinqüenta centavos), para bancas de tamanho pequeno, a R$1,00 (um real), para bancas de médio porte e R$ 2,00 (dois reais) para as de grande porte.

Por não haver um número concreto nos órgãos públicos sobre a real quantidade de feirantes e ambulantes que comercializam na feira de Macaíba, tomaremos como base um levantamento realizado em outubro de 2004, quando solicitamos aos fiscais que, durante quatro sábados, se realizasse a conferência a partir dos boletos de cobrança utilizados, a fim de termos um número médio de vendedores na feira.

Naquela oportunidade, foram coletados impostos de uma média de 600 feirantes estabelecidos, sem levar em consideração os demais comerciantes existentes. Os fiscais alegaram, porém, que, no período em que foi feito o levantamento, o número de feirantes estava abaixo do normal. Sendo assim, se levarmos em consideração esse número, bem como a alegação dos fiscais e a grande quantidade de ambulantes existente, é de se presumir que o número de pessoas que comercializam na feira ultrapasse o total de 800 feirantes.

Ressaltamos que, para entendermos as particularidades que envolvem a dinâmica do espaço da feira, somente a observação não daria conta. Para tal, recorremos à aplicação de questionários como suporte básico (APÊNDICE A), através dos quais, buscamos extrair dos feirantes as seguintes informações: o local de origem; o tempo de atuação na feira; qual (ou quais) o(s) tipo(s) de produto vendido(s); a mobilidade, isto é, se participam de alguma outra feira do Estado; o local onde adquirem os produtos; as formas de deslocamento; além dos problemas existentes na feira.

Durante esta fase do trabalho, foram entrevistados 86 feirantes donos de bancas fixas, escolhidos aleatoriamente. Buscamos distribuir os questionários de

[20] Desde 2005 a Prefeitura extinguiu a cobrança deste imposto aos feirantes.

forma que abrangesse todos os setores da feira e, ao final, pudemos identificar qual setor foi predominante, conforme é demonstrado no Gráfico 1.

Podemos perceber que o setor de frutas, legumes e verduras é majoritário na feira, totalizando 29%. Logo em seguida, vêm os setores de roupas, carnes e peixes e crustáceos, com 16%, 14% e 12%, respectivamente. Por fim, temos os setores de cereais e de calçados, com 10% e 3% cada um, e os outros setores (16%), onde podemos destacar bancas de biscoitos, pães e bolos; redes, acessórios, mangalho, ervas, temperos e condimentos, etc.

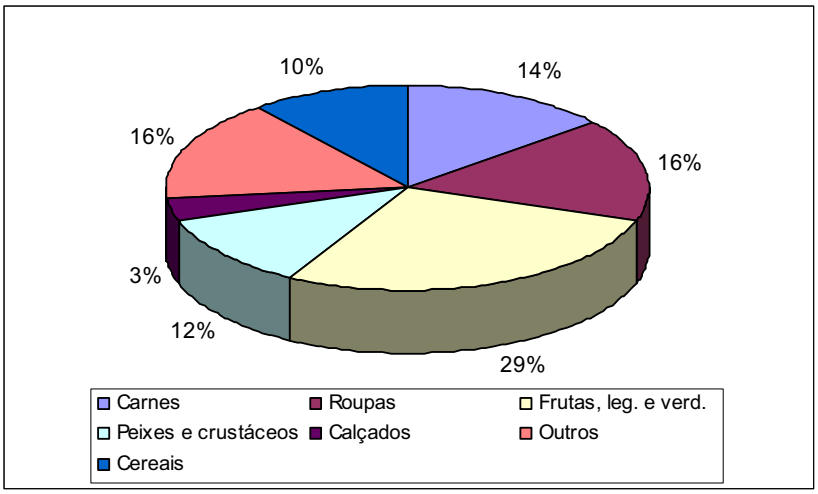


Gráfico 1 - Distribuição dos questionários pelos setores da feira
Fonte: Pesquisa de campo, 2006-2007.

A partir análise dos dados colhidos na aplicação dos questionários, podemos traçar um perfil dos feirantes que comercializam na feira de Macaíba. Quanto ao local de residência, os feirantes são originários principalmente do próprio município de Macaíba, sendo que 52 % vêm dos bairros na zona urbana e 17%, das comunidades localizadas na zona rural (Cajazeiras, Traíras, Cana Brava, Lagoa Grande, Betulha, Capoeira, Lagoa do Sítio, Riacho do Sangue e Riacho do Feijão).

Quando levamos em consideração os feirantes vindos de outros municípios do Estado, encontramos um total de 31% dos entrevistados. Nesse conjunto, observamos uma forte presença de feirantes vindos de Natal, o que representou um total de 48% dos entrevistados, destacando-se ainda os municípios de São Gonçalo do Amarante (com um percentual de 19%), Lagoa de Pedras e Tangará (com 7%, respectivamente), Poço Branco, Ipanguaçú, Assu, Serrinha e Bom Jesus (com 4% todos eles).

O que chama atenção nestes últimos dados é a distância de dois desses municípios – Ipanguaçu e Assu – em relação a Macaíba, os quais estão localizados na região oeste do Estado. Natal, São Gonçalo do Amarante e Bom Jesus limitam-se territorialmente com Macaíba; enquanto Lagoa de Pedras, Serrinha e Poço Branco ficam na região agreste do Estado;Tangará, por sua vez, localiza-se na Boroborema Potiguar (MAPA 3).

Quanto ao tempo de atuação dos feirantes, identificamos no Gráfico 2 que um percentual de 31% dos entrevistados possui um período superior a mais de 20 anos de trabalho na feira. No outro extremo, é relevante o número de pessoas que têm menos de 10 anos de atuação na feira - totalizando 26% entre os que responderam ter entre 6 a 10 anos e 21%, entre os que possuem menos de 5 anos.

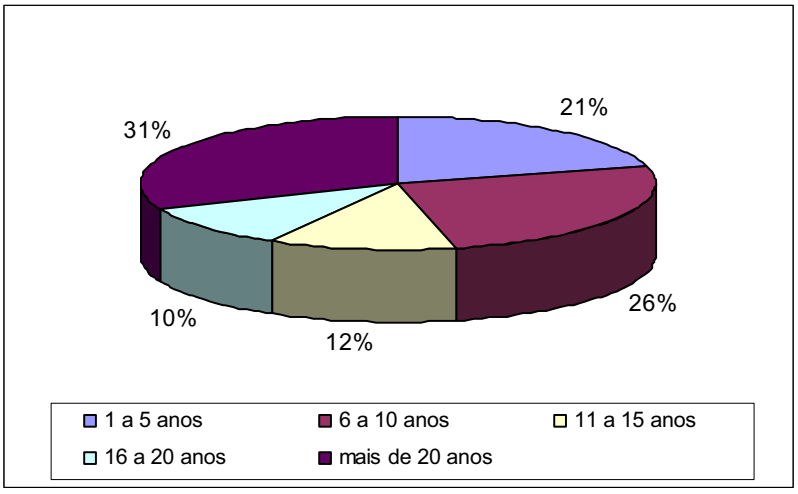
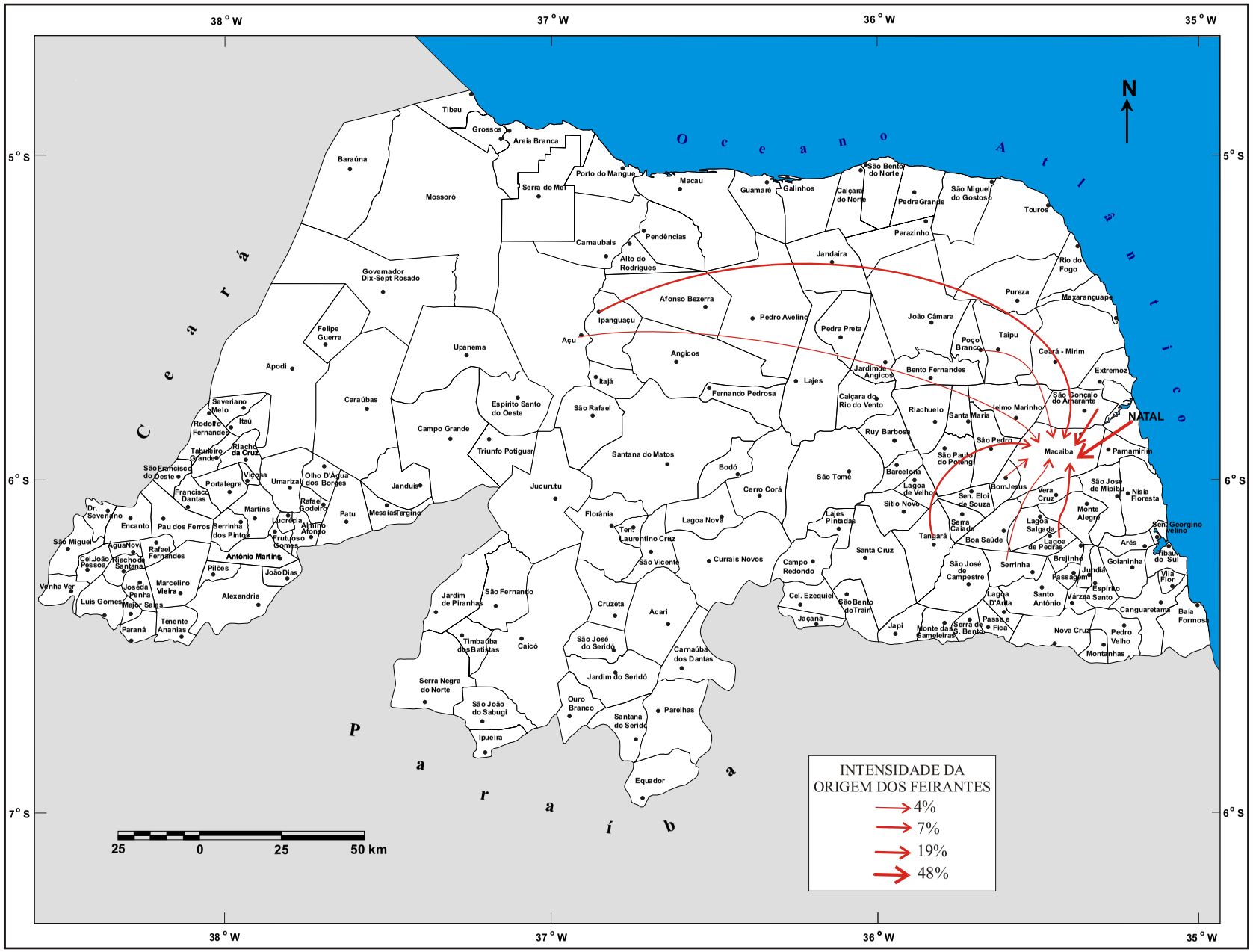


Gráfico 2 – Tempo de atuação dos vendedores na feira.
Fonte: Pesquisa de campo, 2006-2007.

Estas duas realidades demonstram que a feira é, ao mesmo tempo, o espaço dos chamados “feirantes de ofício”, isto é, de pessoas que sempre a tiveram como principal meio de sobrevivência, onde muitos deles iniciaram o trabalho juntamente com outros familiares (pais, tios, avós) e onde vêm permanecendo; e o espaço daquelas pessoas que procuram uma segunda alternativa de renda, ou ainda encontram nessa atividade uma forma de fugir da situação de precariedade do emprego no chamado “setor formal da economia”.

MAPA 3 – Municípios de origem dos feirantes vendedores



MAPA 03: Município de origem dos feirantes vendedores.
Fonte: Mapa Base IBGE, 2000. Dados obtidos Pesquisa de Campo 2006-200. Adaptado por Rosana França, 2007.

Tal situação é demonstrada na pesquisa, segundo a qual, na feira, predominam as pessoas que não desempenham qualquer atividade, o que representa 59% dos entrevistados, enquanto o percentual de pessoas que afirmaram estar ligadas a outra atividade chega a 41%, dentre as quais destacam-se: professor, vendedor, taxista, cobrador de ônibus, mecânico e pedreiro.

Uma das explicações para esse número de pessoas que têm a feira como única alternativa de renda é a baixa escolaridade da maior parte dos feirantes, pois, do total de entrevistados, 20% afirmaram ser analfabetos, 28% se declararam alfabetizados, 35% afirmaram ter concluído apenas o Ensino Fundamental, enquanto só 17% possuem o Ensino Médio ou Superior (GRÁFICO 3).

Devido à grande quantidade de pessoas que utilizam a feira como único meio de sobrevivência, 83% dos entrevistados possuem banca própria, comercializando todos os sábados, enquanto 17% afirmaram alugar o ponto para poder vender seus produtos, sendo que neste grupo está o maior número de pessoas que ficam sem vir à feira em algum período do ano.

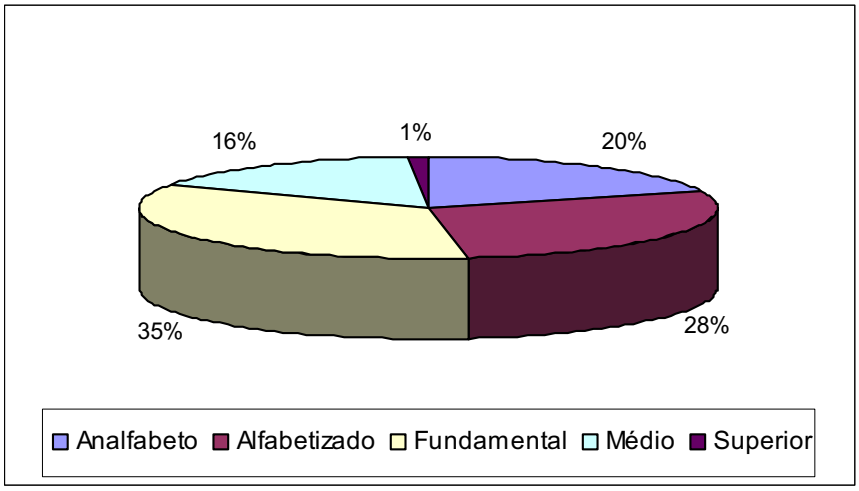


Gráfico 3 – Grau de escolaridade dos feirantes.
Fonte: Pesquisa de campo, 2006-2007.

Uma outra questão levantada na pesquisa refere-se às formas como os feirantes se deslocam desde o seu local de residência até à feira. A forma mais adotada é o carro particular ou fretado (48%), estando incluídos nesse tipo de condução os carros fechados de 2 ou 4 portas, as caminhonetes "tipo *pick-up*" e as *vans* de lotação. Esses veículos transportam os feirantes e suas mercadorias desde o seu local de origem, na zona urbana ou rural, e de outros municípios, até Macaíba,

ficando estacionados nos arredores esperando o final da feira para serem carregados novamente e retornarem aos seus municípios ou levá-los para outras feiras (FIGURA 22). Mesmo sendo pouco utilizados, os caminhões desempenham grande importância para o transporte não só dos feirantes como também dos consumidores.

Embora não exprimindo exatamente a origem de muitos dos feirantes – já que muitos destes tomam o transporte ao longo do caminho –, procuramos identificar, através de conversas com os donos dos veículos, a origem destes, como forma de vermos até onde vai o alcance espacial da feira.

A partir desse levantamento, pudemos evidenciar que os transportes que chegam à feira são oriundos dos distritos localizados na zona rural de Macaíba, como: Traíras, Cana Brava, Cajazeiras, Jundiaí, Betulha, Riacho do Sangue, Riacho do Feijão, Lagoa do Sítio, Periperi etc; e de outros municípios próximos, como São Gonçalo do Amarante e seus distritos, como Bela Vista, Utinga, Igreja Nova, Ladeira Grande, Barro Duro, Pajuçara, Guanduba; além de Vera Cruz, Bom Jesus e Ielmo Marinho.

FIGURA 22 – Caminhões em área de estacionamento da feira. **Foto**: Geovany Dantas, 2007.

Juntamente com o carro, o deslocamento a pé representa a segunda forma adotada por 33% dos feirantes. Isto ocorre, porque a maior parte destes reside na zona urbana e suburbana de Macaíba, o que diminui os gastos com transporte. Outras formas de deslocamento adotadas pelos feirantes são: a bicicleta (3%), que é um dos meios de transporte mais utilizados em Macaíba; as

motocicletas (5%); e os ônibus (6%), que são utilizados, principalmente, pelos feirantes que residem em Natal e que não possuem automóvel (GRÁFICO 4).

No caso das motos, vale ressaltar que, desde meados da década de 1990, estas se tornaram o meio de transporte que apresentou maior crescimento entre os usuários, devido a fatores como o preço reduzido, em relação aos automóveis, a facilidade de deslocamento e o menor custo de manutenção. Nesse contexto, surgem os "moto-táxis", uma forma de transporte que veio concorrer com os "táxis-automóveis", encontrando rápida aceitação entre a população.

Um dos aspectos que também chama a atenção desse crescimento no uso das motocicletas é que estas vêm provocando a diminuição da presença dos jegues e dos cavalos na feira. Antes considerados "personagens" de grande importância no deslocamento das pessoas nas cidades, estes passaram a ser substituídos pelos veículos automotores e ciclomotores, mais rápidos e considerados por muitos um investimento.

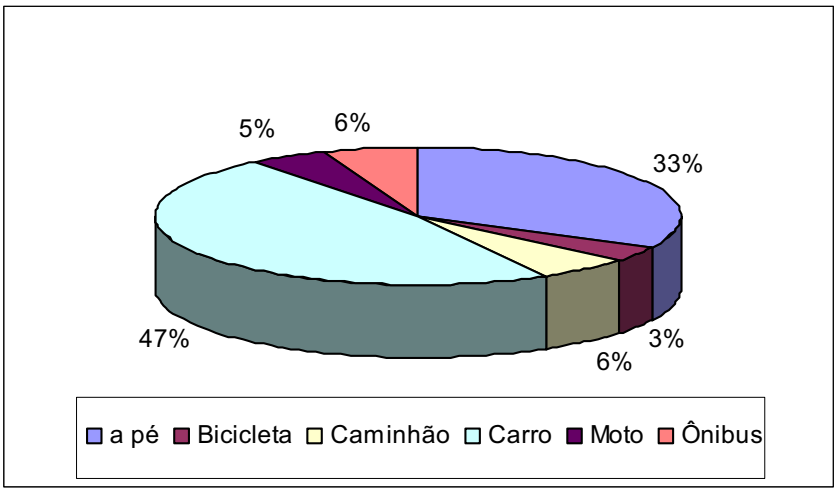


Gráfico 4 – Principais meios de deslocamento dos feirantes
Fonte: Pesquisa de campo, 2006-2007.

Os meios de transporte não possuem importância somente para o deslocamento dos feirantes. Também o são para a circulação dos produtos comercializados na feira. Como já vimos anteriormente, um dos fatores que explica as transformações sofridas no processo de distribuição da produção agrícola e industrial nos últimos anos diz respeito exatamente à expansão desses meios. Como também já vimos, esse processo acarretou modificações na origem dos produtos que são comercializados na feira.

Se até às décadas de 1960, 1970 e 1980 era o município de Macaíba a grande área fornecedora de produtos para a feira, hoje, a maioria destes são adquiridos em outros municípios do Estado (totalizando 49%). 26%, inclusive, vêm de outros estados, conforme demonstra o Gráfico 5. Os produtos adquiridos em Macaíba totalizam apenas 17%, enquanto os que vêm tanto de Macaíba como de outros municípios representam 8% do total.

Um dos exemplos da presença dos produtos de outros Estados na feira, ocorre no setor de roupas e calçados. A exemplo do que se dá na maior parte das feiras pelo interior nordestino, é muito comum encontrarmos na de Macaíba a presença de produtos vindos de Caruaru, principalmente as confecções.

Praticamente todas as pessoas que comercializam roupas têm na feira de Caruaru o principal local de abastecimento de mercadorias. Todas as segundas-feiras saem de Macaíba pessoas em ônibus fretado com destino à cidade do agreste pernambucano para comprar naquela feira, que é uma das principais do Nordeste. Em Caruaru, não são compradas apenas roupas, mas também aparelhos de som portáteis, brinquedos, artigos de decoração, dentre outros. Além de Caruaru, outro grande pólo fornecedor de confecções para a feira é a cidade de Fortaleza.

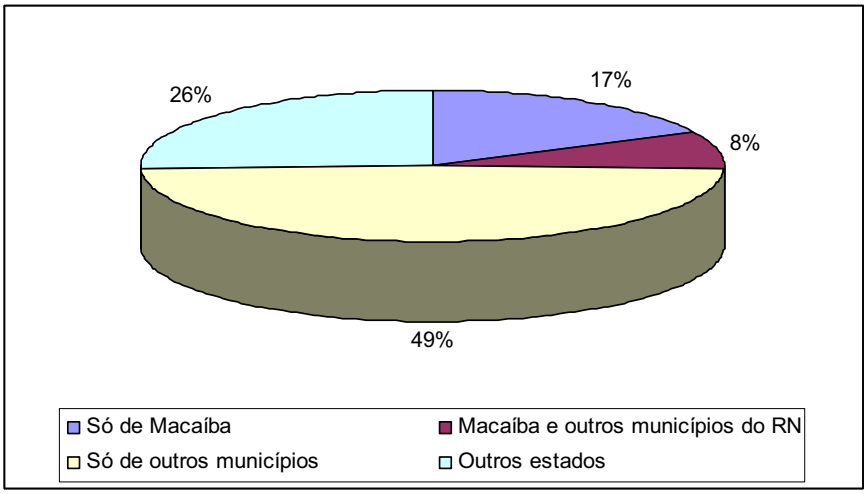


Gráfico 5 – Origem dos produtos da feira
Fonte: Pesquisa de campo, 2006-2007.

No setor de calçados, os fornecedores são: São Paulo, Rio Grande do Sul, Minas Gerais e cidades do interior do Ceará e da Paraíba; as cidades do brejo paraibano contribuem fortemente com a produção de ervas, alho, temperos naturais, condimentos, redes e produtos de artesanato.

É no setor de carnes onde está a maior contribuição de Macaíba para o abastecimento da feira, pois 60% dos produtos que têm como origem o município estão nesse setor. No entanto, um aspecto chama a atenção neste dado: Macaíba não dispõe nem de um matadouro público nem de um frigorífico, o que é de se presumir que o abastecimento de carne na feira seja realizado por abatedouros clandestinos.

Mesmo com o fechamento do Matadouro Público Municipal, na década de 1990, o que vinculou fortemente este setor aos frigoríficos da capital e de outros estados, muitos feirantes ainda continuam abatendo por conta própria suas carnes e comercializando-as na feira. Os animais são comprados junto a pequenos produtores de Macaíba ou municípios próximos, não passando por qualquer controle quanto aos aspectos de sanidade. O abate é realizado em instalações improvisadas, sem condições de higiene e longe da inspeção sanitária, além do fato de a carne não passar por qualquer tipo de acondicionamento e o transporte não seguir os critérios exigidos.

Quando indagados sobre a procedência e qualidade da carne, os feirantes atestam que esta é de “boa qualidade”, apresentando como principal argumento o fato de a mercadoria já possuir comprador certo. Alguns feirantes, no entanto, colocam em dúvida a procedência dessas carnes, afirmando que, na feira de Macaíba, há a comercialização da chamada “murrinha”, isto é, carne de animais que muitas vezes apresentam algum tipo de doença.

Esta é uma situação grave, na medida que a ausência de uma fiscalização, tanto no que se refere ao abate desses animais quanto à qualidade da carne que é comercializada na feira, poderá colocar em risco a saúde dos consumidores, que muitas vezes não procuram se certificar da origem do produto, depositando uma confiança apenas no feirante de que o produto comercializado é de qualidade garantida.

De todos os setores da feira, o de frutas, legumes e verduras é o que apresenta a maior concentração quanto à área de origem, pois 63 % dos feirantes que comercializam nesse setor afirmaram adquirir suas mercadorias na Ceasa, em Natal. Vimos anteriormente que a principal característica dessa central é ser a grande concentradora da produção hortifrutigranjeira que é consumida no Estado, sendo nela que os feirantes adquirem suas mercadorias.

Este setor é o grande contribuinte para a elevada participação de Natal no abastecimento da feira, na medida que 69% dos produtos que têm como origem outros municípios do Estado são comprados na capital. Os outros 31%, por sua vez, adquirem suas mercadoria diretamente de produtores em cidades do interior do estado.

Além de Natal, outros municípios do Estado contribuem para o abastecimento da feira, dentre os quais podemos destacar: São Gonçalo do Amarante, com frutas, legumes e verduras; Maxaranguape, Assu e Guamaré, com peixes e crustáceos; Tangará, Serrinha e Santo Antônio, com feijão, milho e farinha; e Jardim de Piranhas e Caicó, com redes, chapéus e bonés (MAPA 4).

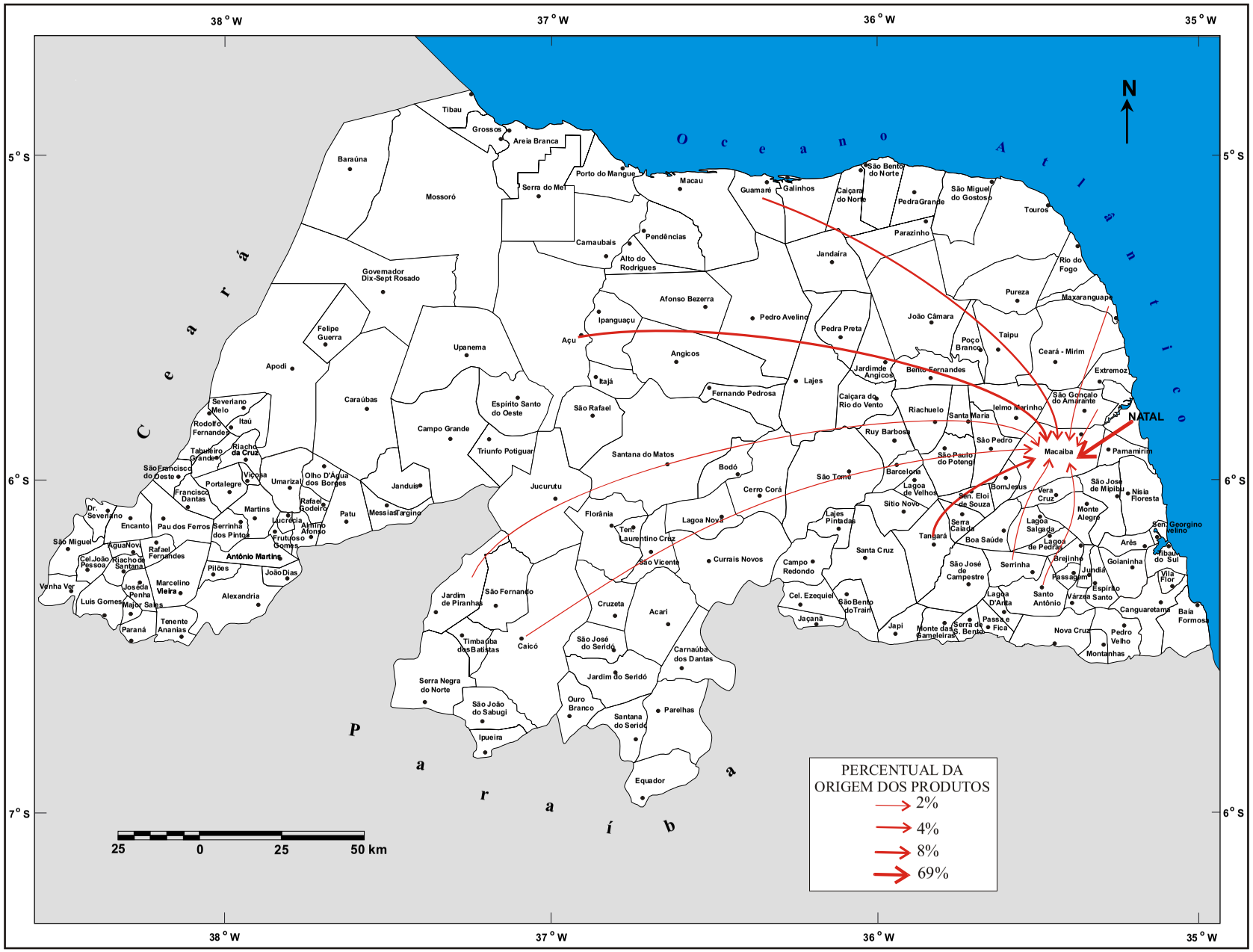
Dependendo do tipo de produto comercializado, o feirante avalia se é proveitosa ou não a participação dele em outras feiras pelo interior do Estado ou ainda na capital. No levantamento realizado, ficou evidente que há um equilíbrio entre aqueles que se deslocam com suas mercadorias para outras feiras - que representa 51% do total de entrevistados - e aqueles que por algum motivo não adotam essa prática - que totaliza 49%.

Por se realizarem em dias distintos, os circuitos dos feirantes podem envolver tanto as feiras de municípios vizinhos a Macaíba como as dos bairros em Natal (MAPA 5). No interior, as feiras mais procuradas são a de Bom Jesus, nos domingos, citada por 27% dos feirantes; a de Lagoa de Pedra, nas segundas, freqüentada por 11% dos entrevistados; e a de São Gonçalo do Amarante e São Paulo do Potengi, ambas nos domingos, com 4% de participação.

Outras feiras citadas foram as de São Pedro (nas segundas-feiras), Touros (nas terças-feiras) e Vera Cruz (nos domingos), mencionadas por 2% dos vendedores; e as de Poço Branco (nos domingos) e Goianinha (também nos domingos), com 1% cada uma.

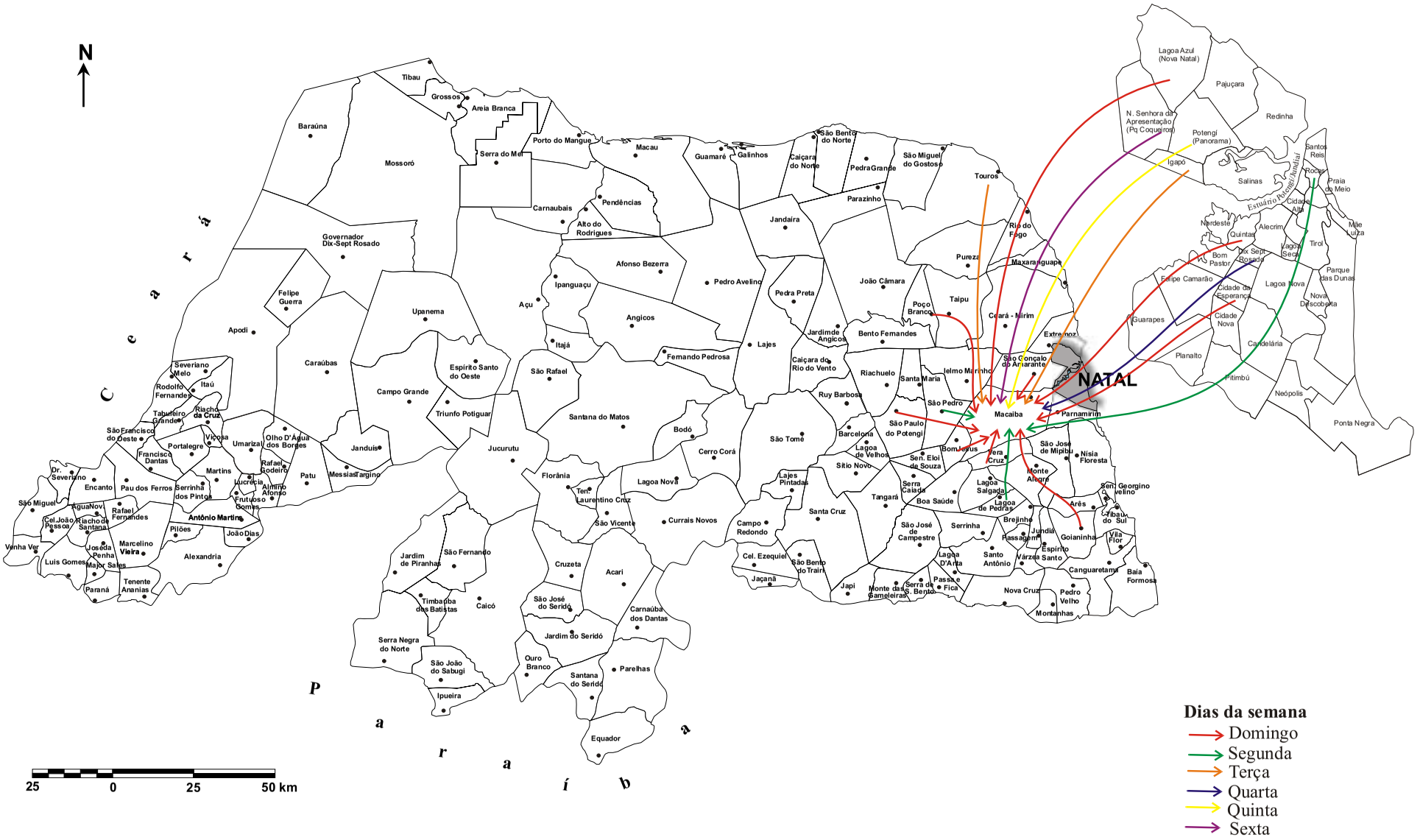
No que se refere às feiras de bairro em Natal, as mais freqüentadas são a tradicional feira da Cidade da Esperança, nos domingos, citada por 27% dos entrevistados, e a do Carrasco (nas terças-feiras), que é freqüentada por 14% dos feirantes. Além destas, também entram no circuito as feiras de Felipe Camarão (7%), Igapó, Panorama e Rocas (2% cada uma) e Nova Natal, Quintas e Parque dos Coqueiros (1% todas).

Mapa 4 – Origem dos produtos: outros municípios do RN



MAPA 04: Origem dos produtos provenientes de outros municípios do RN.
Fonte: Mapa Base IBGE, 2000. Dados obtidos Pesquisa de Campo 2006-200. Adaptado por Rosana França, 2007.

MAPA 5 – Circuito dos feirantes vendedores em Natal e no interior



MAPA 05: Circuito dos feirantes vendedores em Natal e no Interior.
Fonte: Mapa Base IBGE, 2000. Dados obtidos Pesquisa de Campo 2006-2007. Adaptado por Rosana França, 2007.

Quando analisamos a mobilidade dos feirantes de acordo com cada setor da feira, é possível observar que em determinados setores os feirantes tendem a apresentar maior percentual de deslocamento, conforme registra a Tabela 4.

Tabela 4 – Mobilidade dos Feirantes Vendedores por Setor

Setores	Sim (%)*	Não (%)**
Carnes	50	50
Calçados	67	33
Frutas, Legumes e Verduras	38	62
Peixes e Crustáceos	60	40
Cereais e Estivas	33	67
Roupas	50	50
Outros Setores	79	21

Fonte: Pesquisa de campo, 2006-2007.
* Equivale ao percentual dos feirantes que freqüentam outras feiras.
** Representa o percentual dos feirantes que não participam de outras feiras.

Pelos dados da Tabela, podemos observar que o setor que apresenta maior percentual de mobilidade é o de calçados. Diferentemente de outros produtos que necessitam de acondicionamento e cuidado no transporte, essa é uma mercadoria de fácil manuseio, propiciando aos feirantes maior possibilidade de deslocamento. Muitos dos vendedores desse setor possuem bancas desmontáveis, o que dispensa recorrer ao aluguel em outras feiras. Alguns optam ainda por expor seus produtos em cima de lonas ou caixas de plástico (FIGURA 23).

FIGURA 23 – Exposição de calçados em cima de caixas plásticas. **Foto**: Geovany Dantas, 2006.

De todos os setores de produtos que são classificados como perecíveis na feira, o que apresenta maior mobilidade é o setor de pescado. Como os feirantes

desse setor são geralmente pessoas ligadas diretamente à pesca, eles armazenam as mercadorias em grandes caixas de isopor com gelo, que conserva o produto por um tempo prolongado. O grande problema, no entanto, é a forma como este é exposto e manuseado pelo feirante. Como já comentamos, este setor da feira é o que causa pior impressão ao consumidor, pois, na maior parte das vezes, os chamados "miúdos" (vísceras e escamas) são jogados no chão próximo às caixas de armazenamento, atraindo moscas e outros mosquitos.

De todos os setores, o que apresenta menor percentual de mobilidade é o setor de frutas, legumes e verduras. Como necessitam de muitos cuidados no transporte, geralmente fica inviável para os feirantes deslocar-se com a mercadoria para outras feiras. Assim, eles procuram comprar uma quantidade de mercadoria suficiente para comercializar apenas numa única feira. Quando não conseguem, vendem o excesso na "feirinha", que é realizada ao longo da semana atrás do CEMAB, geralmente com o preço reajustado.

Para muitos dos feirantes, o deslocamento depende também do volume de vendas alcançado durante a feira. Nas entrevistas, estes afirmaram existir uma variação entre as vendas dentro do mês e que o maior volume se dá exatamente no primeiro e no último sábado, período de pagamento do funcionalismo público estadual e municipal, das aposentadorias e dos trabalhadores do setor privado. Fora desse período, a queda no volume de vendas é, segundo os feirantes, considerável.

A chamada "feira dos velhos", no início do mês, é a mais esperada por boa parte dos feirantes, mas ainda assim alguns alegam que vem ocorrendo uma diminuição no movimento, como o senhor Cícero Francisco de Medeiros (64 anos), quando diz que "no período que o pagamento do benefício dos velhos ia até o meio do mês, o movimento era bom até à segunda feira do mês. Agora chega somente à primeira e às vezes nem isso".

Tal situação de queda no volume das vendas vem se refletindo no faturamento, pois, de acordo com os feirantes entrevistados, o lucro por feira é quase irrisório, se considerarmos que, de todo o dinheiro por eles "apurado", boa parte é utilizada para pagar a mercadoria. Assim, ao final do mês, o faturamento com a feira chega a ser no máximo de um salário mínimo e "às vezes nem isso" como nos respondeu uma feirante.

4.4.3 Perfil dos Consumidores

Ao mesmo tempo que procuramos identificar as principais características dos feirantes que comercializam em Macaíba, também buscamos conhecer o perfil do consumidor que faz uso da feira (APÊNDICE B). Semanalmente, são milhares as pessoas que se deslocam de suas residências para comprar os mais variados produtos. Durante as mais de seis horas que a feira permanece em funcionamento, o vai-vem dos consumidores transforma-a numa grande praça de comércio e das mais variadas formas de interações e manifestações socioculturais.

Os seus freqüentadores são constituídos por 65% de pessoas residentes nos vários conjuntos e loteamentos que formam a área urbana de Macaíba; e 20%, de moradores residentes nos inúmeros distritos localizados na zona rural do município, como: Traíras, Cana Brava, Cajazeiras, Jundiaí, Betulha, Riacho do Sangue, Riacho do Feijão, Lagoa do Sítio, Periperi, Capoeira. Além destes, outros 15% são formados por consumidores provenientes de outros municípios próximos, como Vera Cruz, Bom Jesus, Ielmo Marinho e São Gonçalo do Amarante.

Da mesma forma que acontece com os feirantes vendedores, a grande maioria das pessoas que compram na feira mora na cidade, e a principal forma utilizada por elas para chegar à feira é o deslocamento a pé (58%). Também há os que se deslocam de bicicleta (5%) ou ainda de mototáxi (10%). Já para os residentes na zona rural e em outros municípios, os principais meios de transporte utilizados são os carros particulares ou fretados (totalizando 16%), táxi (2%), caminhões e ônibus (2% e 7%, respectivamente), que chegam à feira nas primeiras horas da manhã (GRÁFICO 6).

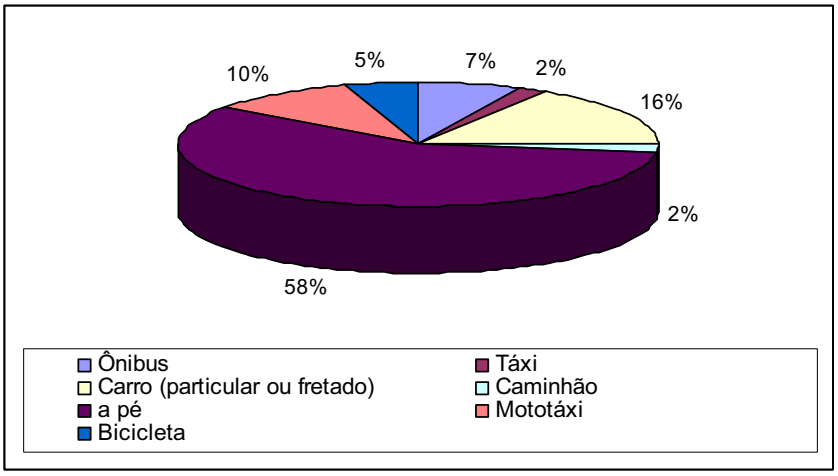


Gráfico 6 – Meios de deslocamento dos consumidores.
Fonte: Pesquisa de campo, 2006-2007.

Procuramos identificar junto aos consumidores o local de preferência para realizar suas compras e constatamos que 20% dos entrevistados preferem a feira, 25% optam pelos supermercados, enquanto 55% utilizam um e outro.

No caso dos consumidores que compram somente na feira, a principal justificativa da preferência está relacionada aos seguintes motivos: o preço mais baixo do produto; a possibilidade de negociação (a famosa *pechincha*) com o vendedor; a qualidade de alguns produtos, que é muitas vezes melhor do que os encontrados no supermercado; e, por fim, a maior tranqüilidade, pois, no dia da feira, os supermercados registram um maior movimento.

Para o grupo dos que optam somente pelos supermercados, os motivos da escolha estão relacionados, principalmente, a uma maior diversificação dos produtos, já que neles não se encontram somente alimentos, mas produtos de higiene e limpeza, utilidades para o lar, industrializados, laticínios, açougue, frios e cereais; a segurança, por se tratar de um ambiente fechado e com vigilância interna; o conforto e a comodidade de encontrar todos os produtos acessíveis para escolha; as facilidades de pagamento, através dos cartões de créditos, e, finalmente, as promoções.

Discutimos anteriormente que os supermercados adotam a propaganda como estratégia principal para atrair os clientes. No caso dos supermercados de Macaíba, durante toda a sexta-feira e a manhã do sábado, circulam pela cidade vários carros de som anunciando as promoções, ao mesmo tempo que as redes colocam nas ruas várias pessoas distribuindo panfletos entre os consumidores para atraí-los às compras.

O resultado dessas estratégias é demonstrado na grande movimentação de consumidores existentes no sábado, tanto no “Rede Mais Gama”, como no “Parceiros da Economia”, quando colocam à disposição dos clientes um sortimento maior de produtos a preços mais reduzidos.

Se para muitos consumidores a feira continua a ser a principal forma de abastecimento alimentar, para outros, se tornou um hábito esporádico. À medida que os supermercados foram se estabelecendo em Macaíba, o consumidor passou a ter acesso a um serviço que está disponível praticamente todos os dias da semana e aberto da manhã à noite. Para estes, a feira deixa de ser uma rotina todos os sábados para ser um local onde geralmente ele irá para comprar alguns poucos itens de sua preferência.

Por fim, temos o grupo dos que utilizam tanto a feira como o supermercado. Observamos que, de todos os consumidores, estes são os mais seletivos, pois, na maioria das vezes, o que eles procuram é a qualidade, não importando o local a ser comprado. Geralmente, eles preferem comprar as carnes, as frutas, legumes e verduras na feira, enquanto no supermercado compram os demais produtos (limpeza e higiene, industrializados, etc).

Uma vez que o comércio está acessível durante toda a semana, a população termina por gastar pouca quantia em dinheiro na feira. Este fato pôde ser constatado, pois 59% dos consumidores afirmaram gastar até R$ 50,00 com compras na feira, sendo que este grupo é composto majoritariamente pela população residente na área urbana de Macaíba que utiliza o comércio em outros dias. Para a população residente na área rural ou em outros municípios, o dia da feira é o momento para a compra de mercadorias em grande quantidade, geralmente para os 7 dias da semana. Neste grupo, concentram-se as pessoas que gastam mais de R$ 50,00 ou até mais de R$ 200,00 conforme demonstra o Gráfico 7.

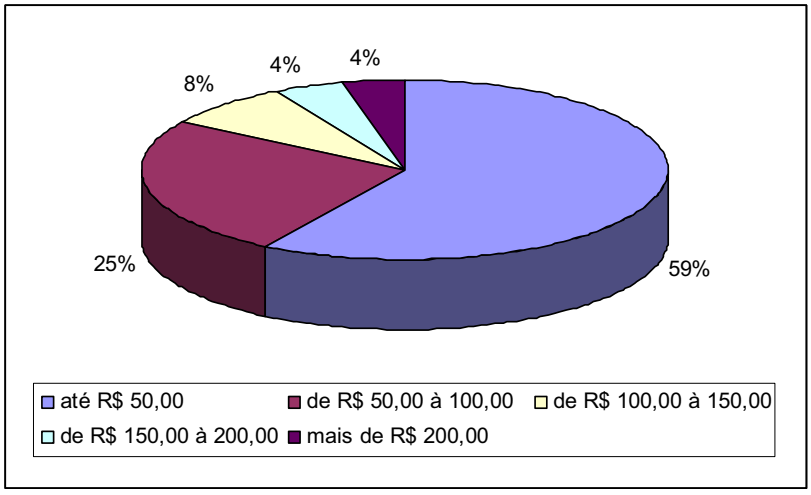


Gráfico 7 – Gastos dos consumidores na feira.
Fonte: Pesquisa de campo, 2006-2007.

Um outro fator que explica esse baixo gasto dos consumidores na feira está relacionado ao aparecimento de outras feiras no interior do Estado, pois à medida que os municípios próximos a Macaíba foram implementando suas feiras, passou a não haver mais tanta necessidade de deslocamento da população desses municípios para a feira de Macaíba, e, quando isto se dá a motivação não está relacionada unicamente às compras, mas também a outras atividades. Sendo assim,

o consumidor tem a opção de comprar na feira em Macaíba ou na feira livre de sua localidade.

4.4.4 Problemas Socioambientais da Feira

Além dos aspectos relacionados às mudanças socioespaciais e às dinâmicas ocorridas na feira, procuramos, durante as observações de campo e a aplicação dos questionários com os feirantes, identificar os maiores problemas existentes na feira. No contexto da cidade, esse evento hoje não se constitui somente num espaço de comercialização agrícola para a população, mas, também no local concentrador de problemas socioambientais não só no seu espaço como na sua área de influência.

Sendo assim, constatamos que na feira existem inúmeros problemas que vão desde a organização e localização do espaço à falta de infra-estrutura. A partir disto, podemos identificar os principais: a falta de padronização e de condições de trabalho nas bancas; a poluição por resíduos sólidos produzida no espaço da feira; falta de segurança; o intenso fluxo de carroças; a falta de estacionamento nas ruas adjacentes à feira; e os impactos gerados no trânsito da cidade. A falta de padronização e de condições físicas das bancas, por exemplo, foi pontuada pelos feirantes, como um dos maiores problemas, constatado por nós nas observações no local.

Conforme já havíamos ressaltado anteriormente, ao falar sobre o zoneamento e a organização da feira, a grande maioria das bancas existentes nesta é de madeira, com cobertura de lona plástica. Algumas poucas, principalmente no setor de roupas e calçados, é que são de ferro.

Como muitas dessas bancas apresentam uma situação física precária, isto, além de comprometer o trabalho de muitos feirantes, passa a ser um dos prováveis motivos por que os consumidores venham preterindo a feira aos mercadinhos e supermercados. Os feirantes, por sua vez, ressaltam que, devido à irregularidade existente no movimento da feira durante o mês, nem sempre eles têm condições de bancar a reforma de suas bancas ou mesmo construir outra. Ao mesmo tempo, os feirantes reclamam também da promessa de padronização das bancas e dos setores da feira feita pela Prefeitura Municipal. Por duas oportunidades, a SEMSUR desenvolveu projetos de intervenção na feira para melhorar o ambiente

de trabalho tanto para o comerciante como para os consumidores. Esses projetos iriam setorizar definitivamente a feira, distinguindo cada setor com uma cor diferente, enquanto todas as bancas passariam a ter as mesmas dimensões.

No entanto, mesmo o poder público tendo desenvolvido tais projetos, propondo melhorias no seu espaço, o grande desafio, para se poder promover mudanças no local, é conseguir vencer a resistência de alguns poucos feirantes, principalmente os mais antigos e influentes, como também de alguns comerciantes estabelecidos.

A poluição por resíduos sólidos no espaço da feira também foi apontado como problema pelos feirantes. O que observamos ao longo do trabalho é que, à exceção do setor de roupas e calçados, todos os demais setores da feira convivem com a sujeira (FIGURA 24-25).

FIGURA 24-25 – Restos orgânicos presentes no espaço da feira.
Foto: Mylena dos Santos, 2006.

Por parte dos consumidores da feira, a presença de resíduos sólidos é considerada como um elemento definidor do local onde se vai efetuar a compra. Isto ocorre, pois, em face da conscientização alcançada pelos consumidores hoje, aqueles feirantes que não observam minimamente as condições de higiene dos seus pontos de comercialização encontram dificuldades para venderem seus produtos.

Num ambiente como a feira, não é muito difícil perceber-se a existência de locais susceptíveis a contaminação. Um ambiente é caracterizado como contaminado quando possui índices elevados de contaminantes químicos ou biológicos, que podem levar risco à saúde humana, ou de determinados organismos, como o caso dos patógenos (*coliformes*, *escherichias*, *entamoebas*), metais pesados

e dos componentes orgânicos identificados em defensivos agrícolas e, conseqüentemente, nos alimentos vendidos (VAZ ET AL, 2003).

Neste sentido, a feira de Macaíba caracteriza-se pela produção permanente de resíduos sólidos nos seus setores de venda (hortifrutigranjeiros, carnes, cereais, artesanato etc.), que são gerados tanto pelos feirantes, desde a recepção e organização dos alimentos nas barracas e/ou no chão, muitas vezes, resultado da falta de conhecimento quanto ao destino mais adequado ao lixo produzido, como pelo consumidor, que por vezes se rende ao consumo de alimentos (comidas variadas, frutas, sorvetes etc.), transformando-se em gerador ao jogar no chão cascas e restos de comida.

Tal estado de coisa torna o espaço da feira desagradável não só para a visão como para o paladar, na medida que os restos de produtos que ficam jogados no chão geram um grande desconforto para quem transita na feira, além de atrairem moscas, mosquitos e cães, que são vetores de doenças.

A falta de segurança no espaço da feira é apontada como outro grave problema. Praticamente todos os feirantes já presenciaram furtos ou assaltos contra outros feirantes ou mesmo freqüentadores da feira. O trabalho de patrulha nesse ambiente fica a cargo de dois seguranças particulares que circulam por todo o espaço. Porém, o número é insuficiente em função da sua área de abrangência.

Constantemente surgem relatos de feirantes que viram furtos a colegas de trabalho e a consumidores e logo em seguida foram ameaçados, a exemplo do que aconteceu com a senhora Francisca Maria Silva Nascimento (55 anos), quando diz que “dia desses um velhinho foi assaltado aqui junto a mim e, como eu vi, o assaltante mandou que eu calasse minha boca porque senão eu seria a próxima”.

Um outro problema apontado pelos feirantes é a intensa movimentação de colocação dos ambulantes e a circulação de carroças pela feira. Os carroceiros são pessoas pagas pelos consumidores para fazerem o transporte de suas compras. Dispostos ao longo da praça “Augusto Severo”, na rua “Pedro Velho”, e ao lado do “Rede Mais Gama”, eles são requisitados todo o tempo para fazerem o serviço de entrega direta.

No entanto, em função da grande concentração de barracas em determinados setores, como os de roupas e calçados e de frutas, legumes e verduras, a grande circulação dos carroceiros torna praticamente impossível o trânsito de pessoas por entre as bancas, sem contar as bicicletas e motocicletas que

também circulam em alguns momentos. A ocupação das calçadas e de alguns espaços entre as bancas pelos ambulantes também dificulta a passagem dos freqüentadores, pois aqueles dispõem suas mercadorias nos locais destinados a circulação, o que torna muito comum o empurra-empurra de pessoas nos horários de maior movimento da feira.

Além dos problemas identificados pelos feirantes no espaço interno da feira, observamos também que tipos de problemas são gerados na sua área de abrangência. Estes estão relacionados, principalmente, ao trânsito da cidade que fica muito comprometido durante a feira e mesmo antes de sua realização.

Um dos grandes problemas enfrentados hoje por Macaíba é a debilidade da infra-estrutura viária. Vimos que até o início do século XX a cidade era privilegiada por uma posição geográfica que lhe garantia ser ponto obrigatório de passagem do Litoral em direção as regiões Agreste, Oeste e Seridó. Mesmo mantendo esta condição, Macaíba ainda apresenta a mesma organização viária desse período, não acompanhando o aumento vertiginoso no número de veículos.

Além disto, por esse município passam importantes rodovias no Estado, como as BRs 226 (também conhecida como “estrada de Mangabeira”) e a 304, que ligam Natal ao interior do Estado; e a RN-106, bastante utilizada por veículos de grande porte que saem ou que chegam do Distrito Industrial de Extremoz. Pelo centro da cidade, circulam, também, ônibus de várias empresas, que fazem o transporte de passageiros até Natal, a exemplo da “Trampolim da Vitória”, e que prestam serviços às inúmeras fábricas localizadas no Centro Industrial Avançado (CIA), além de caçambas e “caçambões” das pedreiras e das empresas de construção civil (FIGURA 26).

Os problemas no trânsito da cidade em função da feira começam na sexta-feira quando o espaço passa a ser organizado. Numa tentativa de amenizar os transtornos causados, a SEMSUR e a Secretaria Municipal de Transito e Transporte (SMTT) entraram em acordo com os feirantes para que a colocação das bancas em seus lugares só ocorra depois da oito da noite, quando diminui o trânsito, embora seja nesse momento que os supermercados da cidade aproveitam para abastecerem os seus depósitos, o que termina por gerar um grande fluxo de caminhões e carretas nessa área.

FIGURA 26 – Circulação de ônibus no horário de organização da feira. **Foto**: Geovany Dantas, 2007.

A princípio, houve resistência por parte do pessoal da organização para cumprir o acordo. A alegação era de que, como o horário sugerido para iniciar o trabalho era muito tarde e como o espaço ocupado pela feira era grande, não daria tempo para concluir o trabalho. Diante das pressões da SMTT e da SEMSUR, chegou-se a um consenso e o horário estabelecido para o transporte das bancas para as ruas seria de quatros horas da tarde, mas a organização só se iniciaria mesmo as oito horas da noite.

Os problemas também se estendem ao longo do sábado, devido principalmente à falta de estacionamento nas ruas adjacentes, pois todas precisam ser liberadas para receber o intenso fluxo de veículos. Em função de essas ruas do centro de Macaíba serem muitos estreitas, é praticamente impossível o trânsito em mão dupla, problema este agravado pelo grande fluxo de caminhões e carretas que passam pela cidade em direção aos municípios do interior do Estado ou mesmo para outros estados.

É opinião corrente entre alguns comerciantes e até entre populares a necessidade de que a Prefeitura retire a feira do lugar onde se realiza hoje para uma outra área da cidade, como forma de solucionar parte dos problemas no trânsito. No entanto, devemos lembrar que um projeto dessa envergadura necessita de um estudo mais aprofundado para que se possa saber a viabilidade dos possíveis locais para sua instalação; vencer a resistência de boa parte dos feirantes e de alguns comerciantes estabelecidos ao longo das ruas onde se realiza a feira; por fim, e não menos importante, é preciso levar em consideração que a feira não é só um espaço

físico e econômico, mas também um espaço carregado de significado simbólico construído pelos feirantes e pelos consumidores ao longo do tempo, e que, em última instância, representa um dos fatores que fazem a feira persistir ainda hoje.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Durante todos os momentos desta pesquisa estivemos interessados em compreender e analisar as modificações ocorridas na feira de Macaíba desde a década de 1960 e como estas se refletiram na sua dinâmica nos dias atuais. Com efeito, vale a pena registrar alguns dos pontos mais importantes vistos aqui para lançarmos nosso olhar sobre os motivos que fazem este mercado periódico ainda exercer tanta importância para o cotidiano urbano em Macaíba.

Inicialmente, vimos que o surgimento da feira de Macaíba foi influenciado devido a grande importância comercial que a cidade possuía no final do século XIX, a ponto de torná-la num dos principais entrepostos comerciais do Rio Grande do Norte. A feira logo alcançou grande destaque regional em função da grande movimentação de vendedores e compradores que se dirigiam para Macaíba com a finalidade de comprar e de comercializar os mais diversos produtos. Mesmo com a decadência do porto do rio Jundiaí, por volta do final do século XIX e início do século XX, a cidade manteve sua função comercial e a feira ainda permaneceu como uma das mais importantes do estado.

Na década de 1960, a entrada em funcionamento da Usina Nóbrega e Dantas permitiu uma nova dinâmica ao comércio macaibense e a ampliação da importância da feira na região. Este dinamismo foi influenciado pela grande circulação de dinheiro e de pessoas na cidade advindos da atividade algodoeira, que era a mais importante atividade econômica do estado nesse momento.

Apartir do final da década de 1970, a economia estadual passa por uma série de transformações dentre as quais podemos destacar: a crise da economia algodoeira, que levou ao fechamento de inúmeras usinas de beneficiamento em todo o estado, dentre elas a Nóbrega e Dantas; o início do processo de industrialização, fortemente influenciado pelos incentivos fiscais concedidos pela Sudene, que permitiu a instalação de inúmeras indústrias não só em Natal, mas também em Macaíba; e, por fim, como conseqüência destes dois, o crescimento urbano de Natal e dos municípios que hoje compõem a Região Metropolitana, que possibilitou uma modificação nos padrões de consumo da população e a ampliação das atividade ligadas ao setor de comércio e de consumo.

Todas essas mudanças ocorridas tiveram fortes repercussões espaciais em Macaíba. A princípio, o fechamento da usina e de algumas das indústrias instaladas levaram a um quadro de estagnação econômica no município, repercutindo também na feira, pois grande parte da movimentação de dinheiro, pessoas e mercadorias existentes na feira até então estava fortemente ligada à dinâmica da atividade industrial existente na cidade. Com isto, a feira começa a perder sua importância regional.

A proximidade com Natal permitiu que Macaíba absorvesse parte das mudanças econômicas e socioespaciais que vinham ocorrendo. Na medida que a população urbana crescia e demandava novos produtos para seu consumo, iniciou-se um processo de modernização do Setor Terciário em Macaíba, inicialmente com a chegada dos supermercados e, logo em seguida com o surgimento de novos equipamentos de comércio e de serviços.

A consolidação do setor terciário na cidade e o surgimento dos conjuntos residenciais e dos loteamentos levou a uma modificação nas formas e na função existente nas principais ruas da cidade. A paisagem que até então era dominada pelos armazéns e pelos sobrados residenciais passa a ser dominada pelos estabelecimentos comerciais e de prestação de serviços levando ao surgimento do que chamamos hoje do centro de Macaíba.

Mesmo com todas as mudanças ocorridas, a feira continuou sendo a principal forma de abastecimento para a população residente em Macaíba e em outros municípios próximos. No entanto, alguns fatores contribuíram para que ocorressem modificações na sua dinâmica da feira de Macaíba. Dentro deste quadro de referência, podemos destacar como fatores responsáveis pelas mudanças: a inserção dos supermercados como uma nova forma de comércio e de consumo na cidade; a expansão de importantes redes de comercialização no estado, como a Ceasa e as empresas de distribuição atacadista, além do surgimento de outras redes, como os frigoríficos, todas elas influenciadas pelo grande desenvolvimento das tecnologias informacionais, a exemplo da internet, e da modernização e ampliação dos meios de transporte.

No que concerne às redes de comercialização, observamos que estas foram responsáveis por mudanças que atingiram alguns dos principais agentes que faziam parte da feira. A forte presença dos produtos comercializados pela Ceasa/RN e pelas redes de distribuição atacadista levou ao desaparecimento quase que total

da figura do feirante-agricultor, que tinha grande importância no abastecimento da feira, pois, era a pessoa que possuía uma pequena ou até mesmo grande produção e se deslocava semanalmente para Macaíba com a finalidade de comercializá-la. Apartir de então, este papel será exercido pelo intermediário, pessoa que compra a produção diretamente aos produtores e leva para repassá-la aos feirantes, ou ainda pela "Ceasa/RN" para onde os feirantes se deslocam durante a semana para adquirir as mercadorias que serão vendidas na feira.

Em que pese a influência destas redes para as mudanças ocorridas na feira, entendemos que de todos esses agentes, os que mais têm influenciado na dinâmica da feira são os supermercados, pois, eles disputam (em melhor vantagem) a preferência do consumidor. Os supermercados se tornaram o expoente máximo do crescimento e da modernização do setor de comércio e serviços na atualidade tornando-se numa das modalidades de comércio varejista mais importantes na medida que procuram adotar inúmeras estratégias para atrair a fidelidade dos clientes.

A principal destas estratégias é a propaganda o que permite às redes alcançarem o máximo possível de pessoas e atrair para seu espaço diferentes tipos de clientes. Hoje, toda a divulgação das promoções e das formas de pagamento são realizadas mediantes rádio, TV, internet, folhetos promocionais distribuídos nas ruas ou mesmo através dos carros de som. No que se refere especificamente as redes que atuam em Macaíba, a "Rede Mais Gama" e a "Parceiros da Economia", podemos constatar que ambas procuram se beneficiar do grande fluxo existente a cada semana na feira realizando várias promoções para atrair os clientes.

Além destes fatores de ordem interna, o processo de expansão e modernização do setor de comércio e de serviços em Natal e o surgimento de outras feiras livres nos municípios próximos a Macaíba também têm contribuído para a diminuição da sua importância. Porém, a feira de Macaíba manteve sua importância como mercado periódico local na medida que para ela converge uma grande parcela da população das comunidades rurais do próprio município e de outros municípios próximos.

Diante desse quadro de mudanças, a feira permaneceu (e ainda permanece) sendo realizada todos os sábados. Porém, é imperativo afirmar que as transformações mencionadas anteriormente e outras que vêm se consubstanciando

mais recentemente representaram fatores determinantes para modificações na sua dinâmica. Assim, fica a seguinte questão: Por que a feira permanece?

A resposta para este questionamento reside, no nosso entendimento, em três fatores principais, são eles: um fator econômico, social e cultural. No que se refere ao fator econômico, observamos que frente ao surgimento das formas de comércio e de consumo modernos (notadamente dos supermercados) na cidade, bem como da difusão de outros vetores modernizantes da globalização, a feira torna-se um *lócus* de resistência a esta nova realidade econômica que se apresenta para a sociedade.

Não devemos esquecer o fato de que a globalização provocou nas últimas décadas profundas mudanças na esfera econômica, relacionada não só a modernização dos processos produtivos, mas, também das atividades de distribuição e de comércio e de consumo. Assim, o crescimento registrado pelo moderno setor terciário na cidade tornou de certa forma "obsoleta" e "ultrapassada" formas tradicionais de comércio, como é a feira.

No entanto, não devemos esquecer que os mesmos processos que criaram esses modernos equipamentos voltados para atender ao consumo atual, são os mesmos que reproduzem as atividades tradicionais, pois, devido à segmentação existente nesses locais e ao padrão de localização adotado, nem todos têm acesso aos produtos que são comercializados.

Além do fator relacionado à resistência, a feira também busca adaptar-se à nova realidade, como pode ser evidenciado pela presença de diversos produtos industrializados presentes, principalmente, no setor de roupas, calçados e acessórios.

Um outro aspecto que também devemos levar em consideração é a transformação ocorrida no âmbito das relações de trabalho, o que levou muitas pessoas a recorrerem às estratégias de sobrevivência dentro das chamadas atividades informais. Neste contexto, a feira representa, muitas vezes, a única forma de sobrevivência para os feirantes ou ainda um dos refúgios para a população que não consegue se inserir no mercado de trabalho. Este fato foi constatado durante a pesquisa quando identificamos que uma parcela considerável dos feirantes não desempenha nenhuma outra atividade profissional ou estão desempregados.

A permanência da feira também pode ser compreendida dentro da noção dos circuitos da economia urbana discutidos por Milton Santos. Mesmo se constituindo numa atividade do circuito inferior, na feira também estão presentes

outras atividades que estão inseridas dentro do circuito superior, como é o caso da Ceasa/RN, das redes de distribuição atacadista e dos frigoríficos.

Sendo assim, a feira de Macaíba ainda possui uma importância econômica tanto para os vendedores quanto para os consumidores, permanecendo como um dos traços mais marcantes da dinâmica da cidade. Ela se constitui num mercado periódico popular destinado à comercialização dos mais diferentes produtos (hortifrutigranjeiros, carnes, artesanato, roupas, calçados, etc.) vindos de Macaíba e dos mais diferentes lugares do Rio Grande do Norte e de outros estados da federação e ao abastecimento de uma grande parcela da população residente na cidade e nas comunidades rurais de Macaíba e de outros municípios próximos.

Ao mesmo tempo que mantém a sua importância econômica, percebemos que os principais fatores que fazem a feira de Macaíba permanecer, bem como no cotidiano das pequenas, médias e até de grandes cidades nordestinas, é a questão social e cultural.

O consumidor já está mais do que habituado a freqüentar semanalmente a feira. Ela torna-se uma extensão do seu cotidiano, ou seja, saber que todos os sábados você irá chegar, encontrar “Seu Chico”, “Seu Raimundo”, “Dona Maria” no mesmo local e ter a sua disposição o melhor produto e com a possibilidade de negociar o melhor preço. Estabelece-se, assim, uma relação de conhecimento e de confiança. De conhecimento, pois o feirante ganhou um freguês assíduo e, de confiança, porque o consumidor tem a certeza de que o produto que ele está adquirindo tem procedência.

Entendemos que o ato de compra e venda não é o único momento existente, o qual se encerra com o pagamento e a aquisição dos produtos. As relações que se estabelecem na feira envolvem uma série de outros momentos que são cada vez mais evidenciados no contato entre os diferentes atores existentes.

Sendo assim, ela é um acontecimento social que envolve as mais variadas atividades, como os cultos religiosos; as concentrações em época de campanha eleitoral; as apresentações de grupos teatrais, dos cantadores de viola e dos cordelistas, etc. Nela, também se dão inúmeros encontros e reencontros na medida que estes ocorrem, geralmente, entre as bancas onde os compradores e os consumidores se juntam para colocar as conversas em dia.

Em última analise, a feira de Macaíba é o momento em que a sociabilidade se manifesta em todas as suas dimensões e, na rua onde está se expressa com mais

intensidade. Através das inúmeras pessoas que se deslocam semanalmente para vender, comprar ou mesmo realizar outras atividades, verificamos que a feira apresenta uma efervescência social, que é caracterizada por uma multiplicidade de eventos que modifica, ainda que por um período curto, a temporalidade da cidade imprimindo um dinamismo diferente do habitual.

Mais do que uma praça de mercado com uma localização geográfica, a feira é o momento em que as pessoas se apropriam do espaço através da construção de diversas territorialidades que podem ser tanto físicas quanto simbólicas.

Diante de todos esses elementos postos, podemos afirmar que a feira é, a exemplo do que ocorre nas cidades do interior nordestino, uma expressão da cultura em Macaíba, na medida que ela é o lugar onde se expressa com mais intensidade a tradição popular. É através dos inúmeros produtos, das interações sociais e dos diversos atores envolvidos que percebemos os traços mais característicos de uma sociedade que preserva os mais "simples" hábitos, que a primeira vista parecem desconexos com a atual realidade social, mas, que se constituem exatamente numa forma de resistência ou mesmo de adaptação ao com os tempos modernos.

Não devemos esquecer que apesar de toda essa representatividade presente na feira de Macaíba, também existem problemas que dificultam o trabalho de quem necessita dela para sobreviver. Eles estão relacionados a organização e padronização dos setores; a poluição por resíduos sólidos; a falta de segurança; a fiscalização da procedência dos produtos; e, ao trânsito do centro da cidade. Entendemos que estes problemas são resultantes de dois fatores que estão ligados à gestão por parte do poder público municipal e a resistência de parte dos feirantes a qualquer intervenção no espaço.

A feira de Macaíba contribuiu (e ainda contribui) para a dinâmica econômica do município, pois é fonte de trabalho para centenas de pessoas, ao mesmo tempo que é responsável por concentrar uma parcela da produção agropecuária e industrial destinada ao abastecimento da população local e de outros municípios. É verdade que todas as mudanças ocorridas nas últimas décadas, fizeram com que a feira perdesse toda a expressividade de mercado periódico regional, mas, acima de tudo, demonstrou que ela possui um forte poder de resistência e de adaptação a todas essas mudanças ocorridas nos campos econômico, social e cultural.

REFERÊNCIAS

ALECRIM, Otacílio. **Província submersa**. [s. l.]: Proust-Clube, 1957.

ANDRADE, Manuel Corrêa de. **Geografia, região e desenvolvimento**. 2. ed. Recife: Braziliense, 1971.

_____. **O processo de ocupação do espaço regional do Nordeste**. Recife: Sudene, 1979. (Estudos Regionais).

_____. **A pecuária no agreste pernambucano**. Recife: ESAM: Fundação Guimarães Duque, 1991. (Coleção Mossoroense. Série C, v. 738).

_____. **Geografia econômica do Nordeste**: o espaço e a economia nordestina. 3. ed. [S.l.]: Atlas, 1997.

_____. **A terra e o homem no Nordeste**: contribuição ao estudo da questão agrária no Nordeste. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

ARAÚJO, Douglas. **Surgimento e decadência das oficinas de carne seca do RN**. Natal: EDUFRN, [1991?]. (Coleção Humanas Letras).

ARAÚJO, José Alexandre Gonçalves de; RODRIGUES, Maria de Fátima Ferreira. A feira e o mercado central de Campina Grande/PB: leitura da paisagem e imagens do lugar. **Sociedade e Território**, Natal, v. 16, n. 1-2, p. 179-196, jan./dez., 2004.

ARAÚJO, Marcos Antônio Alves de. Feira livre de Caicó/RN: mudanças e permanências. In: SEMANA DE HUMANIDADES, 13., 2005, Natal, **Resumos...** Natal: Universidade Federal do Rio Grande do Norte, 2005. Não paginado.

ARAÚJO, Marcos Antônio Alves de; MORAIS, Ione Rodrigues Diniz. Territorialidades e sociabilidades na feira livre da cidade de Caicó (RN). **Caminhos de Geografia**, Uberlândia/MG, v. 23, n. 17, p. 244 - 249, fev. 2006. Disponível em: <http://www.ig.ufu.br/revista/caminhos.html>.

ARROYO, Maria Mônica. Dinâmica territorial, circulação e cidades médias. In: SPOSITO, Eliseu Savério; SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão; SOBARZO, Oscar (Org.). **Cidades médias**: produção do espaço urbano e regional. São Paulo: Expressão popular, 2006. p. 71-85.

BEAUJEU-GUARNIER, Jacqueline. **Geografia urbana.** 2. ed. Tradução Raquel Soeirode brito. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkisn, 1997.

BRANDÃO, Sandra Márcia Chagas; FERREIRA, Sinésio Pires. Setor terciário: dificuldades para sua definição. **São Paulo em Perspectiva**, v. 6, n. 3, p. 16-24, jul./set. 1992.

BRAUDEL, Fernand. **O jogo das trocas**. São Paulo: Martins Fontes, 1998. v. 2.

BROMLEY, R. J. Os mercados periódicos nos países em desenvolvimento: uma revisão. **Revista Brasileira de Geografia**, Rio de Janeiro, v. 42, n. 3, p. 646-657, jul./set. 1980.

BROMLEY, R. J.; SYMANSKI, Richard; GOOD, Charles M. Análise racional dos mercados periódicos. **Revista Brasileira de Geografia**, Rio de Janeiro, v. 42, n. 1, p. 184-194, jan./mar., 1980.

BRUMES, Karla Rosário. Cidades: (re) definindo seus papéis ao longo da história. **Caminhos de Geografia**, v. 3, n. 1, p. 47-56, mar. 2001.

CACCIAMALI; Maria Cristina. **Setor informal urbano e formas de participação na produção**. São Paulo: Editora IPE, 1983 (Série Ensaios Econômicos, n. 26). Apresentado originalmente como tese (Doutorado em Economia) – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo

CARDOSO, Maria Francisca Thereza C. Feira de Caruaru. In: INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Tipos e aspectos do Brasil**. 10. ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Departamento de Documentação e Divulgação Geográfica e Cartográfica, 1975.

CARLOS, Ana Fani. **A (re) produção do espaço urbano**. São Paulo: Edusp, 1994.

_____. O lugar e as práticas cotidianas. In: CARLOS, Ana Fani Alessandri. **O espaço urbano:** novos escritos sobre a cidade. São Paulo: contexto, 2004. p. 47-58.

CARRERAS, Carles. Os novos espaços de consumo em Barcelona. **Finisterra**, v. 29, n. 57, p. 103-117, 1994.

CHRISTALLER, Walter. **Os lugares centrais na Alemanha do Sul**. Tradução Mário Antônio Eufrásio. São Paulo, 1981. Mimeografado.

CLEMENTINO, Maria do Livramento Miranda. **O maquinista de algodão e o capital comercial**. Natal: UFRN/CCHLA, 1987.

_____. **Economia e urbanização:** o Rio Grande do Norte nos anos 70. Natal: UFRN/CCHLA, 1995.

_____. Rio Grande do Norte: novas dinâmicas, mesmas cidades. In: GONÇALVES, Maria Flora; BRANDÃO, Carlos Antonio; GALVÃO, Antonio carlos (Org.). **Regiões e cidades, cidades nas regiões:** o desafio urbano-regional. São Paulo: UNESP: ANPUR, 2003. p. 387-404.

CORADINI, Lisabete. **Praça XV**: espaço e sociabilidade. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 1995. (Coleção Teses, v. 5).

CORRÊA, Roberto Lobato. Status socioeconômicos e centralidade: uma interpretação. **Geografia**, v. 2, n. 3, p. 51-59, abr. 1977.

_____. **Trajetórias geográficas**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1997.

_____. Interações espaciais. In: CASTRO, Iná Elias de; GOMES, Paulo César da Costa; CORREA, Roberto Lobato (Org.). **Explorações Geográficas**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1997. p. 279-318.

_____. Espaço: um conceito-chave da geografia. In: CASTRO, Iná Elias de; GOMES, Paulo César da Costa; CORRÊA, Roberto Lobato. **Geografia**: conceitos e temas. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005, p. 16-47.

COSTA, Ademir Araújo da. **A verticalização e as transformações do espaço urbano de Natal**. 2000. 352 f. Tese (Doutorado em Geografia) – Instituto de Geociências, Universidade Federal do Rio Janeiro, Rio de Janeiro, 2000.

COSTA, Andréia Ferreira; CLEPS, Geisa Daise Gumiero. A inserção da feira-livre no espaço urbano de Uberaba/MG. In: SIMPÓSIO REGIONAL DE GEOGRAFIA. 2., Uberlândia. **Anais ...** Uberlândia: UFU, 2003. Não paginado

DANTAS, Geovany Pachelly G. **Cidade e mercados periódicos**: um estudo da apropriação do espaço urbano ocupado pela feira livre de Macaíba/RN. 2004. 65 f. Monografia (Bacharelado em Geografia) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2004. Orientador: Prof. Dr. Ademir Araújo da Costa.

_____. **A constituição dos eixos de circulação e a difusão das redes de supermercados em Natal/RN**. 2005. 19 f. Trabalho final apresentado a disciplina Inovações Tecnológicas e suas Implicações Territoriais, Programa de Pós-Graduação e Pesquisa em Geografia/Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

_____. **A expansão do setor de comércio e de serviços:** um estudo a partir da espacialidade das redes de supermercados em Natal/RN. Artigo enviado para publicação na revista Sociedade e Território do Departamento de Geografia da UFRN. [No prelo].

DANTAS, Meneval. **Macaíba:** imagens, sonhos e reminiscências. Natal: Fundação José Augusto, 1985.

DEFFONTAINES, Pierre. Como se constituiu no Brasil a rede de cidades. **Cidades**, v. 1, n.1, p. 119-146, 2004.

FELIPE, José Lacerda Alves. Aspectos socioeconômicos da feira de Caicó. **Revista Terra e Sal**, v. 1, n. 1, set./nov. 1982.

FELIPE, José Lacerda Alves; CARVALHO, Edílson Alves de. **Atlas do Rio Grande do Norte**. Natal: Diário de Natal, 2002.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Novo dicionário da língua portuguesa**. 2. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986.

FUNDAÇÃO JOSÉ AUGUSTO. Centro de Pesquisas Juvenal Lamartine. **Macaíba.** Natal: Gráfica Manimbu, 1983.

GUEDES, Maria Zélia Batista. **O papel das aposentadorias e benefícios da previdência na dinâmica socioeconômica dos municípios de Equador e Parelhas/RN**. 2005. 117 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Centro de Ciências Humanas Letras e Artes, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Programa de Pós-Graduação e Pesquisa em Geografia, Natal, 2005.

GODOY, Wilson Itamar. **As feiras-livres de Pelotas/RS**: Estudo sobre a dimensão sócio-econômica de um sistema local de comercialização. 2005. 284 f. Tese (Doutorado em Agronomia) – Faculdade de Agronomia Eliseu Maciel, Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2005.

GOMES, Paulo César da Costa. O espaço público e as manifestações do recuo da cidadania. In: _____. **A condição urbana**: ensaios de geopolítica da cidade. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002. p. 169-191.

GOMES, Rita de Cássia da Conceição. **Fragmentação e gestão do território no Rio Grande do Norte**. 1997. 230 f. Tese (Doutorado em Organização do Espaço) – Universidade Estadual Paulista, Rio Claro, 1997.

GOMES, Rita de Cássia da Conceição; SILVA, Anieres Barbosa da; SILVA, Valdenildo Pedro da. Dinâmica e espacialidade do setor terciário na cidade de Natal (RN). **Sociedade e Território**, Natal, v. 14, n. 1, p. 71-78, jan./jun. 2000.

GONÇALVES, Francisco Ednardo. **Cidades pequenas, grandes problemas**: perfil urbano do Agreste Potiguar. 2005. 173 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Programa de Pós-Graduação e Pesquisa em Geografia, Centro de Ciências Humanas Letras e Artes, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2005.

GONÇALVES, Marcelino Andrade. THOMAZ JR., Antônio. Informalidade e precarização do trabalho: uma contribuição a geografia do trabalho. **Scripta Nova**. v. 6, n. 119, ago. 2002.

GOTTIDIENER, Mark. **A produção social do espaço urbano**. São Paulo: Edusp, 1997.

HARVEY, David. O urbanismo e a cidade: um ensaio interpretativo. In: _____. **A justiça social e a cidade**. Prefácio e tradução Armando Corrêa da Silva. São Paulo: HUCITEC, 1980. p. 167-243.

HUBERMAN, Leo. **História da riqueza do homem**. Tradução Waltensir Dutra. 15. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo demográfico de 1970, 1980, 1991 e 2000**. Disponível em: <www.ibge.gov.br>. Acesso em: 14 setembro 2004.

JESUS, Gilmar Mascarenhas de. **O lugar da feira livre na grande cidade capitalista**: conflito, mudança e persistência (Rio de Janeiro: 1964-1989). 1991. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Instituto de Geociência, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1991.

LEFEBVRE, Henri. **O direito à cidade**. Tradução Rubens Eduardo Frias. São Paulo: Morais, 1991.

_____. **A revolução urbana**. Tradução Sérgio Martins; Revisão técnica Margarida Maria de Andrade. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2004.

LEIROS, Jansem. **Relembranças**: estórias que fazem histórias. Natal: Nossa Editora, 1985.

LEITE, Francisco Barboza. Feiras do sertão nordestino. In: INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Tipos e aspectos do Brasil**. 10. ed. rev. e atual.. Rio de Janeiro: Departamento de Documentação e Divulgação Geográfica e Cartográfica, 1975. p. 176-178.

LIMA, Luiz Cruz; ROCHA, Adriana Marques. Expansão do terciário. In: ELIAS, Denise (Org.). **O Novo espaço da produção globalizada:** o baixo Jaguaribe. Fortaleza: FUNECE, 2002. p. 217-252.

LIMA, Luiz Cruz; ROCHA, Adriana Marques. Um esboço conceitual do terciário e dos serviços. In: ENCONTRO NACIONAL DA ANPEGE, 6., 2005, Fortaleza. **Anais...** Fortaleza: ANPEGE, 2005.

LIMA, Pedro de. **Luís da Câmara Cascudo e a questão urbana em Natal**. Natal: EDUFRN, 2006.

LIPIETZ, Alain. O terciário, arborescência da acumulação capitalista: proliferação e polarização. In: _____. **O Capital e seu espaço**. São Paulo: Nobel, 1988. p.177-209.

LOPES, Rodrigo. **A economia informal no Rio de Janeiro**: problema ou solução? Rio de Janeiro: MAUAD, 1993.

MAIA, Doralice Sátyro. As feiras: lugar do mercado e do encontro – um registro das observações feitas em feiras de cidades brasileiras e portuguesas. In: SEMINÁRIO LUSO-BRASILEIRO-CABOVERDIANO. ENCONTRO PARAIBANO DE GEOGRAFIA. 3., 2006, Fortaleza. **Anais...** João Pessoa: UFPB, 2006. 1 CD.

MARX, Karl. **Introdução à crítica da economia política**. São Paulo: Abril, 1974. (Coleção Os Pensadores).

MEDEIROS, Maria Suelly da Silva. **A produção do espaço das pequenas cidade do Seridó Potiguar**. 2005. 152 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Programa de Pós-Graduação e Pesquisa em Geografia Centro de Ciências Humanas Letras e Artes, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2005.

MEDEIROS, Tarcísio. **Aspectos geopolíticos e antropológicos da história do Rio Grande do Norte.** Natal/RN: Imprensa Universitária, 1973.

MELO, Hildete Pereira de et al. **Setor serviços no Brasil:** uma visão global – 1985/1995. Rio de Janeiro, IPEA, 1998.

MELO, Hildete Pereira de; TELES, Jorge Luiz. **Serviços e informalidade**: o comércio ambulante no Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: IPEA, 2000. (Texto para discussão, n. 773).

MÉNDEZ, Ricardo. **Geografía económica:** la lógica espacial del capitalismo global. Barcelona: Ariel, 1997.

MERCADINHOS de Natal criam rede de negócios. **Agência Sebrae de notícias**, Brasília, 19 mai. 2006.

MONTEIRO, Denise. **Introdução à história do Rio Grande do Norte**. Natal: UFRN, 2000.

MOREIRA, Valdemar Santos Pedreira. **Atividades sociais na feira livre de Pedro Velho/RN**. 1999. 72 f. Monografia (Bacharelado em Ciências Sociais) – Centro de Ciências Humanas Letras e Artes, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 1999.

MOTT, Luis Roberto de Barros. **A feira de Brejo Grande**: um estudo de uma instituição econômica num município sergipano do baixo São Francisco. 1975. 348 f. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – Universidade de Campinas, Campinas/SP, 1975.

MUNDORF, Lewis. **A Cidade na história**: suas origens, transformações e perspectivas. 4. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

O FINO da feira. **Tribuna do Norte**, Natal, 16 mar. 2007. Disponível em: <http://www.tribunadonorte.com.br/noticia>. Acesso em: 10 ago. 2007.

OLIVEIRA, Francisco de. O terciário e a divisão social do trabalho. **Novos estudos**, CEBRAP, São Paulo, n. 24, p. 139-168, 1997. Revista do Centro Brasileiro de Análise e Planejamento (CEBRAP).

OLIVEIRA, Bernadete A. C. de Castro; MORAIS, Carmem Sylvia Vidigal. A teoria das formas em Lefebvre. In: MARTINS, Jose de Souza (Org.). **Henry Lefebvre e o retorno da dialética**. São Paulo: Hucitec, 1996.

ORTIGOZA, Silvia Aparecida Guarniere; RAMOS, Cristhiane da Silva. A Geografia do comércio eletrônico (e-commerce) no Brasil: o exemplo do varejo. **Geografia**, rio Claro, v. 28, n. 1, p. 63-81, jan./abr. 2003.

PAIVA, Vanilda; POTENGY, Gisélia; CHINELLI, Filipina. Qualificação e inserção alternativa no mundo do trabalho: a sociologia do trabalho para além da indústria. **Novos estudos**, CEBRAP, São Paulo, n. 48, p. 121-142, 1978. Revista do Centro Brasileiro de Análise e Planejamento (CEBRAP).

PAZERA Jr., Eduardo. **A Feira de Itabaiana-PB**: permanência e mudança. 2003. 201 f. Tese (Doutorado em Geografia Humana) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2003.

PEQUENOS disputam mercado no RN. **Tribuna do Norte**, Natal, 12 fev. 2006. Disponível em: <http://www.tribunadonorte.com.br/noticia>. Acesso em: 21 ago. 2006.

PEREIRA, Lauremilton Francisco. **Perfil sócio-econômico da feira do bairro do Alecrim, Natal/RN:** o problema da ocupação do espaço. 2003. 38 f. Monografia (Bacharelado em Geografia) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2003.

PINTAUDI, Silvana Maria. O lugar do supermercado na cidade capitalista. **Geografia**, Rio Claro, v. 9, n. 17/18, p. 37-54, out. 1984.

_____. A cidade e as formas do comércio. In: CARLOS, Ana Fani ALessandri (Org.). **Novos Caminhos da Geografia**. São Paulo: Contexto, 1999. p. 137-153.

_____. **Os mercados públicos**: metamorfoses de um espaço na história urbana. Scripta Nova: Revista Eletrônica de Geografía e Ciencias Sociales, Barcelona, v. 1, 1 ago. 2006. Disponível em: <http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-218-81.htm>. Acesso em: 15 dez. 2006.

PIRENNI, Henri. **As cidades da idade média**. Portugal: Publicações Europa-América, [197?]. (Coleção Saber).

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

RAUD-MATTEDI, Cécile. A construção social do mercado em Durkheim e Weber: análise do papel das instituições na sociologia econômica clássica. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, v. 20, n. 57, p. 127-142, fev. 2005.

ROCHA, Adriana Marques; LIMA, Luiz Cruz. Um esboço conceitual do terciário e dos serviços. In: ENCONTRO NACIONAL DA ANPEGE, 6., 2005, Fortaleza. **Anais...** Fortaleza: ANPEGE, 2005.

RODRIGUES, Wagner do Nascimento. **Potengí**: fluxos do rio salgado no século XIX. Natal: Sebo Vermelho, 2003.

SALGUEIRO, Teresa Barata. O comércio e a cidade: Lisboa e Porto. **Finisterra**, v. 29, n. 57, p. 177-183, 1994.

_____. **Do comércio à distribuição**: roteiro de uma mudança. Lisboa: Celta, 1996.

SANTANA, José Wagner Costa. **Comercialização agrícola no estado de Sergipe**. 2005. 193 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) - Núcleo de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Federal de Sergipe, São Cristovão/SE, 2005.

SANTOS, Andréa Rodrigues dos. A feira livre da Avenida Saul Elkind em Londrina-PR. **Geografia**, Londrina, v. 14, n. 1, jan./jun. 2005. Disponível em <http://www.geo.uel.br/revista>. Acesso em 17 dez. 2006

SANTOS, Milton. **O espaço dividido:** os dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1979.

_____. **Espaço e sociedade**: ensaios. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 1982.

_____. **Espaço e Método**. 4. ed. São Paulo: Nobel, 1985.

_____. **Pensando o espaço do homem**. 5. ed. São Paulo: Edusp, 2004. (Coleção Milton Santos).

_____. **A natureza do espaço: técnica e tempo**: razão e emoção. 4. ed. São Paulo: Edusp, 2006. (Coleção Milton Santos).

SANTOS, Milton; SILVEIRA, Maria Laura. **O Brasil:** sociedade e território no início do século XXI. 3. ed. Rio de Janeiro; São Paulo: Record, 2001.

SANTOS, Paulo Pereira dos. **Evolução econômica do Rio Grande do Norte**: século XVI ao XX. Natal: Clima, 1994.

SEABRA, Rogério dos Santos**.** O estudo das redes geográficas a partir dos supermercados: um estudo sobre o estado do Rio de Janeiro**.** In: ENCONTRO NACIONAL DA ANPEGE, 6., 2005, Fortaleza. **Anais...** Fortaleza: ANPEGE, 2005.

SILVA, Carlos Henrique Costa da. Novas formas de comércio e consumo: estudo sobre as lojas de conveniência. **Geografia,** Rio Claro, SP, vol. 27, n.1, p.65-92, abr. 2002.

_____. As grandes superfícies comerciais: os hipermercados Carrefour no Brasil. **Geousp**, São Paulo, n. 14, p. 89-106, 2003.

SILVA, José Borzacchiello da. Discutindo a cidade e o urbano. In: SILVA, José Borzacchiello da; COSTA, Maria Célia Lustosa; DANTAS, Eustógio Wanderley C. (Org.). **A cidade e o urbano**. Fortaleza: UFC, 1997. p. 85-92.

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

SPÓSITO, Maria Encarnação B. Centro e as formas de expressão da centralidade urbana. **Revista de Geografia**, Presidente Prudente, v. 10, p. 1-18, 1991.

STRAFORINI, Rafael. **Nos caminhos das tropas**. Sorocaba: TCM, 2001.

STRAUCH, Ney. Contribuição ao estudo das feiras de gado: Feira de Santana e Arcoverde. **Revista Brasileira de Geografia**, Rio de Janeiro, ano 14, n. 1, p. 101-110, jan./mar. 1952.

VAZ, Luciano Mendes Souza et al. Diagnóstico dos resíduos sólidos produzidos em uma feira livre: o caso da feira do tomba. **Sitientibus**, Feira de Santana, n. 28, p.145-159, jan./jun. 2003. Disponível em: <http://www.uefs.br/sitientibus/tec_28/ diagnostico_dos_residuos_solidos.pdf>. Acesso em: 15 set. 2004.

VEDANA Viviane. **"Fazer a feira"**: estudo etnográfico das "artes de fazer" de feirantes e fregueses da Feira Livre da Epatur no contexto da paisagem urbana de Porto Alegre/RS. 2004. 251 f. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social), Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2004.

VIEIRA, Rute. **Dinâmicas da feira livre do município de taperoá/PB**. Paraíba, DEGEOC/UFPB, 2004. disponivel em: <http://www.cibergeo.org/agbnacional/VICBG-2004/Eixo1/e1_024.htm>. Acesso em: 15 set. 2004.

WEBER, Max. Conceito e categorias de cidade. In: VELHO, Otávio Guilherme. **O fenômeno urbano**. Rio de Janeiro: Zahar, 1967. p. 73-96.

_____. **Economia y sociedad**: esboço de sociologia compresiva. 2. ed. México: Fondo de Cultura Economica, 1996. p. 493-497.

APÊNDICES

APÊNDICE A

Pesquisa de Campo – Questionário com os feirantes vendedores
Feira de Macaíba/RN: um estudo das modificações na dinâmica socioespacial (1960/2006)

Nome do entrevistado: _____

1. Naturalidade: (1) Zona Urbana (2) Zona Rural (3) Outro Município
(4) Outro Estado
Qual? _____

2. Local de residência: (1) Zona Urbana (2) Zona Rural (3) Outro Município
(4) Outro Estado
Qual? _____

3. Tempo p/chegar: _____ 5. Modo: _____

4. Grau de instrução:
Analfabeto ( ) Alfabetizado ( ) 1º Grau ( )
2º Grau ( ) Técnica ( ) Superior ( )

5. Tempo de atuação na feira: _____

6. Produto (s) comercializado (s):
( ) Carne ( ) Roupas ( ) Frutas, legumes e verd.
( ) Peixes e crustáceos ( ) Calçados ( ) Outros
Obs.: Se a resposta for carne, especificar o tipo: _____
Se a resposta for outros, especificar o tipo: _____

9. Possui fregueses fixos? ( ) Sim ( ) Não

10. Procedência dos fregueses:
( ) somente da cidade de Macaíba ( ) de todo o município de Macaíba
( ) majoritariamente da cidade ( )de Macaíba e de outros municípios

11. Local onde adquire os produtos: _____

12. Possui alguma atividade além da feira? ( ) Sim ( ) Não
Qual? _____

13. Possui inscrição estadual? ( ) Sim ( ) Não

14. Qual a situação da sua banca? ( ) Própria ( ) Alugada ( ) Cedida
Taxa paga: R$ _____

15. Possui alguma pessoa para ajudar? ( ) Sim ( ) Não
Quem? _____

16. Participa de alguma outra feira no estado? ( ) Sim ( ) Não
Qual (is)? _____
Produto Comercializado: _____
Dias da semana:
2ª ( ) 3ª ( ) 4ª ( ) 5ª ( ) 6ª ( ) Dom. ( )

17. Para você, qual a maior dificuldade encontrada para se trabalhar na feira de Macaíba? _____
_____
_____

Outras observações: _____
_____
_____

APÊNDICE B

Pesquisa de Campo – Questionário com os feirantes compradores
Feira de Macaíba/RN: um estudo das modificações na dinâmica socioespacial (1960/2006)

Nome do entrevistado:
Data: _____/_____/_____ entrevistador: _____

1. Local de Residência
(1) Zona Urbana (2) Zona Rural (3) Outro Município (4) Outro Estado
Qual? _____

2. Naturalidade:
(1) Zona Urbana (2) Zona Rural (3) Outro Município (4) Outro Estado
Qual? _____

3. Idade: _____ 4. Sexo: (1) Masculino (2) Feminino

5. Grau de instrução:
Analfabeto ( ) Alfabetizado ( ) 1º Grau ( )
2º Grau ( ) Técnica ( ) Superior ( )
6. Profissão atual: _____

7. Qual meio utilizado para se deslocar de casa para a feira?
( ) ônibus ( ) carro particular ( ) a pé
( ) táxi ( ) caminhão ( ) mototáxi

8. Onde prefere comprar?
( ) na Feira ( ) no Supermercado ( ) nos dois
8.1 Se a resposta for “no Supermercado”, qual o local onde fica o supermercado:
( ) em Macaíba ( ) em Natal
8.2 Se a resposta for “na feira”, por quê? _____
_____
8.3 Se a resposta for “no supermercado”, por quê? _____
_____
Obs: Para a resposta “os dois”, especificar as justificativas nos dois espaços.

9. Produtos que compra com mais freqüência na feira _____
_____

10. Produtos que compra no Supermercado: _____

11. Quanto gasta por semana na feira?
( ) até R$ 50,00 ( ) entre R$ 50,00 e R$ 100,00
( ) entre R$ 100,00 e R$ 150,00 ( ) entre R$ 150,00 e R$ 200,00
( ) mais de R$ 200,00 ( ) Não Informou

12. Outros produtos que costuma comprar no comércio no dia de feira: _____

13. Você costuma freqüentar o comércio de Macaíba ou de Natal ao longo da semana?
( ) Sim ( ) Não – Para quê? _____

14. Para você, qual o maior problema existente na feira de Macaíba? _____
_____
_____

Outras Observações: _____

ANEXOS

ANEXO A

INTENSIDADE DA OFERTA DOS PRODUTOS HORTÍCOLAS NA CEASA/RN

ANEXO B

CORDEL – A FEIRA DE MACAÍBA
Autor: Lucivaldo Feitosa

I
Meu caro amigo leitor
Preste bastante atenção
Vamos juntos com as rimas
Fazer uma reflexão
Das mudanças ocorridas
Na feira deste torrão.

II
A feira de Macaíba
Tem uma função importante
Fortalece a economia
Atividade itinerante
São dezenas de produtos
Expostos pelos feirantes.

III
Tal feira se destacou
Até o meiado de setenta
Quando o comércio se expande
E o número de lojas aument
Mas a feira sobrevive
E a sua vida se sustenta.

IV
Inúmeros supermercados
Ganham consolidação
Centros de abastecimento
Atuam na região
E a feira vai se moldando
A tal globalização.

V
Esta dita atividade
Se torna sociocultural
Além do valor econômico
Tem cunho intelectual
As manifestações artísticas
Ganham destaque especial.

VI
O comércio da feira livre
É também socioespacial

Você encontra de tudo
Da indústria ao natural
Vem cliente de todo lado
Do interior à capital.

VII
Nesse mercado periódico
Tem muita variedade
Hortifrutigranjeiros
Com grande diversidade
Confecções e calçados
Pra suprir toda a cidade.

VIII
Nossa feira tem de tudo
Que se possa imaginar
Desde uma boa conversa
Até coisas pra comprar
Portanto não perca tempo
Venha logo aproveitar.