

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FACULDADE DE FILOSOFIA, LETRAS E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA

LUIZ GUSTAVO MONIZ SERRA

Feira de condomínio e as transformações no espaço urbano

Versão Original

SÃO PAULO

2018

LUIZ GUSTAVO MONIZ SERRA

Feira de condomínio e as transformações no espaço urbano

Versão Original

Trabalho de Graduação Individual apresentado ao Departamento de Geografia da Faculdade de Filosofia Letras e Ciências Humanas, da Universidade de São Paulo, como parte dos requisitos para obtenção do título de Bacharel em Geografia.

Orientadora: Prof^a. Dra. Isabel Aparecida Pinto Alvarez

SÃO PAULO

2018

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Catálogo na Publicação
Serviço de Biblioteca e Documentação
Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo

S487f Serra, Luiz Gustavo Moniz
Feiras de condomínio e as transformações no espaço urbano / Luiz Gustavo Moniz Serra ; orientador Isabel Aparecida Pinto Alvarez. - São Paulo, 2018. 73 f.

TGI (Trabalho de Graduação Individual) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo. Departamento de Geografia. Área de concentração: Geografia Humana.

1. Feira. 2. Condomínio. 3. Espaço. 4. Urbano. 5. Comércio. I. Alvarez, Isabel Aparecida Pinto, orient. II. Título.

AGRADECIMENTOS

Este trabalho significa o fechamento de um ciclo, mas isso não significa que seja o fim de um processo. O processo, nesse caso, foi o de transformação pessoal por qual passei nesses anos, mas mais importante de passar por isso foi o fato de poder perceber como isso ocorria. Aprendi a sentir e lidar com minhas emoções, a perceber como as externalidades me afetavam internamente, conseguindo escapar de um ciclo vicioso provocado por desejos e apegos por coisas que não me pertencem, e pela tentativa de controlar coisas que estavam fora do meu alcance. Percebi como isso me fazia sofrer, e então, no meio da confusão e do desespero dei o primeiro passo. Estou no início de uma longa caminhada, por isso mesmo disse que o fim do ciclo não representa o fim do processo, mas o que importa não é chegar ao fim dela, e sim como eu vou fazer essa travessia. E para isso a presença da minha família e amigos foi e sempre será essencial, e é a eles quem dedico meus agradecimentos. Gostaria de poder escrever algo especialmente para cada pessoa, mas infelizmente não tenho mais tempo nem paciência com este trabalho. Mas isso não é relevante, independente de escrever aqui ou não o que importa é que eu sei o que cada um significa para mim, e carregarei isso comigo sempre.

Agradeço à minha família por tudo que me ensinaram e proporcionaram, especialmente meus pais, meu irmão e meus avós.

Agradeço aos meus amigos do colégio, de longa data presentes em minha vida, e que o tempo só serviu para estreitar ainda mais os laços.

Agradeço aos meus amigos da faculdade, os mais recentes, mas que também considero como uma família.

Agradeço à todos os outros amigos e mestres que a vida me proporcionou.

Um agradecimento especial para: professora Isabel pela paciência e orientação; aos meus tios Cleide e Michael, meus primos Nina e Theo, ao Jordi e a Leila por me receberem em seus condomínios para a realização deste trabalho; à Greta e a Isa pela participação direta na produção deste trabalho.

Obrigado a todos.

RESUMO

SERRA, L.G.M. **Feira de condomínio e as transformações no espaço urbano.** Trabalho de Graduação Individual (Bacharelado em Geografia). Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, 2018.

O presente trabalho possui como objetivo analisar se as feiras de condomínio são uma nova consequência do modo de reprodução do espaço urbano capitalista e quais são suas relações com a sociedade contemporânea. As feiras de condomínio são um fenômeno recente, que estão se popularizando desde a segunda metade desta década conforme foi visto nas reportagens lidas e nas entrevistas realizadas para este trabalho. Perante esse cenário foi feita a seguinte pergunta: qual o significado das feiras de condomínio na sociedade urbana contemporânea? A feira de condomínio é uma forma de comércio e toda forma de comércio é produto de uma relação histórica de produção e de troca, sendo, portanto, constitutiva do modo de vida e da forma urbana. Só que a feira de condomínio não é uma forma nova de comércio, na verdade ela é a transformação de uma forma antiga – a feira livre – na qual a sua principal transformação reside na mudança da feira de um espaço público – a rua – para um espaço privado – o condomínio. As formas/objetos geográficos antigos (e relações) que se colocam como entraves ao urbano que se constitui são alvos de transformação através do processo de mercantilização e racionalização do espaço, visando a produção de espaços cada vez mais homogêneos e especializados. A feira livre, por estar num espaço público, de heterogeneidade social, permite que haja o desenvolvimento de atividades e práticas/relações sociais outras além do consumo, formando um espaço de funções diversas, não especializado. Dessa forma, a hipótese deste trabalho é de que a mudança da feira da rua para o condomínio mostra a transformação dessa forma de comércio e evidencia as tendências das transformações do espaço urbano atual, uma vez que as relações e práticas sociais que dão significado ao espaço da feira livre não se reproduzem no espaço da feira de condomínio porque este é um espaço privado, socialmente homogêneo e especializado.

Palavras-chave: Feira. Condomínio. Transformação. Espaço. Urbano.

ABSTRACT

SERRA, L.G.M. Feira de condomínio e as transformações no espaço urbano.
Trabalho de Graduação Individual (Bacharelado em Geografia). Faculdade de Filosofia,
Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, 2018.

This present work has as a goal analyse if the markets in condominium are a new consequence of the mode of reproduction of capitalist urban space and which are your relations with the contemporary society. The markets in condominium are a new phenomenon, they are popularizing since the second half of this decade according the reports read and the interviews made for this work. Before this scenario a question was made: what is the meaning of the markets in condominium into the urban contemporary society? The market in condominium is a trade form, and all trade form is a product of a historical relation of production and exchange, and is therefore constitutive of the urban way of life and his form. But the market in condominium isn't a new trade form, in fact it is a transformation of an old form – the street market – in which your main transformation resides in the change of the market from a public space – the street – to a private space – the condominium. The old geographics forms/objects (and relations) that are placed as obstacles to the urban that constitutes itself are targets to transformations trough the process of commodification and rationalization of the space, aiming the production of increasingly homogeneous and specialized spaces. The street market, for being in a public space, with social heterogeneity, allows a development of activities and social practices/relations others beside the consumption, forming a space not specialized, with various functions. That way, the hypothesis of this work is that the change of the market from the street to the condominium show the transformation of this trade form and the tendencies of transformations of the current urban space, once that the social relations and practices that give meaning to the street market space do not reproduce in the space of the market in condominium because it is a private, soccialy homogeneous and specialized space.

Keywords: Market. Condominium. Transformation. Urban. Space.

LISTA DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| Figura 1 – Distribuição de renda e participação nos dois circuitos | 36 |
| Figura 2 Características dos dois circuitos da economia urbana dos países desenvolvidos | 37 |
| Figura 3 “Espaços vazios” da feira da Rua Luminárias | 42 |
| Figura 4 “Espaços vazios” da feira da Rua Luminárias (2)..... | 43 |
| Figura 5 Banca de produtos mineiros (Condomínio Horizontes Cidade Universitária). 53 | |
| Figura 6 Banca de hortifrúti (Condomínio Horizontes Cidade Universitária) | 54 |
| Figura 7 Banca de hortifrúti (Condomínio Vertentes do Morumbi) | 56 |
| Figura 8 Outro lado da feira (Condomínio Vertentes do Morumbi) | 57 |
| Figura 9 Demais bancas (Condomínio Vertentes do Morumbi)..... | 58 |
| Figura 10 Banca de hortifrúti (Condomínio Altos do Butantã)..... | 59 |
| Figura 11 Demais bancas (Condomínios Altos do Butantã) | 60 |

LISTA DE MAPAS

| | |
|---|----|
| Mapa 1 – Feiras Livres Estudadas | 41 |
| Mapa 2 Prefeituras e Distritos da cidade de São Paulo | 50 |
| Mapa 3 Área de Estudo | 51 |
| Mapa 4 Feiras de Condomínios Estudadas..... | 52 |

SUMÁRIO

| | |
|---|----|
| Capítulo 1: Introdução..... | 8 |
| Capítulo 2: Transformações e entendimento do espaço. | 14 |
| Capítulo 3: O Comércio e a Cidade..... | 20 |
| Capítulo 3.1 – O comércio na cidade de São Paulo | 26 |
| Capítulo 4: Feiras e Condomínios | 31 |
| Capítulo 4.1 – A Feira Livre..... | 32 |
| Capítulo 4.2 – Condomínios..... | 46 |
| Capítulo 4.3 – Feira de Condomínio | 48 |
| Capítulo 5: Conclusão | 66 |
| Referências Bibliográficas..... | 69 |

CAPÍTULO 1: INTRODUÇÃO

A ideia inicial de abordar esta temática, as feiras, veio do meu apreço pelas feiras livres que ocorrem na cidade de São Paulo, das quais frequento algumas perto de casa e do trabalho. O ambiente da feira sempre me atraiu desde pequeno, ao chegar nela sentia como se entrasse num mundo novo, um lugar novo presente na cidade, totalmente diferente das ruas onde predominam a circulação dos carros. A organização das barracas, os cheiros, as cores, os alimentos expostos, as pessoas circulando e conversando, os chamados dos vendedores, as sacolas coloridas, os carrinhos, tudo aquilo criava uma atmosfera que me agradava e me interessava. Assim, estimulado por esse interesse, achei que um estudo sobre as feiras além das minhas percepções e gostos, com um enfoque sobre o urbano, seria relevante do ponto de vista geográfico.

Mas logo tomada a decisão a primeira dúvida já surgiu, o que estudar, especificamente, na feira? Como trazer o olhar geográfico para um objeto que é tão vasto e dinâmico de possibilidades? Depois de algum tempo debruçado sobre essa pergunta descobri um fenômeno novo, que chamou a minha atenção: as feiras de condomínio. Essas feiras, pelas reportagens iniciais que li sobre o tema, parecem estar se popularizando e ganhando força a partir da metade desta década, ou seja, algo bem recente, o que se configura como uma razão a mais para estudá-la.

Ainda assim, mesmo escolhido o objeto de estudo, restava uma dúvida, o que observar na feira de condomínio? O que mais chama a atenção nesse novo fenômeno é o fato de haver uma mudança da feira da rua, de um espaço público, para o condomínio, um espaço privado. Desse fato surgiu a questão: qual o significado das feiras de condomínio na sociedade urbana contemporânea? Assim, as reflexões iniciais sobre a feira de condomínio me levavam a questionar se havia uma mudança na estrutura e principalmente nas relações presentes nela comparado com as que existem nas feiras livres. A ideia, então, seria a de analisar esses elementos e verificar as suas diferenças.

A análise desses elementos e a comparação deles entre a feira de condomínio e a feira livre são fundamentais, mas não bastam por si só, pelo menos no estudo geográfico. Consideramos que as transformações que observamos na cidade e no nosso cotidiano, ou seja, que são perceptíveis aos nossos sentidos e que nos afetam direta ou indiretamente, não são transformações espontâneas. Elas são constitutivas de um processo maior, o processo de (re)produção da sociedade urbana e por sua vez a (re)produção do espaço

urbano. É somente através da consideração desse processo que podemos trazer o viés da Geografia Urbana para o estudo que propomos, a análise das mudanças presentes na feira de condomínio, já que o seu entendimento perpassa pelas transformações do urbano atual, que tem, como principais objetos de produção, a cidade contemporânea e a nossa vida cotidiana.

Desde sua primeira forma de organização, no seu núcleo base, nas chamadas vilas, a cidade é produto do desenvolvimento da história que conhecemos e estudamos, tendo participação vital e fundamental para o entendimento da organização e das relações das sociedades que criavam, moldavam, habitavam e viviam nesses lugares. Grandes fatos que marcaram o rumo da história do homem estão relacionados a cidade, portanto não há como negar que o seu estudo é primordial.

Ao longo da história as sociedades apropriam-se do espaço e inscrevem nele suas características de reprodução, dando origem ao que hoje chamamos de espaço urbano, que, por sua vez, não é estático, mas sempre se transformando. O que se pode observar na história é que a partir de meados do século XIX, com o surgimento do capitalismo industrial, o espaço passou a ser produzido segundo a lógica e a racionalização industrial, mais especificamente a lógica da mercadoria, que invadiu a cidade, até então imbuída na lógica do espaço como lugar de obra e de festa, fruto de uma racionalidade anterior a essa etapa do capitalismo. Essa transformação muda drasticamente o caráter da cidade, que perde a sua essência urbana, agora a cidade não é mais um espaço feito para o homem; com a reorganização das forças produtivas, do trabalho e das relações sociais de produção o espaço passa a ser (re)produzido sobre a lógica capitalista da mercadoria e do consumo, há a imposição do valor de troca sobre o valor de uso e, como consequência, a cidade perde o seu caráter festivo, de obra, e é esvaziado de relações de sociabilidade e de sentidos (Lefebvre, 2008).

Esse é o cenário atual da cidade que deparamos hoje. A cidade não só sucumbiu a lógica da mercadoria como ela própria também se transformou em mercadoria, sendo alvo de disputas entre as classes dominantes e entre as classes dominantes e as classes dominadas. Dessa forma, a produção do espaço urbano atual desempenha um papel fundamental no processo de acumulação capitalista, garantindo a reprodução das relações sociais de produção e evitando a instalação de uma crise capitalista.

O processo de produção do espaço urbano sobre o modo capitalista se confunde com a reprodução da sociedade urbana, muitas vezes extrapolando-a, o que torna difícil ver os seus desdobramentos. É por essa razão que o seu estudo torna-se fundamental, porque é necessário desvelar esse processo a fim de compreendermos melhor as transformações que ocorrem não só na cidade, mas também nas nossas vidas, no nosso cotidiano e na nossa relação com a cidade, uma vez que, como já foi dito, essas relações perdem seu caráter pessoal e subjetivo quando passam a ser reproduzidos dentro de uma lógica mercadológica.

O processo de produção do espaço urbano atual é uma dinâmica enorme e intensa, com diversas características, elementos e facetas, o que nos leva a buscar a totalidade a partir de um objeto particular, mas com a perspectiva de compreendê-lo dentro de um processo maior, em um breve esforço para elucidar o seu funcionamento geral e algumas de suas características, mais precisamente no que tange em sua relação com o comércio e a cidade. Como veremos, esses dois – comércio e cidade - possuem uma relação antiga, um sempre implicando no desenvolvimento do outro.

Durante o período do renascimento comercial até o fim da era feudal é possível perceber que a reabertura das rotas comerciais no mediterrâneo, o surgimento das feiras medievais e mercados abertos, foram alguns dos elementos fundamentais que permitiram a transformação de antigos feudos em cidades. Num outro momento, com a consolidação do sistema capitalista, veremos, através dos padrões de localização na cidade, como o comércio e as formas comerciais foram transformadas, adaptadas, cooptadas, excluídas, conforme a lógica de produção e consumo do capitalismo (FREIRE, 1999).

Portanto, a escolha da análise das transformações sobre o comércio parece adequada, pois, como explicou Pintaudi (2001, p.144):

“As atividades comerciais e de serviço são constitutivas do modo de vida urbano e, portanto, da forma urbana (...) A análise das formas comerciais, cuja natureza é social, bem como a de suas transformações, que têm durações desiguais, revelam-nos contradições internas das categorias espaço e tempo materializados em objetos sociais.”

Podemos entender, então que as feiras são formas comerciais e que essas formas se transformam em função das relações sociais que são determinantes num determinado momento, sendo assim, essas formas tornam-se objetos de estudo essenciais para a compreensão do processo de produção do espaço urbano atual. Portanto, a hipótese deste

trabalho é: a mudança da feira da rua para o condomínio mostra a transformação dessa forma de comércio e evidencia as tendências das transformações do espaço urbano atual.

A feira é uma forma de comércio que se transformou ao longo do tempo conforme as relações de produção e troca numa dada sociedade também se transformam. Há relatos de sua existência desde 500 a.C, em civilizações antigas, mas foi no contexto do renascimento comercial durante o período medieval que a feira atingiu seu auge; instalada em alguns lugares específicos das rotas comerciais, nas cidades ou do lado de fora dos muros destas; nesse início a feira abrigava uma variedade enorme de produtos comercializados, desde do excesso da produção de gêneros agrícolas de camponeses, portanto produtos locais, até especiarias trazidas do Oriente por mercadores (Pirenne, 1973, apud Freire, 1999). As feiras eram o grande mercado de troca. Hoje, a feira livre que conhecemos possui uma outra organização e é restrita a algumas ruas das cidades, comercializando principalmente gêneros alimentícios.

No Brasil, a sua regularização, organização e estrutura fica ao encargo dos governos municipais. No caso de São Paulo, o registro da primeira oficialização para venda de gêneros da terra é datada de 1687; em 1914 o prefeito Washington Luiz P. de Souza decretou a criação da Feira Livre – que mais se assemelha às feiras dos dias de hoje – como um reconhecimento oficial para as feiras que já aconteciam na cidade; em 1948 o prefeito Paulo Lauro determinou a instalação de uma feira semanal em cada subdistrito ou bairro da cidade; e somente em 1964 que Prefeitura do Município de São Paulo, através de um decreto detalhado e completo, reorganizou as feiras da maneira que conhecemos hoje, ordenando a forma de sua criação, sua dimensão, disposição das bancas, etc¹.

Por vivermos em uma sociedade de trocas, o crescimento das feiras nos revela que o processo de divisão social do trabalho, base das relações do modo de produção capitalista, está se aprofundando. Por esse motivo há pelo estado a necessidade de regular esse serviço. Contudo, devido as suas características – a organização num espaço público e majoritariamente destinado ao abastecimento de gêneros alimentícios – as feiras livres se tornaram, progressivamente, em territorialidades populares (MASCARENHAS, 1991). O próprio autor, mais tarde, explicita essa contradição constitutiva das feiras livres:

¹ Prefeitura Municipal de São Paulo, 2013

“Territórios formatados pelos setores hegemônicos para a realização da mercadoria, mas que por aglomerar multidões resultaram em expressivos espaços de sociabilidade. Uma sociabilidade alternativa ao projeto dominante, que se desenvolve marginalmente, nos interstícios destes territórios “econômicos”, como uma luta criativa contra a norma².”

Portanto, ao mesmo tempo que a regularização e a organização da feira livre são pensadas por um agente hegemônico – o estado – para garantir a realização da mercadoria, elas permitem também o desenvolvimento de relações de sociabilidade, relações que estão além do consumo, e que só são possíveis porque há a apropriação de um espaço público, que permite a presença de diferentes grupos sociais da cidade.

Se essas relações de sociabilidade são possíveis por se desenvolverem numa territorialidade popular, no espaço público da rua onde são regulamentadas pelo Estado, a saída da feira deste local para os condomínios, antítese do espaço público, pode ser um indicativo de transformação nessas relações, uma vez que esses condomínios, segundo Caldeira (2003, p.258-259), são:

“propriedades privadas para o uso coletivo e enfatizam o valor do que é privado e restrito ao mesmo tempo que desvalorizam o que é público e aberto na cidade. São fisicamente demarcados e isolados por muros, grades, espaços vazios e detalhes arquitetônicos. São voltados para o interior e não em direção à rua, cuja vida pública rejeitam explicitamente. (...) Finalmente, os enclaves tendem a ser ambientes socialmente homogêneos. Aqueles que escolhem habitar esses espaços valorizam viver entres pessoas seletas (do mesmo grupo social) e longe das interações indesejadas, movimento, heterogeneidade, perigo e imprevisibilidade das ruas. Os enclaves privados e fortificados cultivam um relacionamento de negação e ruptura com o resto da cidade e com o que pode ser chamado de um estilo moderno de espaço público aberto à livre circulação. Eles estão transformando a natureza do espaço público e a quantidade de interações públicas na cidade, que estão se tornando cada vez mais marcadas por suspeita e restrição.”

Essa mudança pode ser entendida como fruto de uma racionalização imposta pela produção do espaço urbana atual, uma vez que, como explicou Freire (1999, p. 23):

“O processo de mercantilização e racionalização instrumental da vida cotidiana precisa para um total alicerçamento, a transformação ou o aniquilamento de lugares, isto é, de formas/objetos geográficos antigos (e relações) que se colocam como entraves à sociedade urbana que se constitui.”

² 2008,p.74-75

Dessa forma, a hipótese deste trabalho é de que a transformação nessa forma de comércio, com a mudança da feira da rua para o condomínio, faz parte das transformações do urbano, consequências da produção do espaço urbano atual.

CAPÍTULO 2: TRANSFORMAÇÕES E ENTENDIMENTO DO ESPAÇO.

A produção da cidade, das relações sociais, da vida cotidiana, estão sempre alterando o mundo em nossa volta. Isso é perceptível no nosso dia a dia, toda hora notamos que há algo de diferente, um novo prédio que está sendo construído perto da nossa casa, uma nova loja que abriu no nosso bairro, uma antiga que fechou, um novo centro cultural na cidade, um vizinho de mudança, uma obra de infraestrutura. Todas essas transformações sensíveis aos nossos sentidos são fenômenos - ou estão ligados a eles – das transformações porque passam a nossa sociedade e o espaço em que vivemos. Por isso mesmo, o estudo da produção do espaço e da constituição do urbano atual são fundamentais para o entendimento dessas transformações que ocorrem nas cidades e nas nossas vidas. E é justamente esse esforço que esse trabalho tenta realizar, o de analisar a produção do espaço urbano atual e da sociedade urbana através dos objetos de pesquisa da Geografia, mais precisamente da Geografia Urbana, da Geografia do Comércio, e do tema deste trabalho.

Para entendermos as características de uma sociedade é necessária uma análise das relações de produção desta, pois se trata de uma relação básica (fundamental) entre o homem e a natureza, uma forma, da qual o homem, através do trabalho e da organização do trabalho produz a sua vida. Portanto, só através do estudo da relação do homem com a natureza e dos homens entre si, no seu trabalho, é possível atingir o essencial de uma sociedade (Lefebvre, 1974). Sendo assim, a análise das relações de produção e das forças produtivas (condições naturais, as técnicas e a organização e divisão do trabalho social) tem também importância histórica, já que seu desenvolvimento está associado a determinados momentos históricos. Dessa forma, diz Carlos (2011, p.53)

“A sociedade, ao produzir-se, o faz num espaço determinado, como condição de sua existência, mas através dessa ação, ela produz também, conseqüentemente, um espaço que lhe é próprio e que, portanto, tem uma dimensão histórica com especificidades ao longo do tempo e nas diferentes escalas e lugares do globo”.

A sociedade se apropria do mundo enquanto apropriação do espaço que construiu; esse processo constitui então uma relação dialética entre sociedade/espaço (um se realizando no outro e através do outro), já que o modo de produção de uma sociedade (organização da propriedade, das funções e das classes sociais) produz certas relações

sociais, que são projetadas sobre o terreno, e que reage sobre elas e sobre o modo de produção (Lefebvre, 1974). Ocorre, então, uma dupla determinação da noção de produção: produção de objetos/mercadorias/produtos e produção do espaço como reprodução da vida social; assim, a reprodução da sociedade acontece, em sua totalidade, através da produção/reprodução do espaço.

A sociedade capitalista estabelece relação com a natureza com um propósito: o de obtenção de lucro. O seu modo de produção está pautado na propriedade privada e na divisão entre proprietários e não proprietários, que por sua vez culmina na divisão social do trabalho. Portanto, a sociedade capitalista, a partir do seu modo de produção, vai inserir as relações sociais capitalistas no espaço a partir da sua produção – garantindo assim a sua reprodução. Historicamente, o local de primazia da produção do espaço capitalista é a cidade.

Considerando as características desse processo de (re)produção do espaço podemos compreender porque ele passa a ser elemento chave de estudo, uma vez que através dele é possível apreender o momento a partir da qual a produção do espaço torna-se fundamental para a reprodução de determinado modo de produção, momento em que já estamos inseridos, na atual fase do capitalismo. A partir desse momento o espaço vai aparecer como condição para a reprodução ampliada do capital, assegurado pelo Estado (que produz um espaço controlado), que irá produzir um espaço da mundialidade através de novas relações de reprodução e dominação e transformará o espaço em mercadoria.

Foi a partir dos séculos XVIII e XIX, durante a fase do Capitalismo Industrial, que a lógica da produção industrial passa a determinar a produção do espaço. Com o surgimento das fábricas e a expansão das ferrovias foi necessária uma nova organização do espaço que servisse para a nova lógica que se instaurava na sociedade: a da produção de mercadorias. A realização do trabalho na fábrica exigia um contingente populacional de reserva, que garantia tanto o abastecimento da força de trabalho empregado nas fábricas, quanto a queda no preço dos salários dos trabalhadores devido à maior quantidade de oferta. Esses aspectos fizeram com que o capitalismo procurasse um espaço ideal para o seu desenvolvimento, e foram nas bases das (antigas) cidades que ele encontrou. Antigas porque elas eram um produto de uma racionalidade anterior, fruto de uma elite agrária, que produzira as cidades por causa dos excedentes de sua produção no campo; com a intenção da produção da cidade como obra a cidade antiga era um lugar de festa, onde predominava o uso e o valor de uso (Lefebvre, 2008). Com a racionalidade da

produção e da mercadoria há uma reorganização na e da cidade conforme as características do novo modo de produção, culminando na destruição do modo de produção antigo, impondo a sua lógica, que resulta na densificação das coisas, na criação de novas centralidades e de novas periferias, na construção de uma infraestrutura que permita a melhor circulação das mercadorias e das forças de trabalho, determinados por um novo tempo, um novo ritmo, o da produção industrial.

É nesse contexto que o espaço torna-se mercadoria, é ao mesmo tempo meio e objeto da (re)produção da sociedade, transformando-se em alvo de disputa dos agentes hegemônicos que tem como finalidade de sua reprodução o lucro. Mas a cidade também é dos seus habitantes, que quase sempre têm interesses divergentes aos agentes hegemônicos no que diz respeito ao uso do espaço, o que gera então um conflito de classe em torno, não só, mas principalmente deste. A produção de mercadorias, por sua vez, pode enfrentar limites e reduções na obtenção do lucro por fatores como: escassez de mão de obra, escassez de matéria prima, organização sindical dos trabalhadores, superprodução, variação do preço no mercado, que resulta em crises capitalistas, sendo necessário a criação de novas formas para investir o capital e superar suas crises.

O capitalismo estimula o consumo na sociedade através da (re)produção de um cotidiano programado – em relação ao tempo e espaço – permeado pelo consumo tanto de objetos quanto de espaço, transformando-o no principal valor da sociedade moderna. Esses consumos tornam-se fonte primordial de felicidade e de identificação (falsa) do homem, uma vez que a identificação pela apropriação do espaço vai sendo removida por essa urbanização, sendo substituída pela identificação pelo consumo - é o valor de troca predominando e valor de uso. Em resumo, Freire (1999, p. 16) diz:

“Nesse sentido, no mundo atual, a sociedade capitalista (o capital e o Estado em conjunção com outros agentes) produz um espaço (fragmentado, homogeneizado e hierarquizado) cada vez mais urbanizado, isto é, as cidades e o campo envoltos em valores e padrões que designam a vida urbana permeada, em todos os instantes, por mercadorias. As cidades, sobretudo, transformam-se em máquinas de consumo, segundo E. Soja (1993, p.26) à medida em que o que se considerava como produtos de luxo, hoje são vistos como necessidades criadas no cotidiano. Amplia-se, assim, o mercado de consumo, o que não vem separado da disseminação de estruturas/formas comerciais no espaço urbano, assim como da própria intensificação da urbanização.”

Esse é o mundo atual que estamos inseridos, um lugar que construímos mas que cada vez mais é estranho a nós e cada vez menos nos pertencem. A urbanização atual

acontece de maneira muito rápido, o que torna difícil, e ao mesmo tempo importante, acompanhar o seu desenvolvimento, elucidar suas características. É fundamental analisar os fenômenos urbanos aparentes mais expressivos segundo Lefebvre (1972, apud Freire, 1999) “para procurar o que neles se esconde e para compreender a capacidade de permanência das relações sociais”. Como entender as férias de condomínio, nesta perspectiva? Podemos entender que essa forma de comércio, a feira de condomínio, está relacionada com o desenvolvimento do urbano atual, sendo possível retratar algumas de suas características e do seu funcionamento através do estudo sobre essa temática. Qual seria esta relação?

As formas (comercial e outras) também possuem uma técnica – que é a razão da vida da forma – o que implica que ela é um produto de uma determinada relação histórica (Pintaudi, 2001). Isso nos permite fazer uma análise do espaço, identificar as relações sociais que a constituem, através do estudo de uma determinada forma, que nesse caso é uma forma comercial conhecida – a feira.

Sendo assim, é possível identificarmos na paisagem de uma cidade, nesse caso a cidade de estudo é São Paulo, as diferentes formas comerciais de diferentes contextos históricos, como o mercadão central, as quitandas, feiras de ruas, açougues, galerias no centro, lojas varejistas, supermercados e hipermercados, shopping centers. Essas formas comerciais convivem entre si na cidade e os padrões de sua localização são indicativos das transformações ocorridas na cidade (Pintaudi, 2001) e, portanto, são concernentes à divisão da sociedade de classes e às possibilidades de acesso às diferentes formas comerciais.

Mas se a análise se debruçar somente na percepção das formas comerciais na paisagem ela não será completa; há a necessidade de analisar as práticas de sociabilidade dos sujeitos que produzem esses espaços, apenas assim será possível fazer uma análise da totalidade do processo de produção do espaço urbano, já que esses sujeitos, ao produzirem esses espaços, estão se reproduzindo, ou seja, reproduzindo as suas relações sociais.

Então, os padrões de localização das formas comerciais não indicam apenas as transformações da e na cidade, elas vão além, eles nos revelam determinadas relações sociais de produção e práticas de sociabilidade presentes naquele contexto, permitindo

uma luz sobre o urbano que se constituiu/se constitui. O que nos conduz a indagação de Lefebvre (1968, p.38):

“Onde se passa esse movimento, essa produção cujo conceito se desdobra, ou antes se divide, de modo a compreender a ação sobre as coisas e a ação sobre os seres humanos, a dominação sobre a natureza e a apropriação da natureza ao e pelo ‘ser’ humano, a práxis e a poíesis? [...] É na vida cotidiana que se situa o núcleo racional, o centro real da práxis.”

É no cotidiano que a urbanização vai programar o seu principal valor: o consumo - “O cotidiano, no mundo moderno, deixou de ser “sujeito” (rico de subjetividade possível) para se tornar “objeto” (objeto da organização social).” (Lefebvre, 1968, p.68). É a partir da organização e racionalização do cotidiano que o modo de vida urbano vai estimular o consumo, é na divisão do tempo em tempo do trabalho, tempo do lazer e no tempo imposto que a cotidianidade será moldada, e é através da propaganda (assumindo o papel de ideologia) que o consumo será imposto como a razão da felicidade e da identificação.

É nesse cotidiano permeado por mercadorias que surge a sociedade de consumo. Essa sociedade que desponta no mundo moderno tem como características os padrões do modo de vida urbano – consumo, artificialidade, vida pouco valorizada, ordinária, sem grandes valores – em detrimento dos padrões da urbanidade antiga - subjetividade proveniente da apropriação, o festivo. Lefebvre consegue explicitar bem essa sociedade ao cunhar o termo *Sociedade burocrática de consumo dirigido*, que ele define dessa forma: “Marcam-se assim tanto o caráter racional dessa sociedade, como também os limites dessa racionalidade (burocrática), o objeto que ela organiza (o consumo no lugar da produção) e o plano para o qual dirige seu esforço a fim de se sentar sobre: o cotidiano.” (Lefebvre – 1968, p. 68)

O locus dessa organização do cotidiano e do consumo é a cidade, nesse caso a nova cidade que surge na paisagem, com suas novas formas moldadas para o consumo. É na cidade e através dela que há a administração do cotidiano – pelos agentes dominantes e pelo Estado - e organização controlado do emprego do tempo (Ibidem, p.67). As formas antigas transformam-se em obstáculo para a racionalidade mercadológica, tendo três destinos: ou são cooptadas, forçadas a se adaptar à nova racionalidade, ou resistem por pressão daqueles que ainda o apropriam, ou são destruídas. Não só as formas tendem a esses destinos, mas as relações entre elas e a cidade, e entre elas e o homem, fatalmente têm o mesmo fim. Dessa maneira, a nova cidade que emerge de uma nova produção transforma a vida cotidiana de seus habitantes, uma vez que há uma transformação nos

espaços do viver, nos espaços habitados e nos espaços que constituem a memória daquilo que já não existe mais.

A mudança das estruturas (das formas) do consumo e dos equipamentos comerciais (pontos fixos que abrigam o comércio) ocorrem para atender uma nova realidade de consumo, a qual demanda outros valores e lugares que abrigam esses novos valores, como explica Freire (1999). Se a sociedade urbana atual tem como característica a produção de um espaço urbano fragmentado, homogêneo, hierarquizado e especializado, as mudanças nas estruturas das formas e dos equipamentos comerciais tendem a seguir essa produção atual. Assim, vamos analisar as mudanças e as diferenças entre a feira livre e a feira de condomínio para investigar se elas são consequências da produção do espaço urbano atual.

CAPÍTULO 3: O COMÉRCIO E A CIDADE

Hoje, as trocas permeiam o nosso dia a dia, enquanto os equipamentos comerciais são constantes na paisagem e objetos frequentados periodicamente (dia, semana ou mês) pelos habitantes das cidades. Basta sentirmos falta de algo ou desejo por alguma coisa que há por perto um mercado, uma feira, um supermercado, um shopping center. Sentimos, dessa maneira, que a troca e o comércio são inerentes à nossa vida, à nossa sociedade e à cidade. Esse é o raciocínio e a percepção da maior parte das pessoas que, envolvidas pelo fetichismo da mercadoria, não reconhecem as relações e processo que levaram a produção e circulação destas mercadorias, nem tampouco das formas comerciais e das cidades.

A troca é considerada um elemento característico da natureza humana, já que somos os únicos animais que a realizam através de uma organização em prol de um objetivo (subsistência, ritual, lucro). Desde as épocas primitivas a organização das sociedades tinha como uma de suas características a troca entre tribos, já que naquela época as tribos eram totalmente dependentes da geografia e da natureza do seu entorno, o que raramente permitia a autossuficiência, levando-as a recorrerem às trocas entre si.

Dado a sua característica de elemento fundamental da sociedade as trocas vem se desenvolvendo ao longo da história, isso exige a criação de novas formas, ou adaptação das antigas, que abriguem o comércio. Essas formas estão sujeitas, também, nas transformações dos espaços que estão inseridas, principalmente espaço urbano, na figura da cidade, que passou por profundas transformações ao longo da história ao ser base de diferentes sociedades e modos de produção (Freire, 1999).

As formas de comércio são constitutivas da cidade e são um fenômeno preexistente ao surgimento dos mercados. As atividades econômicas sempre estiveram presentes nas cidades, mas foi somente no período medieval que elas tornaram-se fundamentais para a mesma, como base de um sistema feudal que se transformaria no futuro no sistema capitalista. Durante esse período, as transações comerciais dos produtos produzidos nas cidades, ou trazidos de fora pelos mercadores, eram realizados nas feiras e/ou mercados presentes nas cidades. Isso criou uma relação maior entre a cidade e os mercados, que se transformaram à medida que esses últimos se multiplicaram e o comércio se ampliou para escalas geográficas maiores, dissolvendo, assim, velhas relações consolidadas e criando novas (Le Goff, 1992, apud Freire, 1999).

Uma das ideias deste trabalho é a mesma defendida por Freire (1999) de que o comércio representa um momento na história da cidade, quando permitia que na praça central (localização dos mercados e das principais instituições da cidade) houvesse o encontro de pessoas, que desenvolviam ali relações além das de trocas de mercadorias. Como diz a autora, *o comércio era o próprio centro ou se confundia com ele*. (Ibidem, p. 44)

A análise sobre os processos de trocas deve ser baseada nos agentes detentores das mercadorias que entram no mundo comercial, mas não pode encerrar-se neles, como analisou Marx (1983, apud Freire, 1999), é necessário, para compreender os processos, entender as relações que os proprietários desenvolvem entre si durante a troca, pois somente assim entenderemos a relação econômica que se estabelece.

Como já foi dito acima, as sociedades primitivas, devido as suas condições, extraíam tudo o possível da natureza ao seu redor, buscando a autossuficiência através dela; quando apenas isso não era suficiente, recorriam às trocas com outras aldeias isoladas, constituindo assim, sistemas de trocas bastante extensos, trocas essas que podiam ser, além de produtos úteis, presentes trocados reciprocamente entre as tribos/aldeias (Polanyi, 1980, apud Freire, 1999). Devido a essas características Marx (1983, apud Freire, 1999) afirma que o papel que o mercado exercia na vida comunitária, durante as economias primitivas, tinha apenas um caráter incidental; não havia a lógica do lucro como principal ideia da troca, era o que ele considerava como um pré-comércio, onde não havia a preocupação com a equivalência no processo de troca.

Nas cidades da Antiguidade, nos centros urbanos do Império Romano, da Grécia, do Egito, da Mesopotâmia, nas cidades-templos da África, na Ásia e no Oriente, havia lugares destinados a esse sistema de trocas pré-comercial, que embora não fossem lugares fixos, geralmente se concentravam nos templos imperiais, que funcionavam como grande praças de mercado, onde se encontrava principalmente: os camponeses, na maioria escravos, que vendiam parte da colheita para a finalidade do próprio sustento e do seu proprietário de terra; e os especuladores de mercadorias de luxo, figura estranha num momento da história em que a economia era baseada totalmente na agricultura (Freire, 1999).

Essas cidades, portanto, ainda não tinham relação com o comércio do sistema capitalista, no qual há a formação de mercados para abrigar o processo de troca dentro

de uma racionalidade de lucro. Elas perduraram por um longo tempo nessa condição, seguindo a queda do Império Romano e todo o período que antecedeu o feudalismo, do qual saíram do contexto de caos e estagnação econômica e foram incorporados pelas grandes propriedades feudais, reinos e principados, encontrando uma nova sociedade e um novo modo de produção que surgia na Europa Medieval.

Nesse novo período que surge no horizonte ocorre uma mudança muito importante no rumo da história, os objetos são transformados em mercadorias dentro e fora da vida comunal, há cada vez mais a entrada de produtos de luxo, bens estrangeiros no mercado, o que leva a uma separação desses com os produtos de subsistência imediata, num momento em que o ato de trocar regulariza-se. Isso resulta na ampliação do comércio e das rotas de comércio, uma vez que as comunidades fechadas até o início de período abrem as portas para as mercadorias, os mercadores e as trocas, e consequentemente ampliam também a circulação de ideias, trabalhos e técnicas (Marx, 1983, apud Freire, 1999).

A relação entre comércio e cidade nesse momento se estreita e se confunde, já que é o desenvolvimento do primeiro que permite o crescimento e desenvolvimento do segundo. As cidades, pontos que deixam de estar isolados e fechados com as novas rotas comerciais, se transformam no núcleo que abriga o comércio, passam a ser o centro ativo das trocas. Como explicita Freire (1999, p. 53):

“Assim sendo, somente é possível falarmos em cidade enquanto lugar voltado para as trocas comerciais, enquanto parte de uma sociedade que caminha para a dependência das trocas e do mercado, quando o comércio, fruto da divisão do trabalho, se desenvolver a ponto de provocar nos indivíduos a vontade (e necessidade) de buscar vantagens cada vez maiores, através da competição nesses lugares estabelecidos para e pelo comércio.”

A abertura das novas rotas comerciais, localizadas principalmente na região/cidades do Mediterrâneo, permite a retomada do comércio com o Oriente e a Ásia (Pirenne, 1986, apud Freire, 1999). Portanto, há um crescimento grande do fluxo de mercadorias na região, tanto de produtos/especiarias vindo de fora, quanto de produtos trazidos pelos próprios camponeses, que resulta na regularização da troca, levando a formação de pontos fixos para abrigá-la: os mercados fixos e as feiras. Nas cidades os mercados localizam-se no seu centro, formam a praça do mercado, local onde vão se realizar não somente a troca, mas relações de sociabilidade, tradições, hábitos e intercâmbio de ideias, culturas e técnicas.

A regularização do mercado, da troca, e a consolidação dos pontos fixos de comércio exigiam um controle e uma organização para o seu funcionamento, que foi efetivada através da institucionalização de vários elementos que consolidam o sistema econômico atual. Esse processo culminou em dois aspectos: a eliminação do sistema de trocas arcaico (sistema de trocas antecessor), e o fortalecimento de uma classe específica, a dos mercadores/burguesia, beneficiadas com o comércio (Freire, 1999).

Mesmo através desse processo, do seu beneficiamento e crescimento, os comerciantes especializados ainda não eram os agentes predominantes nos mercados, a maioria dos participantes dos mercados e feiras eram os camponeses que iam vender seus produtos. Não havia ainda, portanto, uma alteração no modo de vida medieval, mas já representava o início de uma mudança importante, já que o camponês (servo), ao vender seu produto, cada vez mais se libertava das obrigações feudais (Hicks, 1984, apud Freire, 1999).

A intensificação do comércio nos séculos seguintes ocasionou no rápido crescimento das cidades medievais da Europa, que no fim do século XVIII já formavam uma rede urbana dotada da pré-indústria (Rossiaud, 1987). Mas isso ainda não significava a entrada no sistema capitalista, como apontou Lefebvre (1972) “com a cidade medieval estamos no período preparatório que é o de acumulação primitiva, da acumulação de riquezas, de técnicas, de mão de obra, de mercados, de lugares e de territórios, de comunicações, etc.” (P. 57)

O mercado era a centralidade da vida urbana medieval, era o local de ponto de encontro onde se desenvolviam diversas práticas de sociabilidade, lugar onde acontecia o lazer, os fatos políticos, a vida econômica e a vida religiosa (Sitte, 1992, apud Freire, 1999). Só que aos poucos, através de novas leis e regras para organizar o mercado, foram alterando as relações de trocas entre os agentes envolvidos, formando o que Braudel (1996, apud Freire, 1999) chama de cadeias de intermediários, ou seja, relações estreitas entre o produtor e o grande mercador, e entre este e os revendedores, que culmina na perca de prescrições, hábitos e tradições.

A transformação para o sistema capitalista estava agora próxima, essas mudanças já indicavam características do novo modo de produção que surgiria. Somadas a elas Freire (1999) aponta outras mudanças fundamentais para a consolidação de uma economia de mercados:

“O fim das doutrinas econômicas sob os auspícios do poder da Igreja, contrária a ideia de lucro, aliado à transformação do artesanato em manufatura que se prolifera por todo lugar, bem como com a multiplicação das expedições comerciais e a fundação de impérios coloniais nos mais variados continentes do mundo.” (P. 58)

Com a intensificação da exploração dos produtos de alto valor das colônias além mar, dos séculos XVI ao XVIII, as cidades europeias se transformaram em locais de acúmulo de riqueza e produtos, condições necessárias para dar início a revolução industrial, e para a formação de uma economia de mercado/capitalista, já que nessas cidades surgiram, também, um mercado de trabalho e um mercado financeiro (Freire, 1999).

Surgiam então as bases de um sistema capitalista, um sistema de mercado, que aparecem acompanhadas de grandes transformações nas relações até então estabelecidas durante o período medieval/feudal. O novo modo de produção deixa de ter base na subsistência e passa a ser totalmente voltada para o mercado, objetivando o lucro, criando uma maior dependência com ele. A terra se transforma em mercadoria e torna-se propriedade privada, o trabalho servil é substituído pelo trabalho assalariado e o comerciante se transforma no capitalista (Freire, 1999). Essas transformações culminaram na eliminação do sistema feudal e na consolidação do sistema capitalista.

O surgimento da indústria por sua vez acarretou em mudanças socioespaciais, principalmente nas cidades, especialmente nas cidades industriais. Há, no início desse período, um êxodo rural muito intenso, uma vez que, numa economia pautada na agricultura, a maior parte da população vivia nos campos. Assim, há uma migração enorme de pessoas para as cidades industriais em busca de emprego, uma vez que o trabalho servil – realizado principalmente no campo – é substituído pelo trabalho assalariado; essas cidades exigem um contingente de mão de obra grande tanto para o controle dos salários, como para atender as tarefas específicas do processo de produção, impostas pela divisão do trabalho.

O surgimento e consolidação da indústria resultou também no fim do artesanato corporativamente organizado das cidades medievais, pautadas na produção local e de subsistência, impondo uma nova lógica, a da produção em grande escala. Essa produção, aliada com o aumento demográfico, demandaram um aumento nas cidades industriais, transformando o espaço urbano a partir do desenvolvimento dos meios de comunicação e da infraestrutura de transportes, fundamentais para a expansão dessa produção em

massa. A produção em grande escala resultou também no surgimento de novas formas comerciais que dessem conta de abrigar os produtos jogados no mercado de maneira nunca vista até então. Como aponta Harvey (1980: 224; apud Freire, 1999)

“A penetração da economia de mercado de troca auto regulada em todas as facetas da atividade social e em particular na produção permitiu às formas capitalistas escaparem de seu confinamento urbano e integrarem toda a economia, primeiro em escala nacional, depois internacional (...) O conjunto da sociedade estava agora, basicamente, regulado e moldado pelo mercado.”

A partir da virada do século XX há o surgimento de modernas empresas monopolistas, que trazem consigo uma nova estratégia. Almejando mais que o simples lucro, essas empresas não só aumentam a escala de sua produção, mas começam a criar condições para um consumo em massa dirigido, através da racionalização e do desenvolvimento tecnológico e tecnocrata, como por exemplo o surgimento do marketing. Por esses motivos, somente essas empresas passam a controlar os mercados do mundo (Galbraith, 1983, apud Freire, 1999).

Logo, o aumento da produção e o consumo massivo trazem mudanças no comércio, uma vez que há a necessidade deste de adaptar-se as novas características da produção e do consumo. Isso resultou em novas formas comerciais para atender essa nova lógica, entre elas podemos citar as *magazines*, as grandes lojas e as lojas de departamento (nos Estados Unidos), todas possuindo o mesmo princípio, um princípio fundamental para a lógica do consumo - aproveitar as vantagens da sua localização (aglomeração). Dessa forma, podemos analisar que as formas comerciais desse período (início do século XX) estavam concentradas no centro, local de maior concentração populacional nas cidades. Quanto as feiras, há uma transformação também, elas deixam de ser periódicas e abrigar todos os tipos de produtos, e passam a ser diárias, oferecendo principalmente produtos perecíveis como os de alimentos (Pintaudi, 1981).

A partir da segunda metade do século XX novas tecnologias e técnicas trouxeram mudanças no cotidiano da sociedade, o que veio acompanhado de novas formas de comércio. Entre as mais impactantes podemos citar o automóvel e os equipamentos eletrodomésticos, que facilitaram o acesso e o armazenamento de produtos. Essas mudanças permitiram o surgimento de formas de comércio como o supermercado, o hipermercado e o shopping center, lugares esses espalhados pela cidade, que levou a uma descentralização e a expansão das formas comerciais (Freire, 1999).

Isso nos mostra a relação que o comércio estabelece com o modo de produção capitalista e como ele funciona de maneira a potencializar este. Como define Freire (1999, p.64)

“Faz parte da lógica do comércio a procura de lucros com o menor custo possível e, no espaço urbano as vantagens locacionais são buscadas de maneira que tais potencialidades, reduzam o tempo de rotação do capital. Nesse sentido, a urbanização tornou-se um instrumento de fundamental importância para ampliar a capacidade do comércio, uma vez que a cidade expande-se criando novos pontos atrativos – novas centralidades –, onde modernos estabelecimentos comerciais irão se localizar, centralizando o capital.”

Podemos perceber então que a lógica da produção capitalista, e principalmente do consumo, buscando cada vez mais a rotação do capital e o lucro, trarão transformações no espaço urbano e no cotidiano. Essas transformações virão acompanhadas do surgimento de novas formas de comércio, ou da adaptação/cooptação de formas antigas, que permitam o desenvolvimento desse processo através da eliminação/redução de entraves à sua lógica. É dentro desse cenário que torna-se pertinente trazer o levantamento proposto por este trabalho – o que significa o surgimento da feira de condomínio dentro deste processo?

Capítulo 3.1 – O comércio na cidade de São Paulo

Vimos até então um breve resumo da relação entre o desenvolvimento do comércio e da cidade ao longo da história, ou seja, traçamos uma visão geral sobre o processo. Isso é muito importante para entendermos como essa relação se deu e como ela atua hoje, quais são seus aspectos fundamentais, suas bases, suas características, para que assim possamos nos debruçar sobre o objeto de estudo. Mas é igualmente importante também analisarmos as singularidades sobre o objeto de estudo, nesse caso, as singularidades de onde se localiza – na cidade de São Paulo – e de como ocorreu o desenvolvimento do comércio nela. Essa análise evidenciará especificidades do comércio na cidade de São Paulo, que se desenvolveu a partir da relação entre o processo geral e as características particulares da cidade, da sua própria produção do espaço, que se misturaram ou se contrapuseram entre si. Dessa forma, será possível compreendermos melhor algumas características da produção do espaço urbano e do desenvolvimento do comércio da cidade de São Paulo, buscando compreender, assim, a totalidade desses processos.

Usaremos como guia, para o resumo a seguir, o trabalho de Pintaudi (2001) sobre as formas de comércio na cidade de São Paulo. Como a autora mesmo salienta no início deste trabalho:

“Os diferentes tipos de estabelecimentos comerciais que encontramos são representativos das transformações que, no decurso do século XX, ocorrem na produção dessa sociedade e, particularmente, na produção de mercadorias. As mudanças estão inscritas no espaço urbano de São Paulo e o padrão de localização dos diversos tipos de lojas comerciais é indicativo de tais transformações.” (P.147)

O primeiro período data entre o início do século XX até a década de 1930, na qual o comércio estava concentrado na região central da cidade, local de maior adensamento populacional e centralidade principal até então. Nesse período há o surgimento das primeiras lojas varejistas de grande dimensão (Exemplo: Mappin), são as primeiras lojas na cidade que se organizavam de maneira a concentrar espacial e financeiramente uma grande quantidade de produtos, mas ainda não utilizavam as técnicas de vendas empregadas nas matrizes – a maior parte das lojas eram filiais de grupos internacionais. Também haviam as lojas de produtos nacionais e lojas pequenas de caráter artesanal, voltadas para a população mais pobre. Já o mercado municipal, as feiras-livres e as lojas importadoras (a produção brasileira de alimentos não era suficiente para abastecer o mercado interno) abrigavam a produção de gêneros alimentícios (Pintaudi, 2001).

A indústria nacional não possuía grande relevância devido ao caráter agrário exportador predominante no país. Esse cenário começou a se modificar a partir da década de 30, mais precisamente a partir da crise de 1929, quando a produção e a venda do café não eram rentáveis o suficiente para comprar os produtos necessários para o consumo interno no exterior. Houve, então, a orientação para o desenvolvimento da indústria para o abastecimento do mercado interno, que se dividiu em dois setores: o tradicional, sobre encargo de parte da indústria nacional, que produzia para atender o mercado popular; e o setor moderno, que contava com capitais de origem nacional e estrangeira, atendia a produção de bens (Ibidem).

O desenvolvimento da indústria nacional acarretou em mudanças significativas no quadro socioeconômico brasileiro, uma vez que as atividades industriais foram implantadas em sua maioria na região Sudeste, que por sua vez transformou as capitais desses estados, entre elas São Paulo, em lugares de concentração de capital, trabalho e pessoas. Isso fica evidenciado ao analisarmos o aumento demográfico na cidade que

indica que entre 1934 e 1950 a população cresceu mais de 100%, configurando um aumento expressivo do consumo. As formas comerciais, por sua vez, se modificaram para acompanhar as mudanças do setor produtivo, que significou numa popularização das grandes lojas, as lojas populares que traziam uma nova técnica de venda, a de autosserviço (Exemplo: Lojas Americanas). Mesmo com o crescimento territorial da cidade e o surgimento de subcentros em diferentes bairros o centro de São Paulo ainda configurava como o centro do comércio. Houve até, nos anos 50, a construção das chamadas galerias comerciais, onde o andar térreo dos prédios de escritórios e de moradias abrigavam lojas, permitindo assim a sua expansão no centro; fenômeno que indicava que lugares livres no centro já se tornavam raros (Pintaudi, 2001).

A década de 1950 assistiu a mudanças na economia, principalmente do setor industrial, com a implantação de capital e da empresa estrangeira ocasionada pela política de industrialização de 1945. Isso provocou uma expansão comercial, somente entre os anos de 1940 e 1950 houve o crescimento do número de lojas comerciais na cidade de São Paulo de 37%, que levou a uma maior concorrência, o aumento da propaganda de preços e a expansão do sistema de crédito (Ibidem).

A partir de meados da década de 1950 há início ao movimento de descentralização das formas comerciais quando o centro da cidade passa a ser apropriado por novos frequentadores, enquanto os antigos passam a frequentar áreas comerciais de bairros mais afastados. Esses novos centros comerciais, ainda pequenos, localizam-se nos bairros mais populosos e suas formas comerciais consistem em desdobramentos de filiais de lojas do centro, pequenas lojas de vizinhança e de abastecimento de gêneros perecíveis para atender a população do próprio bairro (Ibidem).

Durante a década de 1970 há um rearranjo do comércio e das formas comerciais devido ao novo surto de concentração e centralização do capital provocada pela crise. Era necessário que as empresas tivessem um maior controle sobre o mercado para formular políticas de preços e assim garantir uma margem de lucros sem aumentar a demanda. O maior exemplo foi o surgimento do supermercado e hipermercados, que significavam uma concentração financeira e territorial, uma vez que concentravam produtos antes dispersos no espaço e em diversos equipamentos comerciais em apenas um lugar, sobre o controle de um empresário ou um grupo (Ibidem).

Em 1976 foram tomadas medidas pela prefeitura para restringir o intenso fluxo de carro no centro, junto com a criação de calçadas para que fosse mais fácil a circulação de pessoas perante a exposição dos produtos nas vitrines das lojas e galerias (Pintaudi, 2001).

Algumas mudanças na sociedade e no cotidiano das famílias impactaram no comércio, entre elas podemos citar as mais significativas, como a generalização do carro e da geladeira e o papel da mulher como organizadora do cotidiano familiar e sua maior inserção no mercado de trabalho. Essas mudanças foram fundamentais por exemplo na expansão do supermercado, agora mais acessível espacialmente devido ao carro e mais utilizado devido a capacidade armazenadora da geladeira, o que acarretou, também, na formação de novos hábitos de consumo (Ibidem). Lefebvre (1991) indica a magnitude das transformações gerados pelo carro ao dizer “o espaço passou a ser concebido de acordo com as pressões dos automóveis, certamente um dos principais responsáveis pela redefinição do local de compra” (p.10)

Uma outra forma comercial que se expandiu durante a década de 80 foi o sistema de franquias. Esse sistema surgiu no Brasil em 1925, cresceu na década de 60, e teve sua maior expansão durante o período de crise dos anos 80. O Brasil aparecia como uma oportunidade de implantação devido as suas dimensões continentais e a baixa qualificação do mercado varejista, principalmente na região Sudeste, onde havia também grande concentração populacional e dinheiro em circulação (Ortigoza, 1996, apud Pintaudi, 2001).

Um dos equipamentos comerciais de maior relevância hoje são os Shopping Centers, verdadeiros templos destinados ao consumo. O primeiro construído na cidade foi o Shopping Center Iguatemi em 1966, mas foi só a partir das décadas de 1970 e 1980 que São Paulo viveu a expansão desses equipamentos comerciais. Surgiram, no início, com o princípio de atender uma população de alto rendimento, e sua localização buscava sempre a proximidade de vias de fácil acesso, nesse caso as marginais Tietê e Pinheiros. As suas construções sempre vieram acompanhadas de transformações no espaço urbano da cidade, uma vez que são grandes empreendimentos construídos dentro da malha urbana e demandam obras e adaptações do entorno, promovendo a valorização das áreas próximas e a especulação imobiliária, que por sua vez desencadeavam na reorganização das atividades que se desenvolviam naquela região (Pintaudi, 2001).

A autora, analisando essas mudanças nas formas de comércio da cidade de São Paulo, chega a dois conceitos fundamentais: centralidade e cotidianidade. Ela destaca a importância da centralidade tanto como constitutivo no plano do espaço urbano, como para a troca de produtos, uma vez que a atividade comercial sempre demanda lugares estratégicos, acessíveis, ou seja, centralidades. Quanto a cotidianidade, talvez o principal conceito para a análise desenvolvida neste trabalho, ela diz (Pintaudi, 2001, p. 156 e 157):

“Tal como a nova centralidade, a cotidianidade ganhou novos contornos atualmente. A partir da pulverização e especialização dos espaços da cidade unidos pelo automóvel e pelo metrô, os habitantes das metrópoles passaram a selecionar o espaço, segundo as possibilidades, hábitos e desejos. A atividade comercial sempre envolveu algo mais do que o simples ato de comprar e vender e se constituiu num elemento de integração de relações sociais estabelecidas no cotidiano. [...] Porém, a integração da sociedade moderna se faz via mercado. A ideologia é a da mercadoria (a sociedade moderna reduz tudo ao consumo, inclusive o ideológico). A concepção do mundo é aquela veiculada pela publicidade da mercadoria e os hipermercados e shopping centers são os lugares que melhor traduzem a nova centralidade para a troca de mercadorias. O que se observa em relação aos espaços comerciais mais antigos, como o dos mercados públicos, é uma tendência de sujeição desses espaços ao novo momento econômico, caso contrário não sobreviveriam por muito tempo. Embora nem tudo (ainda) possa ser reduzido à esfera econômica, antigas formas comerciais adquirem uma nova conotação, uma nova roupagem, à semelhança dos novos centros, e parecem capturados pelo social tornado espetáculo, o que não deixa de ser uma forma de sujeição ao econômico. Assim, os espaços comerciais cada vez mais são o produto de uma alta racionalidade na gestão do grande capital e a condição de existência de um cotidiano programado, a exemplo das grandes empresas.” (GRIFO NOSSO)

Podemos perceber que o padrão de implantação dos equipamentos comerciais na cidade de São Paulo é um indicativo das transformações do espaço urbano e da (re)produção dessa sociedade. Segundo Pintaudi (Ibidem), essas transformações, principalmente a partir da segunda metade do século XX, são muito parecidos com o que ocorre em outros espaços também mundializados. Isso nos revela outra característica da produção do espaço urbano atual, a de homogeneização, a da produção de espaços mundiais com as mesmas características, o que facilita a expansão do capital e a permeabilidade do consumo, e ao mesmo tempo impede ou destrói o uso, as apropriações e as relações de sociabilidade nesses espaços.

CAPÍTULO 4: FEIRAS E CONDOMÍNIOS

Este capítulo consiste na síntese das ideias apresentadas até aqui. A análise dos elementos que serão expostos aqui nos permitirá a retomada das ideias, conceitos e relações até chegarmos à uma conclusão perante a questão que foi levantada como hipótese para este trabalho.

Para melhor entendermos a feira de condomínio seria melhor, primeiramente, analisarmos as feiras livres e os condomínios em si, pois eles são os elementos fundamentais do nosso objeto de estudo. Ou seja, a análise de suas organizações e suas características nos permitirá entender melhor a organização e as características da feira de condomínio. Além disso, a feira livre e o fenômeno do condomínio são elementos particulares da urbanização brasileira (não exclusivas), presentes nas principais metrópoles do país, e a cidade de São Paulo é um grande exemplo de desenvolvimento desses elementos como veremos adiante.

Portanto, a realização deste capítulo está pautada na análise desses três elementos: a feira livre, o condomínio e a feira de condomínio. Acreditamos que elencar e analisar esses três elementos nos permitirá compreender melhor esses fenômenos e suas relações. Para cumprir com esse objetivo iremos recorrer a análise teórica acerca desses elementos, levantando questões no que diz respeito a história, características, organização, regulamentação. Além disso, foram realizados alguns trabalhos de campo nas feiras livres e principalmente nas feiras de condomínio, uma vez que, por serem recentes, pouca informação se encontra sobre elas, sendo necessário colher as nossas próprias informações e observações. O trabalho de campo permitirá também a análise de relações subjetivas, as relações de sociabilidade, que só são percebidas através do olhar presente do observador.

Ao fim da análise, a comparação entre a organização, as características e as relações da/na feira livre com a feira de condomínio nos permitirá traçar interpretações sobre suas semelhanças e diferenças, e assim, esperamos que seja possível responder a pergunta inicial que move este trabalho: seria a feira de condomínio um fenômeno da produção do espaço urbano atual?

Capítulo 4.1 – A Feira Livre

A feira livre está presente em diversas cidades brasileiras, sendo uma forma de comércio comum da urbanização brasileira. As feiras são de responsabilidades do município, portanto a regulamentação, organização, fiscalização e implementação variam de cidade a cidade, apesar de apresentarem alguns padrões comuns.

Como já foi visto na introdução do trabalho, na cidade de São Paulo a comercialização de gêneros alimentícios data desde 1687, com o surgimento das primeiras feiras no final do século XVIII e início do XIX. Em 1914 foi implantada pela prefeitura a primeira feira livre, como reconhecimento oficial dessas feiras que já existiam. Desde então as feiras livres foram submetidas a diversas leis e decretos municipais até chegar a sua configuração atual, garantindo assim a sua regulamentação, organização e funcionamento. Devido ao tamanho da cidade, a quantidade de feiras, e a importância destas para o abastecimento da população, o município é conhecido como pólo gerador de “know-how” para as outras cidades³.

Segundo o decreto N° 48.172, de 6 de março de 2007, as feiras livres são consideradas equipamentos administrados pelo município, com a função de suplementar o abastecimento da região que operam⁴. Será feito agora um breve resumo desse decreto para entendermos melhor o papel do estado na regulamentação da feira livre, da organização da mesma e de suas características.

- Capítulo 1 – Das Feiras Livres: Referente a função da feira livre; da sua periodicidade; de questões de impacto urbano e de especificações técnicas de funcionamento e implantação.

- Capítulo 2 – Do Funcionamento: Referente ao calendário anual; os horários de funcionamento divididos conforme suas atribuições (descarregamento de equipamentos e mercadorias, comercialização, desmontagem das bancas e carregamentos dos equipamentos e mercadorias); normas para a realização das operações descritas anteriormente visando a garantia da liberação das vias de trânsito e higienização do local pós feira.

³ Prefeitura Municipal de São Paulo, 2008

⁴ Prefeitura Municipal de São Paulo, 2007

- Capítulo 3 – Dos Grupos de Comércio: Os produtos comercializados são classificados em grupos de 1 a 21 conforme o tipo de produto, sendo indicado a metragem que os equipamentos de cada grupo devem seguir; o grupo 21 (alimentos, produtos diversos e serviços de reparo de equipamentos e utilidades domésticas em geral) é destinado aos portadores de deficiência ou mobilidade reduzida e aos idosos, em razão de dificuldades de acesso ao mercado de trabalho; fiscalização e alteração da metragem e dos grupos.

- Capítulo 4 – Do Transporte e dos Equipamentos: Referente ao uso ou não de veículos específicos para o transporte de produtos conforme os grupos e suas normas; as especificações das bancas, com o uso de toldo para impedir a passagem de luz, e o uso de anteparos frontais e laterais (as saias) obedecendo os padrões de cor conforme o grupo pertencente.

- Capítulo 5 – Da Comercialização: Referente as normas de exposição, manuseio e comercialização dos produtos, como inspeção, higienização, conservação, proteção, preparo, embalagem, para todos os produtos e para produtos específicos de cada grupo.

- Capítulo 6 – Da Permissão de Uso: Referente a permissão de uso, outorgado a título precário, oneroso e por prazo indeterminado, na forma de matrícula; as condições de concessão, o edital de escolha; transferência da matrícula para a família; revogação da matrícula.

- Capítulo 7 – Do Preço Público: Referente ao valor do preço público pago pelos feirantes e a base de cálculo em cima da quantidade de feiras designadas na matrícula e a área utilizada pelo feirante; definição do preço público relativo aos serviços administrativos e a limpeza dos locais onde se realizam as feiras devido a contratação e/ou serviços necessários para sua operacionalização.

- Capítulo 8 – Do Feirante: Referente às obrigações burocráticas do feirante que são passíveis de punição em caso de descumprimento, como manutenção dos dados cadastrais, presença dos documentos necessários à sua identificação no período de comercialização, pagamento pontual do preço público, responsabilidade pela sua banca, garantir a procedência dos produtos, higienização da banca, dos equipamentos, dos produtos, vestuário e utensílios; permissão ao titular quanto a comercialização em até seis feiras livres por semana, solicitar baixa ou exclusão de feira designada na matrícula,

contar com preposto, que serão considerados como procuradores no lugar do titular; as condições em que o feirante pode se ausentar, em casos como falecimento familiar, férias, parto, casamento, etc.; proibições do feirante quanto falta, quanto irregularidades na comercialização, montagem, metragem, exercício da atividade, e desrespeito às normas públicas.

- Capítulo 9 – Das Competências: Referente às obrigações e competências da Supervisão Geral de Abastecimento (ABAST), como criação, planejamento, extinção, remanejo e suspensão das feiras livres; registro, fiscalização e atualização dos dados cadastrais dos feirantes, dos equipamentos utilizados, da permissão de uso; elaborar normas complementares regulamentadoras das feiras livres; coordenar e ministrar cursos e palestras de qualificação e aperfeiçoamento dos feirantes.

- Capítulo 10 – Da Fiscalização: A fiscalização, no âmbito de seus territórios, fica ao encargo das Subprefeituras; a fiscalização complementar nas feiras livres fica ao encargo da ABAST.

- Capítulo 11 – Das Sanções Administrativas: Referente as sanções administrativas em caso de descumprimento das disposições do decreto: advertência, multa, suspensão da atividade, revogação da permissão de uso, com o consequente cancelamento da matrícula.

- Capítulo 12 – Das Disposições Finais: Algumas ressalvas finais sobre organização, proibições e punições; menção à proibição do comércio ambulante no recinto das feiras livres.

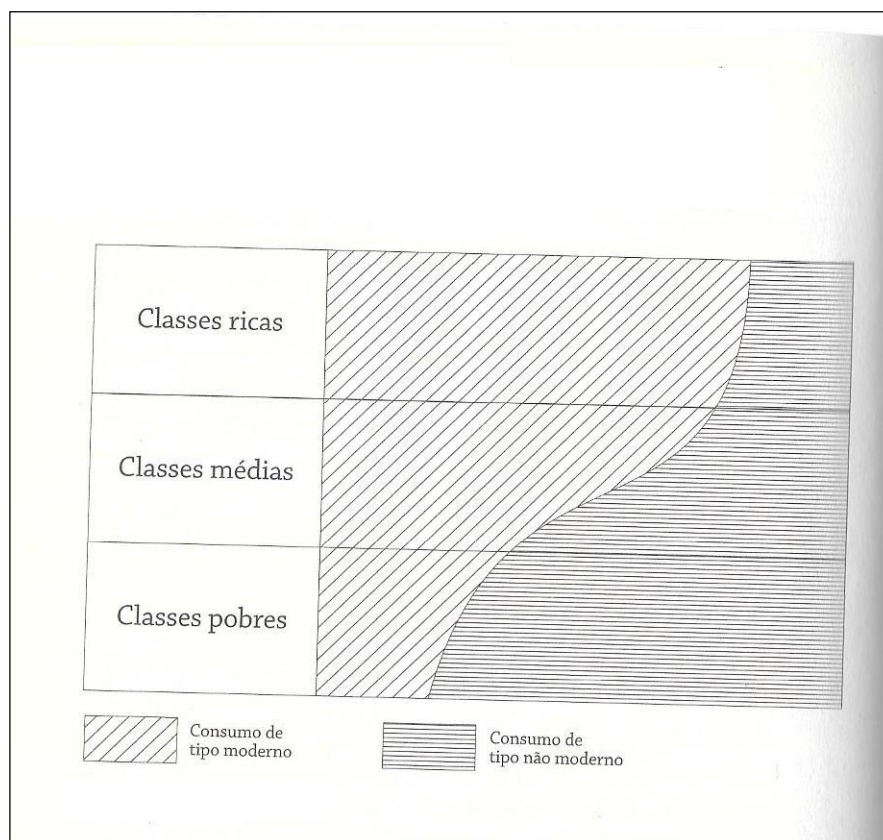
Assim, como podemos perceber, a feira livre é um espaço que perpassa por uma regulamentação detalhada do estado, por dois motivos principais: primeiro por estar localizado em um espaço público, o que acarreta na responsabilidade de ordenação do estado quanto questões relacionadas aos moradores, transeuntes, ao trânsito de veículos, uso do espaço público, ou seja, impactos urbanos que estão presentes no cotidiano desse local; o segundo motivo trata-se do comercialização de gêneros alimentícios, já que é uma forma de comércio que requer uma regulação e fiscalização quanto aos produtos, às questões sanitárias, além de ser uma garantia e controle de um mercado dinâmico e importante.

A história da feira se cruza com a do abastecimento dos gêneros básicos de vida, e na cidade de São Paulo isso não foi diferente. A demanda popular pela garantia do baixo custo desses produtos ressaltou a importância da feira para a sociedade. Um caso emblemático desse cenário foi a greve geral de julho de 1917 que aconteceu em São Paulo, organizado pelo movimento operário, e que uma de suas reivindicações era a instalação de feiras em diversos pontos da cidade para garantir a oferta a preço baixo dos produtos básicos de subsistência (Sato, 2012).

Até os dias de hoje a feira possui esse caráter, talvez por isso que ela não tenha desaparecido, mesmo com o advento de novas formas de comércio mais modernas, principalmente o supermercado, como pode ser relatado por Gutierrez (2010, apud Sato, 2012) de que entre 1994 e 1999 a concentração das atividades de varejo sobre algumas poucas e grandes empresas – referindo-se as empresas de supermercado – cresceu de 23% para 37% sobre o total das vendas do setor no Brasil.

Sato (ibidem) mostra que apesar dessa concentração dos supermercados a Secretaria Municipal de Abastecimento de São Paulo (SEMAB) contabilizou, em 2003, cerca de novecentas feiras livres por semana na cidade de São Paulo (150 por dia), o que afirma a importância da feira no abastecimento de uma parcela grande da população. Isso é reafirmado pela autora ao mencionar que nessas estatísticas não entram as feiras clandestinas, não registradas, situadas nas regiões periféricas da cidade, que surgem como resposta ao crescimento populacional e a demanda por abastecimento de gêneros.

Figura 1 – Distribuição de renda e participação nos dois circuitos



Fonte: Extraído de Santos 2004.

Economicamente podemos considerar a feira livre como um elemento do circuito inferior da economia proposto por Milton Santos. Milton considera que o sistema urbano dos países subdesenvolvidos pode ser dividido em dois circuitos, o superior (moderno) e o inferior (não moderno). Santos resume a diferença entre os dois na seguinte passagem:

“O circuito superior originou-se diretamente da modernização tecnológica e seus elementos mais representativos hoje são os monopólios. O essencial de suas relações ocorre fora da cidade e da região em que os abrigam e tem por cenário o país ou o exterior. O circuito inferior, formado de atividades de pequena dimensão e interessado principalmente às populações pobres, é, ao contrário, bem enraizado e mantém relações privilegiadas com sua região.” (Santos 2004, p.40 apud Sato 2012, p. 47)

Podemos ver no quadro a seguir as diferenças entre as características dos dois circuitos.

Figura 2 - Características dos dois circuitos da economia urbana dos países desenvolvidos

| | CIRCUITO SUPERIOR | CIRCUITO INFERIOR |
|--------------------------------|--|---|
| Tecnologia | capital intensivo | trabalho intensivo |
| Organização | burocrática | primitiva |
| Capitais | importantes | reduzidos |
| Emprego | reduzido | volumoso |
| Assalariado | dominante | não obrigatórios |
| Estoques | grande quantidade e/ou alta qualidade | pequena quantidade |
| Preços | fixos (em geral) | submetidos à discussão entre comprador e vendedor (haggling) |
| Crédito | bancários | peçoal não institucional |
| Margem de lucro | institucional reduzida por unidade, mas importante pelo volume de negócios (exceção produtos de luxo) | elevada por unidade, mas pequena em relação ao volume de negócios |
| Relações com a clientela | impessoais e/ou com papéis | diretas |
| Custos fixos | importantes | personalizadas |
| Publicidade | necessária | desprezíveis |
| Reutilização dos bens | nula | nula |
| Overhead capital | indispensável | frequente |
| Ajuda governamental | importante | dispensável |
| Dependência direta do exterior | grande, atividade voltada para o exterior | nula ou quase nula reduzida ou nula |

Fonte: Extraído de Santos, 2004

Apesar de possuírem características diferentes bem definidas os dois circuitos não são autônomos nem exclusivos, as atividades que constituem os circuitos da economia traçam relações complexas entre ambos, podendo possuir assim características dos dois tipos. A feira livre por exemplo é uma atividade de comércio não moderno, elemento do circuito inferior, mas mesmo assim parte dela está articulada ao circuito superior através do uso de cartões de crédito ou por grupos de abastecimento modernos.

Portanto, podemos ver que a feira livre possui características do circuito inferior da economia segundo Santos (2004, apud Sato, 2012) no que refere-se como fonte de trabalho, emprego e renda para parcela significativa da população, ao mesmo tempo que é um elemento central para compreender a realidade urbana. Sato (2012) completa que as atividades do circuito inferior, diferente das do circuito superior que visam à acumulação do capital, garantem a sobrevivência dos que trabalham nelas.

Isso demonstra então a importância da feira livre não só para o abastecimento e o consumo, mas também como trabalho/renda para uma parcela mais pobre da população. Isso é relatado por Sato (ibidem, p.60) na sua análise sobre o mercado de trabalho na feira:

“As primeiras incursões em campo (entrevistas e observações) permitem identificar que, para os feirantes, a visão folclórica da feira livre – que dá relevo apenas às suas faces lúdica, estética e cultural – não é bem recebida, pois esmaece aquela que de ser um feirante é um trabalho e de que esse ramo da atividade econômica é importante escoadouro na distribuição de gêneros alimentícios, sendo, portanto, elemento relevante na dinamização da economia da cidade; ao mesmo tempo que gera emprego, trabalho e renda para parcela importante da população.”

E é justamente por possuir as características do circuito inferior, ambientadas num espaço público, em um território popular onde se realiza uma atividade fundamental do ser humana - a troca - que esse espaço permite o desenvolvimento de relações subjetivas, de sociabilidade, entre todos os agentes que nela participam. Quando o espaço público que estamos acostumados - nesse caso a rua restrita aos transeuntes e aos carros, com suas normas estabelecidas – se reorganiza de modo a criar possibilidades de desenvolvimento de relações não especializadas de comércio, de trabalho, de turismo, de lazer, cria-se uma oportunidade de enxergar a realidade e a cidade de maneira distinta do que estamos acostumados, possibilitando novos sentidos para esses espaços e o desenvolvimento de relações entre quem os apropria.

Magnani (2002, apud Sato, 2012) afirma que essas práticas sociais é que dão significado ou ressignificam tais espaços, através da lógica que opera com o que ele chama de eixos de significação. No caso da feira, Sato diz que um palco é montado “E é esse palco que cria as condições para que os muitos eixos de significado coexistam. Folclore, arte, brincadeira, comércio e trabalho são atividades que se encontram

emaranhadas. Por vezes, uma se faz mais proeminente do que as outras, mas todas coexistem o tempo todo.” (ibidem, p. 95)

Nos trabalhos de campo realizados nas feiras livres foi possível observar esses aspectos mencionados acima. Eu realizei algumas visitas às feiras livres perto da minha casa, a de quarta-feira é a feira registrada 40690, da Rua Luminárias, que possui 44 bancas em 256 metros lineares de ocupação⁵; a de sábado é a feira registrada 70181, na rua Mourato Coelho, e possui 136 bancas em 661 metros lineares⁶ ambas pertencentes à Subprefeitura de Pinheiros.

Podemos analisar primeiro o que há de comum nas duas feiras: os produtos vendidos são basicamente os mesmos, legumes e vegetais; frutas; peixes, carnes e miúdos; alimentos prontos (pastel, caldo de cana, queijo, doces, condimentos, temperos); flores; e utensílios domésticos de madeira, inox, metal, geralmente para a cozinha, além de contar com serviços de reparo para os mesmos. Alguns elementos referentes à organização da feira livre: a forma e a montagem das bancas; o uso de cores nas “saías” para diferenciar a classificação dos grupos de produtos vendidos; a exposição dos produtos; a identificação dos produtos e dos preços por meio de etiquetas de plástico penduradas por barbante ao longo da banca; os horários de montagem e desmontagem das bancas; a quantidade de pessoas por barracas – 5 a 6 na barraca de pastel, 3 na de caldo de cana, e 1 a 3 nas demais; o uso e os tipos de veículos que estão autorizados conforme a classificação dos grupos – pequenos caminhões na banca do açougue (peixes, carnes e miúdos) e do caldo de cana, “kombis” e pequenos veículos nas bancas de legumes e vegetais e frutas; a localização das bancas de pastel e caldo de cana nas extremidades das feiras; o uso de uniforme – avental – pelos feirantes. Apesar de expressamente proibido no decreto N° 48.172, exposto acima, a presença de ambulantes foi notada em ambas as feiras, geralmente vendendo um único item – não necessariamente apenas um produto, apesar de esse ser o mais comum – como limão, alho e bacia de combinado de frutas por um preço único. Os preços dos produtos comuns também se mantiveram iguais/parecidos. Ambas as feiras estão localizadas em ruas planas, onde a maior parte das propriedades são casas, sejam residências ou pequenos estabelecimentos comerciais, com pouca presença de prédios.

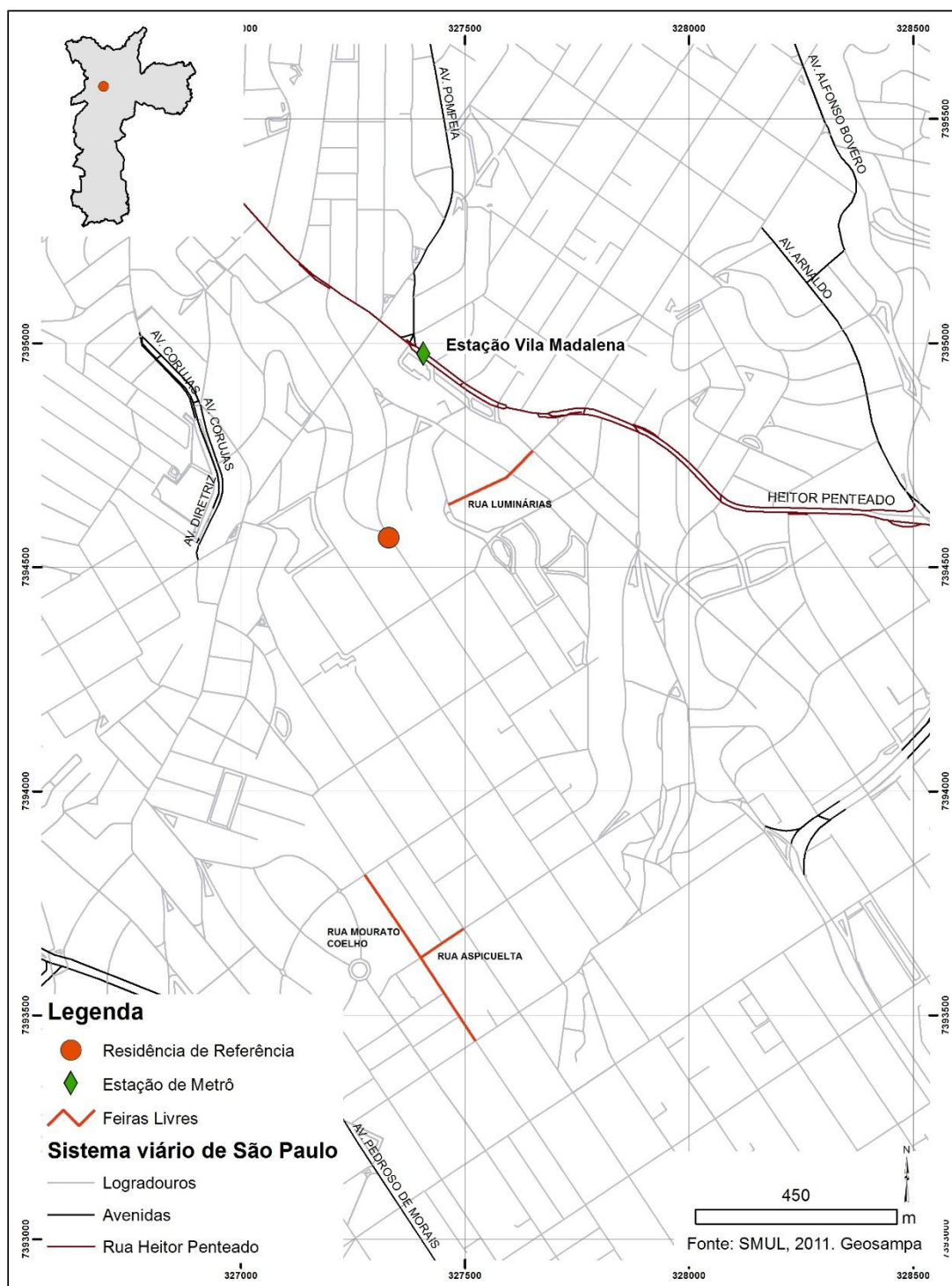
⁵ Prefeitura Municipal de São Paulo, 2018

⁶ Prefeitura Municipal de São Paulo, 2018

A feira da Rua Luminárias (quarta-feira) é menor em comparação com a da Rua Mourato Coelho, ela ocupa três quadras dessa rua, como podemos ver no mapa abaixo, e é possível perceber alguns “espaços vazios” ao longo dela, espaços sem banca. O seu movimento é pequeno, através de entrevistas realizados no local podemos notar que a maioria dos frequentadores são moradores do entorno, trabalhadores do entorno (também possível de perceber na observação de grupos com uniformes e crachás), e usuários de metrô, há a estação Vila Madalena (Linha 2 – Verde) a duas quadras da feira, que cruzam a feira antes ou depois de utilizarem esse transporte. Ela também sofre com a concorrência de uma outra feira que ocorre na quarta-feira numa rua do outro lado da Avenida Heitor Penteado, concentrando a sua atração então apenas para o seu lado da avenida.

Mapa 1 – Feiras Livres Estudadas

Feiras Livres Estudadas



Fonte: Elaboração de Greta Yale Lima Dos Santos.

A feira da Rua Mourato Coelho (sábado) é maior, também ocupa 3 quadras, sendo duas na Rua Mourato Coelho e uma na Rua Aspícueta. Há um maior número de bancas, não vimos espaços sem banca ao longo da feira, e há um movimento grande, principalmente comparado com a feira da Rua Luminárias. Os frequentadores também se resumem a moradores e trabalhadores do entorno, mas por se encontrar numa região boêmia da cidade, no centro da Vila Madalena, local de concentração de bares, boates, casas de show, há a presença, logo no início da feira, ainda de madrugada, de pessoas que estão saindo desses lugares e que resolvem fazer uma parada na feira, principalmente na barraca de pastel – uma das primeiras e estarem montada.

Figura 3 - “Espaços vazios” da feira da Rua Luminárias



Fonte: Elaboração própria.

Figura 4 - “Espaços vazios” da feira da Rua Luminárias (2)



Fonte: Elaboração própria.

As relações de sociabilidade e as práticas sociais que se desenvolvem no ambiente da feira livre também puderam ser observados durante o trabalho de campo. A feira permite que haja relações durante o momento de troca outras além do consumo em si, diferente por exemplo do supermercado, que baseado no sistema de autosserviço torna-se num ambiente impessoal, destinado especialmente ao consumo. Como vimos, pelas características da feira, há o desenvolvimento de relações próprias, mesmo que seja no consumo em si. Por exemplo, se analisarmos a relação entre o feirante e o freguês podemos observar diversos costumes que se desenvolvem no próprio desenrolar do ato de consumir. Começando com os chamados dos feirantes para atrair o freguês a olhar a sua barraca e comprar seus produtos, seja por meio do anúncio de suas promoções, seja exaltando a qualidade dos seus produtos, ou por meio da brincadeira – como o clássico

chamado da “freguesa bonita não paga, mas também não leva” – se estabelece um vínculo pessoal entre esses dois sujeitos, permeando o ato de consumir. O freguês se aproxima da banca para analisar o produto que deseja e ao mesmo tempo estabelece um diálogo com o vendedor, discutem sobre a qualidade e o preço do produto, surge o espaço para a “pechincha”, seja pelo freguês querendo economizar, ou pelo feirante para convencê-lo a levar seu produto. É comum ver também outros fregueses opinando nesse momento, pode ser um freguês fiel falando sobre a confiança nos produtos desse feirante, ou que levou tal coisa semana passada e não se arrependeu, algum outro comprador pode mencionar a qualidade do produto, ou o preço bom que ele apresenta, falar sobre alguma receita que ele conhece envolvendo o alimento analisado. No fim, ao concluir a compra, o feirante pede para o freguês voltar na outra semana para dizer o que achou do produto que levou, criando uma relação de confiança com o comprador.

Essa situação que envolve toda a compra de um produto é muito comum e mostra como o ato de consumir não está encerrado em si, ele abre a possibilidade do desenvolvimento de diversas situações e relações. Isso leva à possibilidade de desenvolvimento de uma relação pessoal entre o feirante e o freguês como podemos perceber no campo, com o tratamento respeitoso, mas informal entre ambos, o conhecimento do feirante pelo gosto de tal pessoa, as conversas para temas além dos produtos, conversas sobre si mesmos e sobre suas famílias, preocupação de um com o outro - “o que aconteceu que a senhora não veio semana passada?” – diz um feirante à uma senhora na banca de frutas. O desenvolvimento dessas relações transformam o tempo e o espaço em que estão inseridos; o tempo destinado a “fazer a feira” já não diz respeito somente à comprar os produtos, mas envolve também as conversas demoradas sobre algum assunto com o vendedor; o espaço, da mesma forma, deixa de ser destinado somente à troca, abre a possibilidade de ser um espaço de lazer, de encontro, tanto que há casos de pessoas que vão a feira sem a intenção comprar algo, apenas vão para encontrar e conversar com seus conhecidos.

O espaço da feira livre propicia então o desenvolvimento de outras relações que a troca e o consumo, as relações entre os agentes participantes, no espaço da feira, permite o desenvolvimento de outras atividades, podendo ser elas turísticas, lúdicas, de entretenimento, de encontro, da arte, de estudo, transformando o espaço em que se encontram na medida em que esses agentes se apropriam do espaço através dessas

relações. Isso cria um espaço não especializado, ou seja, apesar de ser destinado ao consumo a feira é também o local do folclore, da cultura, do encontro, da arte, do turismo.

Nem todas essas relações são positivas. Há os casos de queixas contra a feira livre relacionadas ao excesso de trânsito, barulho, às condições de higiene, o lixo e o cheiro produzidos por essa, queixas essas principalmente de moradores do entorno das feiras (Sato, 2012). Essas críticas são frequentes, até foram levantadas em um editorial do jornal Folha de São Paulo de 2005⁷ para argumentar que a feira acabava com a “tranquilidade do lar” de quem mora nas ruas onde há ocorrência desta; o editorial também apresentava possíveis soluções para esse amenizar esse conflito, como transferir as feiras para espaços confinados como praças ou viadutos, reduzir o IPTU dos moradores das ruas onde ocorrem feiras, e estabelecer um tempo máximo de uma feira em um local.

Essas queixas podem ser consideradas como parte das mudanças nos usos dos espaços na metrópole, mudanças essas em que a feira seria uma resistência. Hoje há uma tendência criada pelas produções hegemônicas de produzir espaços cada vez mais especializados, em detrimento da diversidade na oferta de produtos e serviços voltadas para as características e necessidades locais. A feira livre, como vimos, é um espaço não especializado, logo, é um espaço contrário a essa tendência da produção hegemônica do espaço urbano. Essas mudanças provocadas pela racionalidade instrumental também levam às mudanças no imaginário social, induzindo à mudança de comportamento, entre elas mudança no padrão de consumo de alimento e no cotidiano das pessoas (Santos, 2005, apud Sato, 2012); e é justamente por essa razão que podemos considerar essas queixas, que afetam o cotidiano das pessoas, como provocadas pelas mudanças nos usos dos espaços na metrópole.

Dessa forma, diz Sato (2012), a existência das feiras nos grandes centros urbanos, como São Paulo, vem “resistindo à tendência que tem conduzido para o espaço fechado e privado a comercialização impessoal de produtos diversos” (p. 55). Seria então a feira de condomínio um exemplo dessa tendência? Ela pode substituir a feira livre provocando seu fim? Analisaremos isso adiante.

⁷ Folha de São Paulo, 2005

Capítulo 4.2 – Condomínios

O entendimento do condomínio, tanto quanto forma em si, quanto a sua relação com a cidade, é importante para as considerações deste trabalho. Desta forma, achamos que seria necessário fazer uma breve análise sobre esse fenômeno.

Os condomínios são realidades presentes que vem se espalhando⁸ pelas grandes cidades ocidentais, e nas metrópoles brasileiras a presença dos condomínios fechados vem se intensificando desde o início da década de 1990 (D'Ottaviano, 2008). O condomínio é definido como “conjunto residencial composto de edifícios e/ou casas, geralmente cercado, com acesso controlado, e cujos moradores dividem equipamentos comunitários”. (Ferreira, 1999, p. 523; apud D'Ottaviano, 2008, p. 99).

A segurança é apontada como principal motivo de escolha por essa moradia dentro do contexto latino-americano, o que indicaria que esse padrão residencial estaria relacionado às classes altas; entretanto, estudos recentes mostram o crescimento dos condomínios em países desenvolvidos, com pouca desigualdade social, o que não sustenta a ideia da relação entre condomínio e classe alta. Historicamente os condomínios estão associados a residências de alto padrão, porém, ao longo das últimas três décadas esse quadro mudou, e hoje há condomínios com tamanho distintos de gleba, localização, tamanho das unidades residenciais, presença de serviços e áreas coletivas (D'Ottaviano, 2008).

O entendimento do par dialético segurança-insegurança é fundamental para a análise do condomínio. Rodrigues (2014) diz que o medo é um elemento utilizado para o processo de controle social e territorial, uma vez que a insegurança e seus problemas seriam combatidos com a promoção da segurança por meio do Estado, através de medidas como iluminação pública, vigilância, prisão. Assim sendo, a segurança é uma questão pública, do âmbito da sociedade e do Estado. Só que esse elemento é apropriado pelas incorporadoras imobiliárias para produzir uma forma de residência vendida como garantia de segurança – através de muros, equipes e tecnologias de segurança. Dessa forma, parte da produção do espaço referente à segurança passa das mãos públicas – do Estado – para o privado – incorporadoras imobiliárias – que se consideram promotores da segurança e a incorporam à propriedade privada como valor, principalmente por causa da tecnologia empregada. Cria-se assim uma separação da segurança-insegurança através

⁸ Revista Época Negócios, 2014

dos muros, com a ideia de que tudo que está dentro do muro é seguro, enquanto tudo que está fora dele é considerado inseguro; essa ideia é construída tanto no imaginário social através do marketing imobiliário, como na redução da atuação do Estado para promoção de segurança nos espaços públicos da cidade. Por isso que Rodrigues (ibidem, p. 3) afirma que “Os empreendimentos estão na cidade, seja em áreas afastadas ou em áreas centrais, usufruindo de um padrão de vida urbano, válido intramuros e, ao mesmo tempo, voltam as costas para a cidade, em seu sentido mais amplo, o de lugar de troca e de encontros.”

O crescimento e a popularização dos condomínios pelo mundo indicam um padrão residencial que, se não for dominante, é pelo menos relevante no que diz respeito à urbanização mundial nas últimas décadas. O que Tone (2016) diz sobre esse fato é que a forma condomínio é essencial para a reprodução do capital, uma vez que a propriedade é uma condição cada vez mais relevante para esse processo. A propriedade é condição e ao mesmo tempo limite inerente do próprio capital, e é por isso que o capital rentista é essencial no regime de acumulação contemporâneo, já que a acumulação, hoje, se dá mais sob os imperativos da propriedade do que da produção da propriedade em si - é o predomínio de capital fictício sobre de meios de produção – portanto, é um capitalismo essencialmente rentista (Paulani, 2012, apud Tone, 2016).

Rodrigues (2005) afirma que desde os primórdios da formação do Brasil a propriedade da terra é um dos elementos da desigualdade social, uma vez que há o predomínio do seu valor de troca – valor e renda da terra – sobre o valor de uso – direito à moradia e função social da propriedade. Ao analisar a questão da propriedade fundiária em diversas constituições ao longo da história brasileira a autora enfatiza que “há mais permanências do que mudanças em relação à propriedade fundiária e ao poder dela imanando que permite controle do território” (Ibidem, p. 4). A produção de condomínios significa, nesse contexto, o “aprofundamento dos processos de fragmentação, homogeneização e hierarquização (Lefebvre, 1999) na produção e na apropriação da metrópole.” (Tone, 2016, p. 97), reeditando a propriedade como base para a desigualdade. Logo, o condomínio é uma das formas de produção e reprodução do espaço urbano que concretiza a segregação socioespacial através da propriedade, ao mesmo tempo que seus muros promovem o isolamento entre os moradores da cidade (Rodrigues, 2005).

O condomínio vai ressaltar a valorização do privado em detrimento do público, se estabelecendo como uma forma de negação da cidade. É possível ver que esses processos de fragmentação, homogeneização e hierarquização na produção e apropriação da

metrópole vão culminar na elaboração dos conceitos básicos garantidos pela forma condomínio: segurança, isolamento, homogeneidade social, equipamentos e serviços, criados, mediados e disseminados por anúncios publicitários e pelas indústrias imobiliária e da construção (Caldeira, 2003). Portanto, além da segregação e da segurança, há a ideia de que os condomínios sejam universos contidos, em que os moradores tenham tudo ao seu alcance, com a finalidade de evitar a vida pública da cidade (Ibidem).

Temos assim um breve resumo sobre o fenômeno do condomínio, a sua importância para a reprodução das relações sociais de produção, a questão da sua forma quanto aprofundamento da segregação social e nas mudanças em relação à apropriação e produção da metrópole. Essa análise é fundamental porque nos permite indagar a contradição que é a presença de um serviço e equipamento originalmente público – a feira – em um local que se caracteriza justamente pela negação à cidade, a heterogeneidade e ao que é público.

Capítulo 4.3 – Feira de Condomínio

Estudar um fenômeno recente, como a feira de condomínio, possui suas vantagens e desvantagens: a parte positiva é que o estudo permite uma elucidação maior sobre o novo, o momento atual, suas características nos ajudam a entender melhor o devir de alguns processos presentes no nosso dia a dia; já o ponto negativo é que há uma falta de bibliografia e de um debate sobre o tema, o que impede um enriquecimento da análise assim como determinadas conclusões. Dessa forma, o que será apresentado aqui é uma exposição das observações e entrevistas realizadas nos trabalhos de campo que fizemos nas feiras de condomínio, não buscando conclusões que encerrem o tema, até porque isso não é possível com a alçada deste trabalho, mas buscando apontar características presentes nessa forma de comércio, com a finalidade de fomentar um debate acerca dessa temática com as ideias expostas aqui.

Foram realizados três trabalhos de campos, cada um em um condomínio diferente, no período entre final de abril e início de maio de 2018. Nos campos buscou-se a análise por dois meios principais, as observações e as entrevistas. As observações foram direcionadas para a morfologia da feira: organização das barracas, exposição dos produtos, tipos de produtos, preços, horários de funcionamento, limpeza; elas também foram direcionadas para as relações de sociabilidade que se desenvolvem entre os agentes

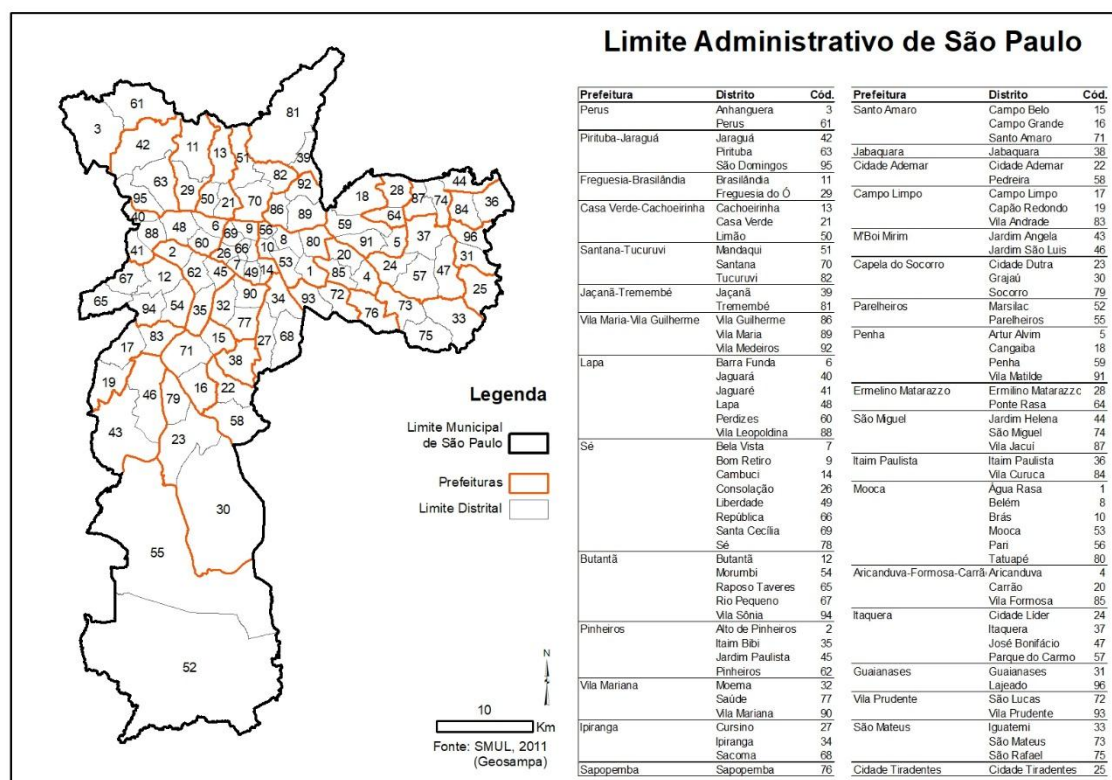
da feira: vendedores e moradores. As entrevistas, por sua vez, foram destinadas à três figuras diferentes: feirante, morador e o síndico; foi pensado e desenvolvido um roteiro para que garantisse a análise de algumas características básicas da feira de condomínio. Foram feitas as seguintes perguntas:

- Feirante: quanto tempo está no condomínio, se faz feira em outros condomínios, se trabalha em feira livre, se tem algum tipo de regularização do poder público, quem é o fornecedor de seus produtos, se paga taxa ao condomínio, como chegou ao local, se sempre foi feirante, e qual a diferença em relação à feira livre.

- Moradores: com qual frequência vai na feira do condomínio, o que costuma comprar, se vai à feira livre, se utiliza a feira do condomínio como substituta de outras formas de comércio, se a falta de regularização do poder público é um problema, quais os aspectos positivos/negativos em relação à feira comum, se a feira traz algum problema para o condomínio.

- Síndico: Como surgiu a ideia da feira livre no condomínio, quem são os feirantes, como foram escolhidos, que tipo produto é escolhido para a comercialização, se há pagamento de taxa, quanto é e como é usado a taxa recolhida, se fiscaliza os feirantes, quem faz a limpeza do local da feira.

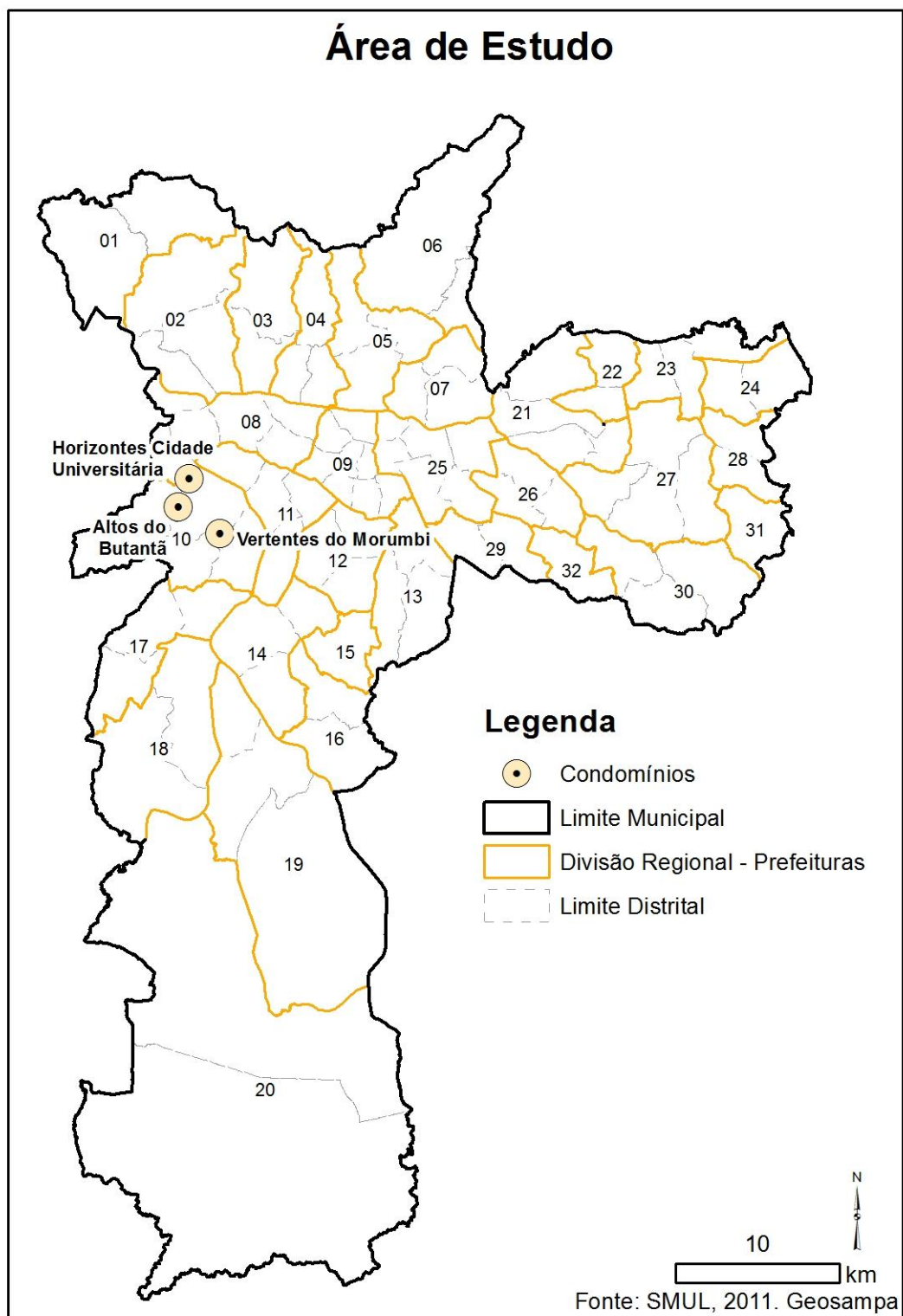
Mapa 2 - Prefeituras e Distritos da cidade de São Paulo



Fonte: SMUL, 2011 (Geosampa. Elaboração de Greta Yale Lima Dos Santos)

Os condomínios pertencem às subprefeituras da: Lapa e Butantã. Segue abaixo o mapa da localização dos três no município de São Paulo.

Mapa 3 - Área de Estudo



Fonte: SMUL, 2011 (Geosampa. Elaboração de Greta Yale Lima Dos Santos)

Legenda

- Condomínios
- Feiras Livres

Sistema viário de São Paulo

- Logradouros
- Avenidas

Fonte: SMUL, 2011. Geosampa

Fonte: SMUL, 2011 (Geossampa. Elaboração de Greta Yale Lima Dos Santos)

O Condomínio Horizontes Cidade Universitária, primeiro a ser visitado, fica na avenida Escola Politécnica, na subprefeitura da Lapa, é um condomínio com espaço grande, ele possui 7 torres e 28 andares em cada, num total de 392 apartamentos. Não há a presença de nenhuma feira livre semanal em um raio de 1 km – medida adotada a partir da distância da minha casa até a feira livre mais longe que visitei.

As feiras ocorrem de segunda e quarta-feira, das 18:00 às 21:00 – os feirantes de hortifrúti chegam às 15:00 para começar a montagem, e vão embora só às 23:00 – e ela acontece na parte descoberta da garagem. É formada por quatro bancas, a banca de hortifrúti, a banca de pastel, a banca de pesagem e pagamento, e a banca de produtos mineiros. As bancas de hortifrúti, pastel, pesagem e pagamento pertencem ao mesmo dono, que possui uma equipe para se encarregar de todas as funções. As feiras de segunda e quarta possuem feirantes de hortifrúti diferentes, são donos e equipes diferentes; já a banca de produtos mineiros é a mesma em ambas.

Figura 5 - Banca de produtos mineiros (Condomínio Horizontes Cidade Universitária)



Fonte: Elaboração própria.

Figura 6 - Banca de hortifrúti (Condomínio Horizontes Cidade Universitária)



Fonte: Elaboração própria. Essas bancas pertencem ao mesmo dono: na direita os produtos de hortifrúti; no centro mais produtos de hortifrúti mais a pesagem e o pagamento; no fundo a barraca de pastel.

A feira nesse condomínio surgiu há três anos, começou com a entrada de um caminhão da empresa Swift comercializando carne. Em seguida, a pedido e indicação dos moradores, as bancas foram se instalando até adquirir o formato atual. A banca de produtos mineiros é a mais antiga, está desde o início da feira e não paga taxa; já a banca de hortifrúti da segunda feira está no condomínio a um ano – substituiu a antiga banca que saiu – e paga taxa todo mês ao condomínio (não foi informado o valor). A limpeza do local é de obrigação dos feirantes.

O condomínio Horizontes Cidade Universitária possui um serviço de entrega ao domicílio referente aos produtos comercializados na sua feira. O morador deixa uma lista com os produtos que deseja e os feirantes separam tudo em uma caixa e levam até o seu apartamento, a transação ocorre na porta; no dia seguinte o morador deixa a caixa no

corredor de serviço de seu andar e os funcionários do prédio descem recolhendo e empilhando as caixas para deixá-las a disposição para a próxima feira. Segundo os relatos, os moradores que chegam em casa tarde, já no fim da feira, são os que utilizam esse serviço, pois eles já deixam seus produtos reservados e assim não precisam “fazer a feira”. Em uma reportagem da revista *Veja*⁹ sobre feiras de condomínio, foi relatado a existência desse serviço de entrega a domicílio em um condomínio no Butantã, nesse caso ela foi apresentada como uma ideia, uma “lábria típica” do feirante para agradar os moradores descontentes com a feira do condomínio por causa do barulho. Independente do motivo esses cenários mostram que esse serviço de entrega da feira nos domicílios é algo que existe, e que não é está longe de ser comum.

O segundo condomínio é o Vertentes do Morumbi, fica na Avenida Professor Francisco Morato, na subprefeitura do Butantã, é um condomínio de área média, mas que possui 11 torres, com 12 andares em cada torre e 528 apartamentos. Há uma feira no entorno, na rua Ladislau Roman, a exatamente um quilômetro do condomínio; é uma feira que ocorre de sábado e é pequena, com 23 bancas em 123 metros de feira.

A feira funciona de quarta-feira das 16:00 até as 21:00, acontece no térreo, no centro da área comum do prédio. Possui seis bancas, divididas em dois lados, um lado com a banca de hortifrúti, e no outro lado da área comum ficam as bancas de pastel; geleias e temperos; massas, salgados e sucos; salgados fritos; e carrinho de churros. As bancas se localizam embaixo de duas das torres, e o espaço comum entre eles, com bancos, muretas e “parquinho” das crianças serve como local de parada para quem está na feira. As bancas de hortifrúti e de pastel possuem as características de bancas da feira livre, com estruturas montadas, lonas, “saías”, produtos organizados, mas não há indicação dos preços dos seus produtos. As demais bancas são mesas revestidas com toalha de mesa e com seus produtos expostos em cima, ou a banca já é o próprio equipamento em si (carrinho de churros).

⁹ Revista *Veja*, 2017

Figura 7 - Banca de hortifrúti (Condomínio Vertentes do Morumbi)



Fonte: Elaboração própria. A banca de hortifrúti fica de um lado do condomínio, podemos ver do outro lado a outra parte da feira.

Figura 8 - Outro lado da feira (Condomínio Vertentes do Morumbi)



Fonte: Elaboração própria.

Figura 9 - Demais bancas (Condomínio Vertentes do Morumbi)



Fonte: Elaboração própria.

Nesse condomínio há uma diretora social, eleita por assembleia, que fica no encargo da parte social do condomínio, sendo assim, ela é diretamente responsável pela fiscalização, organização e gerenciamento da feira livre – vai toda semana à feira fiscalizar. A feira iniciou faz cinco anos, também a partir de um caminhão da empresa Swift vendendo carnes – que saiu do condomínio faz pouco tempo porque foi aberto uma loja da empresa na rua ao lado do condomínio. Em seguida veio a demanda dos moradores por outros produtos e assim surgiram as outras bancas. Não há pagamento de taxa por parte dos feirantes ao condomínio e a limpeza do local fica ao encargo dos vendedores.

O último condomínio visitado é o Altos do Butantã, que fica na Avenida Nossa Senhora da Assunção, na subprefeitura do Butantã, é um condomínio que possui uma área média, mas há apenas quatro torres, com 17 andares por torre e 408 apartamentos no total. Há a presença de duas feiras livres próximas ao condomínio; no sábado há a feira na rua José Alves da Cunha Lima (350 metros do condomínio), com 42 bancas em 219 metros de feira; na terça há uma feira grande na Avenida Otacílio Tomanik (900 metros do condomínio), com 107 bancas em 595 metros de feira.

A feira também funciona de quarta-feira, iniciando as 17:00 até as 21:00 e acontece no térreo, na ligação entre as torres e a portaria. Ela possui 5 bancas, de hortifrúti, pastel, salgados, bolos, mel e geleias. As bancas de hortifrúti, pastel e salgados são estruturas maiores, iguais às de feira livre, montadas, com lonas; já as bancas de bolos e de mel são apenas mesas revestidas com toalha. Como a feira está instalado na passagem, as bancas ocupam grande parte dela, restando um pequeno espaço para a concentração e a circulação dos moradores que estão na feira, assim como dos moradores que apenas estão saindo e entrando do condomínio.

Figura 10 - Banca de hortifrúti (Condomínio Altos do Butantã)



Fonte: Elaboração própria.

Figura 11 - Demais bancas (Condomínios Altos do Butantã)



Fonte: Elaboração própria.

A feira existe faz três anos, ela começou com o caminhão da empresa Swift – que já não frequenta mais o local desde que abriram uma loja da empresa na rua do condomínio. Da mesma forma as bancas dos outros produtos foram se instalando a pedido e indicação dos moradores. Não há o pagamento de taxa, e os feirantes são responsáveis pela limpeza do local.

Vamos explicitar agora, de maneira geral, as características que foram apreendidas por meio das entrevistas e das observações realizadas nos locais de campo descritos acima. Esse panorama geral servirá para que tracemos depois as conclusões finais deste trabalho.

Podemos perceber que as três feiras analisadas têm algo em comum, todas elas tiveram origem a partir da entrada no condomínio do caminhão da Swift para a comercialização de carne. Em duas delas o caminhão já não frequenta mais o condomínio pois foram abertas lojas nas ruas do entorno desses condomínios. Podemos perceber que há uma estratégia de mercado da empresa, que provavelmente viu nos condomínios um

mercado potencial para seus produtos, uma chance de comercializar sem uma loja fixa e de mostrar a sua marca. Não é possível dizer aqui que o surgimento das feiras de condomínio está inteiramente ligado com a presença dos caminhões dessa empresa nos prédios, não sabemos quem teve a primeira ideia de trazer a feira para dentro dos condomínios. Mas podemos levantar a hipótese de que a entrada desses caminhões ajudou a expandir e popularizar a presença de feiras de condomínio, sendo assim, merecem um destaque importante.

As feiras de condomínio tendem a manter alguns elementos da feira livre, como a organização e a estrutura – bancas e barracas concentradas em um determinado espaço, organização e exposição dos produtos, uso de uniformes pelos feirantes, utilização de veículos adequados para o transporte dos produtos, dia e horário estabelecido. A relação entre o feirante e o freguês (morador) também se mantém. Mas, apesar disso, não há a repetição de um ambiente igual ao da feira livre; não há o barulho típico da feira de rua, das pessoas conversando, dos chamados dos feirantes, justamente porque – exceto na relação feirante e morador – não há sociabilidade no espaço da feira de condomínio. Percebemos que “fazer a feira” no condomínio se restringe apenas a comprar os produtos que deseja e retornar ao apartamento, não desenvolve em outras relações como na feira de rua; por isso mesmo o tempo que as pessoas demoram para “fazer a feira” é o tempo do consumo, tudo mais parece “perda de tempo” e parece levar à um desconforto caso a pressa para retornar ao apartamento seja atrapalhada por uma conversa a mais com o vizinho. O barulho da feira provém, na maior parte, do barulho das crianças brincando nesses espaços, ou seja, um barulho natural em um condomínio. São justamente as crianças as maiores condicionadoras de sociabilidade no espaço da feira, seja entre elas, entre elas e seus pais, ou entre seus pais – que possuem um conhecimento ou uma amizade entre si por causa da relação entre seus filhos.

Os feirantes podem se encaixar em três distinções diferentes – moradores, feirantes que trabalham apenas em condomínio, e feirantes que trabalham em feira livre e feira de condomínio. Todos eles se destinam ao trabalho com o comércio, inclusive os moradores - utilizam a feira do condomínio como complemento de venda de seus produtos que comercializam diariamente em algum outro local. Os produtos podem ter procedências diversas também: podem ser de fabricação caseira, trazidos de fornecedores exclusivos, de cooperativas, ou do CEAGESP.

A prioridade dos produtos – relatado por moradores e feirantes – é a qualidade deles, mais que o preço. A demanda dos moradores é por produtos de melhor qualidade dos que os encontrados nas feiras livres ou em supermercados, essa é uma das principais justificativas do por que comprem na feira do condomínio, independente dos preços que pagam – mais caros que das outras duas formas de comércio. Inclusive, os moradores que frequentam a feira de condomínio semanalmente substituem os produtos (na maior parte hortifrúti) dos supermercados por estas, justamente com o argumento da qualidade do produto. Essa relação entre qualidade e preço é também apontada pelos feirantes que trabalham em feiras de condomínio e feira livre como uma das principais diferenças entre as duas formas, já que, segundo eles, na feira livre o preço baixo é a principal questão de escolha dos fregueses, enquanto na feira de condomínio o preço não é o problema, a principal questão é com a qualidade do produto. É por esse motivo que os preços nas feiras de condomínio são mais caros que na feira livre e que no supermercado.

Porém, isso não significa que a feira de condomínio concorra com o supermercado ou com a feira de condomínio. No caso do supermercado, mesmo em caso de substituição dos produtos, eles estão restritos aos hortifrúti, portanto a ida ao supermercado ainda é necessária e realizada semanalmente, pois é inquestionável seu papel de principal forma de comércio varejista. Já em relação a feira livre a concorrência não ocorre devido ao horário de funcionamento das duas – a feira livre ocorre no período da manhã, enquanto a do condomínio ocorre a noite – portanto são públicos diferentes, o que foi relatado nas entrevistas com os moradores, que dizem não frequentar a feira livre porque nesse horário estão trabalhando, logo, não é uma relação ligada aos produtos das feiras em si. Essa diferença de horário também não cria uma concorrência dos feirantes que trabalham em feira livre e em feira de condomínio, uma vez que um deles me relatou que em diversos dias, no mesmo dia, trabalha na feira livre de manhã e depois segue para o condomínio para fazer a feira a noite.

Para os feirantes nessa situação (trabalhando nos dois tipos de feira) a feira de condomínio aparece como uma oportunidade a mais, como condição de fazer mais feiras por semana – seja em dias da semana livre em que não faz feira, seja em dias da semana em que já faz feira. A feira de condomínio não implica na saída da feira livre pelos feirantes que se encontram nessa situação, por dois motivos: primeiro pela não concorrência mencionada acima; segundo porque, com um fluxo contínuo, mas pequeno, o consumo na feira de condomínio não é grande, mesmo com o preço maior as vendas

estão restritas à quantidades menores do que na feira livre, o que resulta em lucros baixos (e menores em comparação com a feira livre), e em algumas situações até prejuízo, como relataram os feirantes. Outro motivo que aparece é o fato de que esses feirantes sempre trabalharam em feiras livres, geralmente desde jovens, portanto eles citam a questão da tradição como um elemento que também pesa em favor da feira livre.

O único caso de alguém que largou a feira livre para ficar apenas no condomínio foi de uma feirante de pastel do condomínio Vertentes do Morumbi, e o motivo segunda ela foi a da questão de segurança, por isso ela preferia trabalhar no condomínio, mesmo ganhando menos. A segurança apareceu para os feirantes do condomínio como um fator positivo de diferença, principalmente se comparado com a feira livre. Quanto aos moradores, a segurança não foi mencionada como um fator positivo da feira de condomínio, isso pode ser entendido porque a segurança, para eles, não está associada a esse serviço, mas sim ao condomínio em si, em comparação com os perigos sujeitos na rua, como mencionado. O fator que mais se destacou como positivo na feira de condomínio segundo os moradores foi a comodidade, principalmente por causa do horário, pois é o momento em que estão retornando do trabalho, já estão em casa, então basta descer do apartamento (ou pedir a lista em alguns casos) para se ter o fácil acesso à feira e aos produtos.

As feiras de condomínio são organizadas e fiscalizadas pelo síndico ou por alguém designado pelo condomínio (como a diretora social no condomínio Vertentes do Morumbi), são eles também que selecionam os feirantes (quase todos são indicados por moradores ou por outros feirantes já presentes no condomínio), os produtos a serem comercializados (a partir da demanda dos moradores), e recebem as queixas dos moradores sobre problemas relacionados à feira ou ao feirante. Não há nenhuma relação ou participação do poder público, seja quanto regularização das feiras e dos feirantes, ou na fiscalização destas – como existe na feira livre. Nas feiras de condomínio analisadas e nos relatos dos feirantes, que fazem outras feiras em condomínio, o pagamento ou não de taxa pode variar de caso para caso, mas o valor das taxas é considerado baixo pelos feirantes, como se fosse “simbólico” comenta uma delas.

Uma questão que foi observada é a dependência dos feirantes do condomínio entre si para a realização, sucesso e ganho na feira. Pelas suas características, a feira de condomínio não pode ser grande, estando restrita a alguns poucos feirantes; além disso, pelo fato de ter um movimento baixo, não pode haver mais de um feirante

comercializando o mesmo produto, pois essa competição não seria vantajosa para nenhum dos, obrigando-os a saírem do condomínio, fato que limita também o número de feirantes. Outro fator agravante é o fato de que os feirantes de condomínio não possuem obrigação legal de prestação de serviço com o condomínio – o condomínio “cede” o espaço para eles comercializarem – portanto, os feirantes não são obrigados a fazer a feira toda semana, podendo não ir quando achar conveniente. Por causa disso é comum que haja uma alternância na feira de semana para semana, como relataram os moradores, tendo dias em que de seis bancas que frequentam apenas duas aparecem. Isso reflete no movimento da feira do condomínio, que por sua vez reflete nas vendas dos outros feirantes. Foi notado também que para o feirante, quanto melhor for a qualidade do produto do outro feirante na mesma feira de condomínio melhor para ele, pois isso é um fator importante para atrair mais moradores a passarem na feira – isso nos foi relatado pela feirante de produtos mineiros do condomínio Horizontes Cidade Universitária, que faz feiras na segunda e na quarta no mesmo condomínio e nos disse que o movimento na segunda feira é melhor porque a barraca de hortifrúti nesse dia é melhor que na quarta-feira, atraindo mais moradores, que acabam consumindo mais seus produtos. Dessa maneira, cria-se uma dependência dos feirantes do condomínio entre si, pois eles mesmo condicionam o movimento da feira, que por sua vez afeta o seu consumo. Isso faz com que o feirante prefira trabalhar com conhecidos, caso seja possível, indicando amigos, ou montando grupos, com pessoas de confiança, especializado em feiras de condomínio, com cada participante trabalhando na comercialização de determinado produto oferecido na feira – como foi relatado por um feirante de hortifrúti do condomínio Altos do Butantã, que atua em outros condomínios com um grupo de amigos que conheceu e trabalhou na feira livre.

Houve apenas uma reclamação relatada por uma moradora do condomínio Vertentes do Morumbi, que disse que quando a feira se localizava embaixo da sua torre, seu apartamento era invadido por um cheiro forte de fritura advindo da barraca de pastel. Mas são casos pontuais, de maneira geral podemos perceber que a feira de condomínio teve grande aceitação entre os moradores, e a tendência é expansão desse fenômeno, com a entrada de cada vez mais feiras nos condomínios, como nos foi relatado pelos feirantes entrevistados que apontavam que eles mesmos ou amigos feirantes (de rua) estavam adentrando em novos condomínios.

Esses são os apontamentos gerais que foram possíveis ser traçados graças às entrevistas e observações realizadas nos trabalhos de campo. Esses breves apontamentos nos permitirão formular algumas questões a seguir, na parte final, conclusão deste trabalho.

CAPÍTULO 5: CONCLUSÃO

Iniciamos este trabalho buscando compreender algumas questões: como funciona uma feira de condomínio; quais suas características; qual a sua relação com a feira livre; se a feira de condomínio representa uma nova forma de comércio, ou a transformação de uma antiga; e se ela pode ser entendida como produto das transformações do urbano atual. Pela limitação deste trabalho não podemos dar fim a essas perguntas, mas podemos apontar para alguns elementos expostos aqui que contribuem para o debate dessas questões.

Vimos então que a feira de condomínio mantém uma semelhança com a forma da feira livre, principalmente nos padrões organizacionais e estruturais, como também na figura do feirante e nas suas relações. Ao mesmo tempo é perceptível que ela se distancia de alguns elementos característicos da feira livre, como o preço dos produtos, o barulho, a “pechincha”, e o da possibilidade de utilização do espaço para outras relações além do consumo. Grande parte dessas mudanças, principalmente das práticas sociais, estão ligadas justamente com o fato de que se transfere uma forma de comércio de um local público para um local privado. Dessa forma, o entendimento do porquê de algumas características terem se mantido e outras se perdido perpassa por uma figura comum: o condomínio.

Como Caldeira (2003) explicou os condomínios são propriedades coletivas privadas onde seus moradores buscam manter uma homogeneidade social, rejeitando a heterogeneidade, interações indesejadas, o movimento, o perigo e as imprevisibilidades da rua. O condomínio valoriza o que é privado em detrimento do que é público, e é por isso que podemos perceber quais elementos da feira livre são aceitos (se mantiveram) ou não (desapareceram ou são objetos de reclamação) conforme as características e exigências que os moradores esperam encontrar em um condomínio. Por acontecer em um local público, e que permita a heterogeneidade social, a feira livre se transforma em um território popular, e por esse motivo garante o desenvolvimento de certas práticas sociais, assim como abre a possibilidade de desenvolvimento de outras relações nesse espaço além do consumo; a feira de condomínio ao contrário, por estar num ambiente privado e socialmente homogêneo não possibilita o desenvolvimento de certas práticas sociais e ao mesmo tempo transforma o espaço onde se realiza em um espaço voltado apenas para o consumo. Podemos apontar portanto que (também) por meio da sua feira o

condomínio é uma negação à cidade, uma recusa do que é público e de sua responsabilidade.

Se a produção do condomínio resulta numa nova forma de segregação na cidade (Caldeira, 2003) podemos dizer que um serviço seu – a feira de condomínio – vai seguir a mesma lógica? De que maneira podemos apontar para essa segregação? Na questão da alimentação? As feiras, sejam de rua ou de condomínio, são destinadas quase inteiramente aos gêneros alimentícios básicos, principalmente hortifrúti, portanto são constitutivas importantes na alimentação do nosso dia a dia. As observações e as entrevistas mostraram que na feira do condomínio há uma preocupação maior com a qualidade e menor com o preço, diferentemente da feira livre, onde a preocupação com o menor preço é mais importante que com a qualidade. No campo, nos foi relatado então, que os moradores não se importavam em pagar o preço colocado pelos feirantes, desde que tivessem uma qualidade boa, e por isso mesmo a principal preocupação dos feirantes era de conseguir de seus fornecedores produtos de maior qualidade – mais consumidos. No condomínio Vertentes do Morumbi a banca de hortifrúti tinha como fornecedor uma cooperativa de alimentos orgânicos, ou seja, segundo os vendedores seus produtos eram livres de agrotóxicos, o que era apontado como algo diferencial pelos moradores que optavam por esses produtos de melhor qualidade ao invés dos mesmos produtos de outras formas de varejo (principalmente o supermercado), mesmo com o preço maior que destas – a qualidade e condição de ser orgânico apareciam como justificativa para se pagar um preço maior. Não podemos dizer que a feira de condomínio é uma forma de segregação em si, mas podemos apontar que ela contribui para aumentar a segregação já produzida pelo condomínio, ou seja, a feira de condomínio torna-se um elemento a mais de segregação do condomínio ao proporcionar um abastecimento de gêneros alimentícios de maior qualidade (diferencial) para seus moradores.

Por fim, podemos apontar então que a feira de condomínio é uma transformação de uma forma comercial antiga – a feira livre – em que alguns elementos estruturais e relacionais são mantidos iguais, enquanto outros elementos sumiram ou tendem a desaparecer devido à uma lógica. Essa lógica é a do condomínio e de seus moradores, que tendem a valorizar o privado em detrimento do que é público, buscando uma homogeneidade social e rejeitando as interações provenientes do que vêm de fora, do que é público. É através dessa lógica que podemos analisar o que sumiu ou tende a sumir quando levamos a feira de rua para dentro do condomínio, pois são justamente os

elementos considerados indesejáveis que o condomínio e seus moradores tendem a evitar. Podemos considerar que a feira de condomínio tende a reproduzir a lógica da (re)produção do espaço urbano capitalista, uma vez que está inserido no condomínio, contribuindo para a formação de espaços cada vez mais especializados, homogêneos e segregadores, sendo uma negação à cidade, aos espaços públicos heterogêneos, de funções diversas, que são apropriados pelos habitantes da cidade, como a feira livre.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRAUDEL, Fernand. *Civilização Material, Economia e Capitalismo Séculos XV-XVIII. Vol. Os Jogos das Trocas*. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

CALDEIRA, Teresa Pires do Rio. *Cidade de muros: crime, segregação e cidadania em São Paulo*. Tradução Frank de Oliveira e Henrique Monteiro. São Paulo, Edusp 2003: Editora 34, 2ª ed.

CARLOS, Ana Fani A. *Da “organização” à “produção” do espaço urbano no movimento do pensamento geográfico*. In: CARLOS, A.F.A; SOUZA, M.L; SPOSITO, M.E.B. (Org.). *A produção do espaço urbano: agentes e processos, escalas e desafios*. São Paulo, 2011, v., p.9-.

D’OTTAVIANO, Maria Camila Loffredo. *Condomínios fechados na Região Metropolitana de São Paulo: fim do modelo rico versus periferia pobre?* Tese de doutorado. São Paulo: Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo, 2008.

FERREIRA, A.B.H. *Novo Aurélio Século XXI: o dicionário da língua portuguesa*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999.

FOLHA DE SÃO PAULO. Opinião: Feiras Polêmicas. São Paulo, segunda-feira, 25 de julho de 2005. Disponível em: <
<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/opiniao/fz2507200502.htm>>. Acessado em 24 de abril de 2018.

FREIRE, Ana Lucy Oliveira. *O Comércio Tradicional e as Transformações na Cidade*. Tese de doutorado. São Paulo: Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, 1999.

GALBRAITH, John K. *O Novo Estado Industrial*. São Paulo: Ed. Pioneira, 1983.

GUTIERREZ, Anita de Souza Dias. *O Negócio de Frutas Frescas: Novidades de Mercados*. Instituto de Economia Agrícola, Banco de textos, 2000. Disponível em: www.iea.sp.gov.br/OUT/verTexto.php?codTexto=563.

HARVEY, David. *A Justiça Social e a Cidade*. São Paulo: Ed. Hucitec, 1980.

HICKS, John. *A Theory of Economic History*. New York: Oxford University Press, 1984.

LEFEBVRE, Henri. *A Vida Cotidiana no Mundo Moderno*. 4. ed. São Paulo: Ática, 1968. 216 p.

_____. *O Pensamento Marxista e a Cidade*. Lisboa: Editora Ulisseia, 1972.

_____. *O marxismo*. 4.ed. São Paulo: Difusão Europeia Livro, 1974.

_____. *O direito à cidade*. 5. ed. São Paulo: Centauro, 2008.

LE GOFF, Jacque. *O Apogeu da Cidade Medieval*. São Paulo: Martins Fontes, 1992.

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

MASCARENHAS, Gilmar; DOLZANI, Miriam C.S. *Feira Livre: Territorialidade Popular e Cultura na Metrópole Contemporânea*. Revista eletrônica Ateliê Geográfico – UFG – IESA. Goiânia, v.2, n.2, agosto de 2008. P. 72-87. Disponível em <<https://www.revistas.ufg.br/ateliê/article/viewFile/4710/3971>>. Acesso em 23 de fevereiro de 2018.

MARX, Karl. *O Capital*. Crítica da Economia Política, vol. I. São Paulo: Abril Cultural, 1983.

MAGNANI, José Guilherme Cantor. *Quando o Campo é a Cidade: Fazendo Antropologia na Metrópole*. In: MAGNANI, José Guilherme Cantor & TORRES, Lilian de Lucca (orgs.). *Na Metrópole*. São Paulo, Edusp; Fapesp, 2000, pp.12-53.

ORTIGOZA, Silvia Aparecida Guarnieri. *As franquias e as novas estratégias do comércio urbano no Brasil*. 1996. Dissertação de Mestrado – Universidade Estadual Paulista, Instituto de Geociências e Ciências Exatas, 1996.

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO. Decreto N° 48.172, de 6 de março de 2007. Disponível em: <http://www3.prefeitura.sp.gov.br/cadlem/secretarias/negocios_juridicos/cadlem/integra.asp?alt=07032007D%20481720000>. Acessado em: 18 de abril de 2018.

_____. *História das Feiras Livres: As Feiras Livres fazendo parte da história de São Paulo*. Disponível em: <

http://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/trabalho/abastecimento/feiras_livres/index.php?p=6637>. Acessado em 18 de abril de 2018.

_____. Mapa das Feiras Livres. Disponível em: <
<http://www9.prefeitura.sp.gov.br/secretarias/sdte/pesquisa/feiras/>>. Acessado em: 23 de abril de 2018.

PAULANI, Leda. “*Acumulação e rentismo: resgatando a teoria da renda de Marx para pensar o capitalismo contemporâneo*”. Em: XVII Encontro Nacional de Economia Política – Sociedade Brasileira de Economia Política (SEP). Anais: 2012.

PINTAUDI, Silvana M. *Os Supermercados na Grande São Paulo*. Dissertação de Mestrado. Departamento de Geografia\FFLCH, Universidade de São Paulo, 1981.

_____. *A cidade e as formas do comércio*. In: Novos Caminhos da Geografia / Ana Fani Alessandri Carlos (organizadora. São Paulo: Contexto, 2001.

PIRENNE, Henri. *As Cidades da Idade Média*. Lisboa: Publicações EuropaAmérica, 1973 (3ª edição).

_____. *História Económica y Social de La Edad Media*. México: Fondo de Cultura Económica, 1986 (19ª. Edición)

POLANYI, Karl. *A Grande Transformação. As Origens da Nossa Época*. Rio de Janeiro: Ed. Campos, 1980.

REVISTA ÉPOCA NEGÓCIOS. São Paulo ganhou mil prédios residenciais nos últimos cinco anos. São Paulo, 27 de julho de 2014. Disponível em: <
<https://epocanegocios.globo.com/Informacao/Resultados/noticia/2014/07/sao-paulo-ganhou-mil-predios-residenciais-nos-ultimos-cinco-anos.html>>. Acessado em: 25 de abril de 2018.

REVISTA VEJA SÃO PAULO. Feirantes agora atendem também dentro de condomínios. São Paulo, 1 de junho de 2017. Disponível em: <
<https://vejasp.abril.com.br/cidades/feiras-condominio/>>. Acessado em 4 de maio de 2018.

RODRIGUES, A.M. *Propriedade Fundiária Urbana e Controle Sociespacial*. Scripta Nova (Barcelona), v. xviii, p. 1-16, 2014.

SANTOS, Milton. *A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção*. São Paulo: HUCITEC, 1996.

_____. *O espaço dividido: Os dois circuitos da Economia Urbana dos Países Subdesenvolvidos*. São Paulo, Edusp, 2004.

_____. *A urbanização Brasileira*. São Paulo, Edusp, 2005.

SATO, Leny. *Feira Livre: Organização, Trabalho e Sociabilidade*. São Paulo: Edusp, 2012.

SITTE, Camillo. *A Construção das Cidades Segundo seus Princípios Artísticos*. São Paulo: Ed. Ática, 1992.

TONE, Beatriz Bezerra. *São Paulo, século XXI: valorização imobiliária e dissolução urbana*. Tese de doutorado. São Paulo: Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo, 2016.