



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA – UNB
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS – IH
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA – GEA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA – PPGGEA

USO DO ESPAÇO PÚBLICO DA FEIRA DE ARTESANATO DA TORRE DE TELEVISÃO DE BRASÍLIA

LUANA SOUSA DAMASCENO

Brasília

2017

LUANA SOUSA DAMASCENO

**USO DO ESPAÇO PÚBLICO DA FEIRA DE ARTESANATO DA TORRE DE
TELEVISÃO DE BRASÍLIA**

Dissertação de Mestrado apresentado ao Programa de Pós-Graduação de Geografia do Departamento de Geografia da Universidade de Brasília, submetido à banca de exame para conclusão Curso do Mestrado em Geografia, sob a orientação da Professora Doutora Marília Luisa Peluso.

Brasília

2017

LUANA SOUSA DAMASCENO

**USO DO ESPAÇO PÚBLICO DA FEIRA DE ARTESANATO DA TORRE DE
TELEVISÃO DE BRASÍLIA**

Dissertação de Mestrado apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Geografia do Departamento de Geografia da Universidade de Brasília, submetido ao exame de conclusão do Curso de Mestrado em Geografia, sob a orientação da Professora Doutora Marília Luisa Peluso.

Banca Examinadora:

Profa. Dra. Marília Luisa Peluso - Orientadora
PPGGEA/GEA/IH/UnB

Prof. Dr. Fernando Luiz Araújo Sobrinho—Membro Interno
PPGGEA/GEA/IH/UnB

Prof. Dra. Tania Cristina da Silva Cruz— Membro Externo
PPGAS/DAN/ICS/UnB

Prof. Dra. Regina de Souza Maniçoba— Membro Suplente
PPGGEA/GEA/IH/UnB

Aprovado em 18 de abril de 2017.

FICHA CATALOGRÁFICA

Sousa Damasceno, Luana.

Uso do espaço público da Feira de Artesanato da Torre de Televisão de Brasília – Luana Sousa Damasceno; orientadora: Marília Luisa Peluso. – Brasília, 2017.
137 f.

Dissertação (Mestrado – Mestrado em Geografia) – Universidade de Brasília, 2017.

1. Espaço Público. 2. Feira de Artesanato da Torre de Televisão. 3. Atores sociais.

I. UnB-GEA. II. Título. III. Peluso, Marília Luisa.

REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

SOUSA DAMASCENO, Luana. **Uso do espaço público da Feira de Artesanato da Torre de Televisão de Brasília**, 137 f. Dissertação (Mestrado em Geografia). Universidade de Brasília, Brasília, 2017.

CONCESSÃO DE DIREITOS

É concedida à Universidade de Brasília permissão para reproduzir desta dissertação e emprestar ou vender tais cópias somente para propósitos acadêmicos e científicos. O autor reserva outros direitos de publicação e nenhuma parte desta tese de doutorado pode ser reproduzida sem a autorização por escrito do autor.

Luana Sousa Damasceno

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus colegas que durante o curso de mestrado me ajudaram no processo de amadurecimento e aprendizado. Agradeço imensamente a minha orientadora, que me apoiou e me ajudou a realizar esse sonho de fazer o Curso de Pós-Graduação de Geografia da Universidade de Brasília – UnB. Assim como sou inteiramente grata e muito feliz por ter amigos e familiares que me apoiaram e acreditaram que eu iria conseguir finalizar o curso, sobretudo meus pais. Obrigada a todos.

DEDICATÓRIA

Dedico esse trabalho a todas as pessoas que buscam entender a realidade por meio dos estudos científicos.

Dedico às mulheres negras cientistas que lutam todos os dias para se manterem na Academia, apesar das dificuldades da vida familiar e do trabalho.

Dedico também aos meus pais e amigos que me deram suporte e força para continuar até o final.

LISTA DE FIGURAS

| | |
|---|-----|
| Figura 1 - Feira Permanente do Núcleo Bandeirante | 49 |
| Figura 2 – Área de Alimentação da Feira do Núcleo Bandeirante | 50 |
| Figura 3 – Infraestrutura da Feira do Núcleo Bandeirante | 51 |
| Figura 4 - Feira do Guará | 52 |
| Figura 5 – Estrutura da Feira do Guará | 53 |
| Figura 6 – Produtos comercializados na Feira do Guará..... | 53 |
| Figura 7 - Feira de Planaltina. | 55 |
| Figura 8 – Animais vivos na Feira de Planaltina..... | 55 |
| Figura 9 – Tipos de produtos vendidos na Feira de Planaltina..... | 56 |
| Figura 10 - Feira dos Importados de Brasília | 57 |
| Figura 11 – Visitantes na Feira dos Importados | 58 |
| Figura 12 - Entrada da Feira da Ceilândia | 60 |
| Figura 13 - Comidas típicas do Nordeste na feira | 60 |
| Figura 14 - Produtos vendidos na Feira da Ceilândia..... | 61 |
| Figura 15 – Obra da Torre de TV | 62 |
| Figura 16 – Torre de Televisão..... | 63 |
| Figura 17 - Feira de Artesanato da Torre de TV. | 64 |
| Figura 18 – Barracas da Antiga Feira de Artesanato da Torre de TV | 65 |
| Figura 19 – Localização da Feira de Artesanato da Torre De TV antiga e atual. | 66 |
| Figura 20 - Visão panorâmica da feira. | 67 |
| Figura 21 - Produtos vendidos na Feira da Torre de TV..... | 68 |
| Figura 22 – Artesanatos da Feira da Torre de TV | 68 |
| Figura 23 – Artistas plásticos da Feira de Artesanato da Torre de TV | 69 |
| Figura 24 – Comidas Típicas na Feira de Artesanato da Torre de TV | 69 |
| Figura 25 - Escada entre a Torre de TV e a Feira..... | 75 |
| Figura 26 - O elevador e a escada rolante de acesso à feira. | 76 |
| Figura 27 - Box do feirante com suas mercadorias. | 77 |
| Figura 28 - Visitantes usando a feira. | 80 |
| Figura 29 – Crianças brincando na Feira de Artesanato da Torre de TV | 80 |
| Figura 30 - Região Integrada de Desenvolvimento do Distrito Federal e Entorno (Ride/DF) | 81 |
| Figura 31 - Banheiro da Feira de Artesanato da Torre de TV | 84 |
| Figura 32 - Praça de Alimentação da Feira da Torre de TV..... | 84 |
| Figura 33 - Espaço entre blocos com sentido de labirinto..... | 87 |
| Figura 34 - Falta de identificação dos blocos na feira. | 87 |
| Figura 35 - Camelôs vendendo seus produtos na feira. | 90 |
| Figura 36 - Forró na Feira da Torre de TV..... | 92 |
| Figura 37 – Projeto do Plano Piloto de Brasília de Lúcio Costa | 97 |
| Figura 38 – Regiões Administrativas do Distrito Federal | 100 |

LISTA DE TABELAS

| | |
|---|----|
| Tabela 1 - Tempo de trabalho dos feirantes na Feira | 71 |
| Tabela 2 - Renda mensal dos feirantes | 72 |
| Tabela 3 - Frequência de visitantes na Feira. | 81 |
| Tabela 4 - Renda mensal dos frequentadores. | 85 |

LISTA DE GRÁFICOS

| | |
|---|----|
| Gráfico 1 - Motivos para trabalhar na Feira da Torre de TV. | 71 |
| Gráfico 2 - Atuação do governo segundo os feirantes..... | 74 |
| Gráfico 3 - A organização da feira de acordo com os feirantes. | 78 |
| Gráfico 4 - Locais de residências dos frequentadores. | 83 |

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

| | |
|----------|---|
| AFTTV | Associação dos Artesãos da Feira da Torre de Televisão |
| CAVE | Centro Administrativo Vivencial e Esportes |
| CEASA | Central de Abastecimento do Distrito Federal |
| CEI | Campanha de Erradicação de Favelas |
| CF/88 | Constituição Federal do Brasil de 1988 |
| CODEPLAN | Companhia de Planejamento do Distrito Federal |
| DF | Distrito Federal |
| EC | Estatuto da Cidade |
| GDF | Governo do Distrito Federal |
| IPEA | Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada |
| IPHAN | Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional |
| NOVACAP | Companhia Urbanizadora da Nova Capital |
| PA | Pará |
| PD | Plano diretor |
| PDAD | Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílios |
| PDL | Planos de Desenvolvimento Local |
| PDOT | Plano Diretor de Ordenamento Territorial |
| PE | Pernambuco |
| PEOT | Plano Estrutural de Organização Territorial do Distrito Federal |
| RIDE/DF | Região Integrada de Desenvolvimento do Distrito Federal e Entorno |
| SEGETH | Secretaria de Estado de Gestão do Território e Habitação |
| TV | Televisão |
| UNESCO | United Nation Educational Scientific and Cultural Organization |

RESUMO

O presente trabalho teve o intuito de apresentar o estudo realizado sobre a Feira de Artesanato da Torre de Televisão de Brasília e o seu uso pelos atores sociais, no centro da Capital Federal. Repleta de diversidade e dinamismo, a feira, a partir das relações sociais no espaço – tempo cria o espaço geográfico. A Feira é um atrativo turístico que simboliza e faz parte da identidade de Brasília. Este trabalho teve como objetivo geral buscar entender as formas de uso da Feira de Artesanato da Torre de Televisão pelos atores sociais. Os objetivos específicos são de analisar algumas feiras de destaque hoje no DF. Entender como os atores sociais utilizam a feira. Descobrir quais são as funções dadas para feira por estes agentes. Verificar se teve alteração de significado da feira em consequência da sua transferência de localização. Desvendar se existem conflitos entre os atores sociais na feira. Para o desenvolvimento da pesquisa, partiu-se de quatro hipóteses. A primeira, o espaço público da feira é utilizado pelos grupos sociais, feirantes ou visitantes, de modo diferente. A segunda, considera que a feira tem funções diversificadas de acordo com interesse dos atores. Conforme a terceira, na feira houve alteração significativa e simbólica após a sua transferência de localização. Na quarta, os conflitos existentes na feira decorrem das inter-relações entre os diferentes grupos sociais. Para realização da pesquisa foi colocado como pergunta chave: como os atores sociais utilizam a Feira de Artesanato da Torre de TV? O método utilizado na pesquisa foi o bibliográfico, o exploratório, as entrevistas com os atores que utilizam a feira e a análise qualitativa das respostas. No trabalho foi destacada a atuação do Estado em relação ao ordenamento territorial e às leis referentes à organização e ao controle da feira. Observou-se também a participação dos atores sociais no modo de viver e dar sentido à feira. Também foram abordados no trabalho os conflitos existentes na feira decorrentes dos distintos interesses e atuações dos atores sociais. Concluiu-se, após a pesquisa que a feira é um fenômeno socioeconômico, cultural e político produzido pela interação dos grupos sociais com o meio, dando-lhe sentido e significado.

Palavras-chave: Espaço público. Feira de Artesanato da Torre de Televisão. Atores sociais.

ABSTRACT

The present work had the intention to present the study realized on the Handicraft Fair of the Tower of Television of Brasília and its use by the social actors, in the center of the Federal Capital. Filled with diversity and dynamism, the fair, from social relations in space - time creates the geographical space. The Fair is a tourist attraction that symbolizes and is part of the identity of Brasília. This work had as general objective to seek to understand the ways of using the Handicraft Fair of the Television Tower by social actors. The specific objectives are to analyze some prominent fairs in the DF today. Understand how social actors use the fair. Find out what functions are given to fair by these agents. Check if there was a change in the meaning of the fair as a result of its transfer of location. Find out if there are conflicts between the social actors at the fair. For the development of the research, we started with four hypotheses. The public space of the fair is used by social groups, marketers or visitors, differently. The second, the fair has diversified functions according to the interest of the actors. According to the third, at the fair there was a significant and symbolic change after its location transfer. In the fourth, the conflicts existing in the fair result from the interrelationships between the different social groups. For the realization of the research was posed as a key question as the social actors use Craft Fair of the TV Tower. The method used in the research was bibliographic, exploratory and qualitative analysis. The work highlighted the state's performance in relation to the territorial planning and the laws regarding the organization and control of the fair. It was also observed the participation of social actors in the way of living and making sense of the fair. Also discussed in the work were the conflicts in the fair resulting from the different interests and actions of the social actors. It was concluded, after the research that the fair is a socioeconomic, cultural and political phenomenon produced by the interaction of social groups with the environment, giving it meaning and meaning.

Keywords: Public space. Handicraft Fair of the Television Tower. Social actors.

SUMÁRIO

| | |
|--|-----|
| INTRODUÇÃO..... | 15 |
| CAPÍTULO 1 O ESPAÇO GEOGRÁFICO | 24 |
| 2.1 A PERCEPÇÃO DO ESPAÇO GEOGRÁFICO | 25 |
| 1.2 O ESPAÇO URBANO | 27 |
| 1.3 O ESPAÇO PÚBLICO | 28 |
| 1.4 O USO DO ESPAÇO PÚBLICO | 30 |
| 1.5 O TURISMO COMO UMA DAS FORMAS DE USO DO ESPAÇO | 33 |
| CAPÍTULO 2 A FEIRA: LOCAL DE TROCAS | 36 |
| 2.1 A ORIGEM DAS FEIRAS LIVRES | 36 |
| 2.2 Os TIPOS DE FEIRAS NO MUNDO..... | 40 |
| 2.3 O SURGIMENTO DAS FEIRAS NO BRASIL | 43 |
| 3.1 A FEIRA DE ARTESANATO DA TORRE DE TELEVISÃO | 62 |
| 3.1.1. Os Feirantes: a Importância da Feira..... | 70 |
| 3.1.2 Os Visitantes: como veem a Feira | 79 |
| 3.1.3 A Associação dos Artesãos da Feira da Torre de TV..... | 85 |
| 3.1.4A Administração Pública: atuação do GDF na Feira | 89 |
| CAPÍTULO 4 ATUAÇÃO DO GDF NO USO DO ESPAÇO PÚBLICO | 94 |
| CAPÍTULO 5 AS RELAÇÕES SOCIAIS E OS CONFLITOS NA FEIRA | 104 |
| CONSIDERAÇÕES FINAIS | 109 |
| APÊNDICE A – Pré-questionário de pesquisa: feirante | 121 |
| APÊNDICE B – Pré-questionário de pesquisa: visitante | 127 |
| APÊNDICE C1 – Questionário de pesquisa: feirantes..... | 132 |
| APÊNDICE C2 – Questionário de pesquisa: visitantes | 134 |
| APÊNDICE C3 – Questionário de pesquisa: associação dos artesãos..... | 136 |
| APÊNDICE C4 – Questionário de pesquisa: administração pública | 137 |

INTRODUÇÃO

O presente trabalho abordará as formas de uso do espaço das feiras, uma das atividades de trocas mais antigas do mundo. As feiras são um dos espaços públicos que representam a dinamicidade da sociedade, no seu dia a dia, nas formas de uso, de organização, de viver e de produzir o espaço-tempo.

As feiras se constituem do processo contínuo da realização da sociedade, sendo até hoje o local onde ocorrem relações interpessoais e de poder entre o Estado, os indivíduos, o mercado e que, no atual momento econômico, acrescentam novos produtos e modos de comercializar. Neste sentido, conforme Souza (2010, p. 86): “a feira é lócus de atividade econômica, cultural e social”. Nela estão presentes também os conflitos entre os atores sociais que a frequentam e a utilizam.

Segundo Souza (2015) as feiras livres, além de se constituírem como locais de troca e comércio, também devem ser vistas como lugar da manutenção de tradições culturais de comercialização dos feirantes com a população, ensinadas de modo não formal, revelando várias formas de aprendizagem culturais nas cidades e nas relações de trabalho. Assim, a feira pode ser compreendida como um espaço de produção cultural, visto que os trabalhadores das feiras, os feirantes, criam e recriam em suas práticas diárias diferentes saberes de trabalho, convívio e realização da vida em sociedade.

A feira, portanto, é a identidade e o reflexo da cultura, das tradições e dos valores de uma população em um determinado tempo e espaço. Entretanto, ela é também vida, arte, política, comércio, experiência e produto de tudo que a diversidade humana projeta e cria em um lugar onde as pessoas trocam produtos e ideias, encontram-se e ocupam um ambiente comum a todos (SOUZA, 2015).

O surgimento da feira na sociedade é uma dúvida ainda sem respostas. Datá-la seria algo arriscado, uma vez que sua característica principal – a troca de produtos – existe desde a Antiguidade, entre fenícios, gregos, egípcios, nômades e sedentários (SOUZA, 2015). Falta a precisão exata para fixar o local e o momento certo onde a primeira feira foi realizada no mundo. No entanto, uma das características principais das feiras é a realização de trocas de mercadorias entre os indivíduos e/ou grupos.

Assim como as feiras, os mercados públicos se originaram por meio das trocas de mercadorias, no qual as pessoas se reuniam, interagiam entre si e realizavam tanto trocas comerciais quanto culturais, econômicas e sociais. No entanto, o mercado difere das feiras por ter a característica de ter um espaço físico, construído, podendo ser uma praça, um edifício

específico para o comércio, porém, com infraestrutura, normas e regras para as pessoas venderem suas mercadorias naquele espaço. Em contrapartida, as feiras têm a característica de ser uma atividade comercial informal, ou seja, uma iniciativa popular, que ocupa espaços, como, por exemplo, as ruas, as esquinas dos bairros, em um horário mais curto, ocorrendo somente em um dia da semana e com barracas improvisadas (SILVA, 2015).

Neste sentido, a realização das trocas de mercadorias é uma constante desde a pré-história tanto no Ocidente quanto na Ásia e nas Américas. A origem do comércio foi proveniente das trocas de mercadorias na Antiguidade. Os fenícios, povo originário do Oriente Médio, foram os mais importantes e conhecidos comerciantes. Desenvolveram técnicas agrícolas, de navegação, de artesanato, expandindo sua cultura e suas mercadorias por todo o Mediterrâneo por meio do comércio (MAYKON; SUELEN, 2011).

Na África, as trocas de produtos já existiam desde tempos muito antigos, bem antes da invasão dos árabes e da colonização dos europeus no continente, a partir do século XV. Há cerca de cinco mil anos o Egito por localizar-se no norte da África, no litoral do Mar Mediterrâneo, sempre esteve em contato com outros povos, comercializando sal e ouro por outras especiarias que desejassem (CONCEIÇÃO; LEMONJE, 2011).

No Brasil, a partir da colonização portuguesa, no século XV, houve as trocas de produtos entre índios e portugueses. O território constituído como Brasil sempre foi incentivado a fazer trocas de mercadorias com a metrópole portuguesa. Em 1822, tornou-se independente de Portugal e, ao final do século XIX, passou a ser uma República. No entanto, sua característica de ser um grande exportador de produtos naturais e minerais para as metrópoles europeias se manteve. A par do comércio exterior, o comércio e a distribuição de alimentos frequentemente eram feitos nas feiras improvisadas criadas pelos próprios moradores das cidades pequenas das regiões do Nordeste, do Centro-Oeste, do Norte, assim como nos grandes centros urbanos. Os pequenos agricultores produziam e vendiam seus produtos nas feiras das cidades mais próximas de onde viviam, formando assim uma pequena rede de circulação e troca de produtos (BOECHAT; SANTOS; 2011).

A partir da década de 1960, como consequência da idealização e implantação de indústrias no Sudeste do País, verificou-se a necessidade de ampliar o mercado de consumo, e, assim, proveniente da política de modernização do país promovida pelo Presidente Juscelino Kubitschek, foi construída uma cidade para sediar a Capital, o Distrito Federal (DF), unidade federativa criada para implantação da capital do País, Brasília. Nesse período, a nova Capital absorveu uma enorme quantidade de emigrantes de várias regiões do país, do Nordeste, do

Norte, do Sul, do Centro-Oeste e, na época, não tinha infraestrutura para suportar tanta demanda de trabalho (PAVIANI, 2003).

Desse modo, em Brasília, a partir da década de 1960, a grande quantidade de imigrantes continuou morando no Distrito Federal, à procura de novas oportunidades de trabalho. Muitas dessas pessoas encontraram nas feiras uma forma de sobrevivência tanto em Brasília, com a feira de Artesanato da Torre de Televisão, quanto nas Regiões Administrativas (Núcleo Bandeirante, Taguatinga, Guará, Planaltina, Ceilândia), fornecendo serviços, produtos e lazer a essa nova e crescente população que se instalava no DF (PAVIANI, 2003).

Os locais onde as feiras se realizam são majoritariamente nas cidades, nas quais se concentram a maior parte da população. A dimensão, o alcance, a complexidade e a influência das cidades ultrapassam as atividades locais das feiras, em escala e significado. Logo, compreende-se que é nas cidades que a sociedade se organiza, realiza e divide as atividades e as relações de poder, trabalho e mercado (FELIN; MORIN; 2006).

As cidades podem ser vistas não somente como produtos complexos e isolados, mas interligadas entre si e integradas por meio de redes de trocas e fluxos de técnicas, mercadorias, pessoas, informações e capital. Neste contexto, as feiras são vistas como parte do sistema econômico, social e cultural de uma população (SANTOS, 2004).

A sociedade, portanto, passa a constituir-se das relações de cooperação e competição que são estruturadas a partir de um meio técnico-científico-informacional integrado em todo o mundo, de modo a permitir que o planeta seja unificado e cujas cidades, regiões e Estados façam parte do processo social e econômico global. Conforme Santos (2004, p. 54), “esse meio técnico-científico-informacional está presente em toda a parte, mas suas dimensões variam de acordo com continentes, países, regiões: superfícies contínuas, zonas mais ou menos vastas, simples pontos”.

No tocante às feiras, estas também fazem parte de um mundo globalizado, unificado, cujas atividades econômicas são regidas por países hegemônicos, que criam e gerenciam os requisitos e as exigências internacionais, formatando, assim, a divisão internacional de trabalho, o que cada país produz no seu território, o que consome e quais serviços e empregos são gerados internamente. O Brasil é caracterizado como um país em desenvolvimento, no qual os trabalhos estão concentrados no setor de serviços, comércio e varejo. A feira se enquadra nesses ramos e comercializa mercadorias, tem a função de fornecer e abastecer a população, principalmente das cidades, com produtos e alimentos. No entanto, a feira não é somente um ramo do mercado econômico, ela é também um espaço vivo e se realiza através do complexo

processo de construção da sociedade no espaço-tempo, por meio do uso das técnicas e das relações interpessoais existentes nos diversos momentos históricos (CALADO, 2010).

A feira é um espaço geográfico constituído por objetos e ações dos atores sociais que a criam e a renovam constantemente. Existem feiras específicas, tais como as feiras voltadas para artesanato, hortifrutigranjeiro, artes plásticas, utensílios domésticos. Há as feiras organizadas pelo grande capital, como as feiras de automóveis, de moda e de tecnologias. Existem feiras que possuem as características de uma região (BUSSO, 2011), tais como as feiras nordestinas, as feiras de inovações tecnológicas, as feiras de artesanato da Guatemala e a Feira de Ver-o-Peso, em Belém do Pará.

Os atores sociais são parte integrante das feiras, tendo como exemplo os próprios feirantes, os administradores, a Associação da Feira, os fregueses e os visitantes, as empresas privadas que fazem serviços no local. Todos interagem entre si e com o espaço. De acordo com Santos (2004, p. 70), “o espaço é uma categoria histórica e, por conseguinte, o seu conceito muda já que aos modelos se acrescentam novas variáveis no curso do tempo”. Portanto, tanto o conceito de espaço quanto as formas de produção e compreensão deste se alteram ao longo da história. Ademais, o próprio comportamento e o modo de usar e perceber o espaço da população muda, assim como a sua percepção em relação à realidade e à paisagem urbana.

A forma com que as pessoas percebem e entendem o mundo muda ao longo do tempo-espaço. A percepção da realidade é moldada segundo conceitos e valores culturais que direcionam a maneira de ver os objetos e as ações humanas no espaço. Segundo Forgas (1981, p. 330) “[...] toda percepção é o resultado daquilo que aprendemos a perceber em nossa cultura e em subgrupos culturais”.

A percepção também faz parte do processo de organização e da produção do espaço que, dependendo da cultura e dos atores sociais que interagem e praticam ações na cidade, permite a contínua interação e transformação do ambiente, da esfera pública e da comunidade. A sociedade, assim, é constituída e realizada por meio da produção e da reprodução do espaço (SANTOS, 2008).

O processo da produção do espaço ocorre constantemente na sociedade, visto que a sociedade não é um elemento estático, fixo, sem alterações ao longo do tempo, mas sim algo dinâmico, vivo (CARLOS, 2007). E a feira é um exemplo clássico do processo de produção do espaço pela sociedade, cujos atores sociais exercem um conjunto de valores sociais no tempo-espaço. Portanto, a feira é um espaço de práticas espaciais e temporais da sociedade cheias de

sutilezas e complexidades de ações, de valores e de concepções dos atores sociais que atuam nesse local (CALADO, 2010).

Entende-se, desse modo, que a feira é repleta de cultura e tradição, na qual famílias se perpetuam neste trabalho como feirantes, passando de geração a geração a profissão. A feira também é uma das atividades que para muitas pessoas é a única fonte de renda e de subsistência tanto nas cidades quanto nas áreas rurais (SILVA, 2014).

Pelo fato de a feira ser compreendida como uma prática que mantém a cultura, o sentimento de pertencimento e de identidade da população que a frequenta e a vive, pode-se dizer que em muitas cidades turísticas e de relevante contexto histórico as feiras sejam vistas como um atrativo turístico. A feira passa, assim, a ter novas funcionalidades a partir das diferentes configurações espaciais criadas no espaço-tempo.

A modernização das feiras é um reflexo das novas formas de configurações espaciais criadas através das novas técnicas, tecnologias e informações expandidas de maneira diferente no espaço. Neste processo de modernização, o fenômeno da globalização, caracterizado pela unificação de todas as partes do planeta, regido por países hegemônicos, direcionando, controlando e alterando a produção e organização do espaço, acabam modificando a forma como as feiras são realizadas. Além disso, estas se manifestam no espaço de acordo com mudanças impostas pelo Estado, que ordena e controla o território por meio de leis e normas (CALADO, 2010).

As feiras de um modo geral possuem elementos e características passíveis de uma leitura geográfica no âmbito da compreensão dos espaços apropriados, no sentido de haver caracteres próprios para a formação cultural presentes na sociedade. Dessa forma, a feira possui uma característica importante para a análise de processos de produção da sociedade: ela ocorre no espaço público, localizado predominantemente nas cidades. Segundo Reina (2012), o espaço público representa um local de trocas e encontros de todos os cidadãos, de modo a permitir a realização política, cultural e social na cidade.

Aqui se faz importante destacar o papel relevante que espaços públicos, como a feira, possuem nas cidades, que é o de permitir a interação, o convívio social, a manutenção da cultura, as trocas econômicas e comerciais, os fluxos de pessoas, capital e informações. Nos espaços públicos se encontram a diversidade e os interesses divergentes, acarretando assim conflitos sociais entre os atores que atuam nesse espaço. Estes conflitos se refletem no processo de produção do espaço geográfico, visto que influenciam as ações políticas, economias e sociais num dado momento histórico.

De acordo com Araújo (2012), os espaços públicos são lugares de disputas, de embate entre os diferentes atores sociais. Desse modo, as feiras são espaços de uso comum de todos, que produzem e reproduzem necessidades e ações distintas entre os grupos sociais. Portanto, criam-se novas formas de uso e produção das feiras de acordo com as condições e interesses dos atores sociais daquele local, cidade, região, país.

É possível depreender que é no ambiente citadino e em seus espaços públicos onde ocorre a dinamicidade da vida e das relações sociais; que é nesse ambiente que se produzem e se reinventam as formas de interação, conflito e formação do conteúdo da sociedade (CARLOS, 2001).

Conforme Bauman (2009, p.101), “é nos espaços públicos que a vida urbana, com tudo que a separa de outras formas de convívio humano, alcança sua expressão mais plena, em conjunto com suas alegrias e tristezas, premonição e esperanças mais características”.

Diante do exposto, a presente dissertação tem como estudo de caso a Feira de Artesanato da Torre de Televisão (TV), localizada no centro de Brasília, Capital Federal, construída na década de 1956 e inaugurada em 21 de abril de 1960. A Capital é considerada por vários arquitetos e artistas mundiais e nacionais como símbolo da modernidade do século XX. O Plano Piloto é uma das Regiões Administrativas que se encontram como parte integrante do Distrito Federal, que é um polo administrativo, político e econômico com forte influência nos Estados que o cercam – Minas Gerais e Goiás¹.

A Feira da Torre de TV de Brasília foi escolhida como tema de estudo por ser um importante, conhecido e frequentado espaço público da cidade, utilizado tanto por moradores da cidade quanto por turistas. Além disso, ela representa um interessante local, no qual ocorrem intercâmbios culturais e comerciais entre diferentes atores sociais, revelando um processo de produção do espaço por meio de articulações e apropriações sociais, culturais e regionais.

A presente dissertação tem como objetivo geral compreender os modos de utilização da Feira de Artesanato da Torre de Televisão, visto que se entende como importante analisar os processos da realidade social na Capital Federal. O estudo será mais um passo para interpretar as relações socioespaciais, culturais e históricas da população e, por conseguinte, do processo de produção e reprodução do espaço público da Feira de Artesanato da Torre de Televisão.

Com os objetivos específicos da presente pesquisa procurou-se:

- 1) Analisar algumas feiras de destaque hoje no Distrito Federal

¹Atualmente, os estados de Minas Gerais e Goiás sofrem forte influência econômica, política e social da Capital, que atrai um número muito grande de pessoas que utilizam os serviços, vão à trabalho ou consomem os espaços de Brasília.

- 2) Verificar como a feira é utilizada pelos feirantes, visitantes e frequentadores;
- 3) Compreender qual é a finalidade dada pelos grupos que nela comercializam ou a frequentam, verificando se são diferentes entre si, se sim ou não, de que forma;
- 4) Averiguar se houve alteração do significado da feira em consequência da mudança da localização da antiga Feira de Artesanato da Torre de Televisão para a nova; e
- 5) Verificar se há a existência ou não de conflitos entre os atores sociais presentes na feira.

Têm-se as seguintes hipóteses para serem utilizadas na análise sobre o uso do espaço público da feira:

- 1) As feiras existentes no DF possuem características específicas e distintas entre si, em consequência da constituição histórica, econômica, social e cultural das Regiões Administrativas onde elas ocorrem;
- 2) O espaço público da feira é utilizado de diferentes formas de acordo com os interesses e objetivos dos grupos que comercializam seus produtos ou que a frequentam;
- 3) O espaço da feira tem variadas funções dependendo do interesse dos diferentes atores sociais, tais como: lazer, trabalho, compras, passeio, exposições, atividades culturais e turismo.
- 4) As mudanças em consequência da transferência da feira para um novo espaço levaram a importantes alterações no significado e na importância da feira.
- 5) Existência de conflitos entre os atores sociais, visto que os interesses e formas de uso do espaço público da feira são diferentes.

A partir das hipóteses supramencionadas, entende-se que o uso do espaço público se diferencia de acordo com sua especificidade e finalidade. Assim, a importância desta pesquisa é o entendimento das formas de utilização da Feira da Torre de Televisão de Brasília no seu espaço pelos atores sociais.

Para atingir os objetivos propostos de acordo com as hipóteses levantadas, a presente pesquisa utilizou inicialmente o procedimento metodológico exploratório, com o intuito de entender os processos de utilização do espaço público da Feira de Artesanato. Primeiramente foi feita uma observação *in loco*, no 1º semestre de 2015, na Feira de Artesanato da Feira para o conhecimento dos atores sociais que vivenciam a feira. Em seguida, foi feito o levantamento bibliográfico, de modo a reunir referências teóricas e publicações de livros, artigos científicos, teses e dissertações referentes à temática abordada. Neste momento da pesquisa, foi

conceituada a “feira”, no que tange à definição de espaço e à produção e reprodução do espaço através das relações interpessoais e do uso das áreas públicas, buscando aproximar-se da Feira da Torre de Televisão e dos problemas de pesquisa que foram emergindo.

Em relação à pesquisa exploratória, foram feitos trabalhos de campo. Primeiramente foram realizadas visitas para observação de e para tiragem de fotos na Feira de Artesanato da Torre de TV, no período do primeiro e segundo semestre de 2015, de forma que foi possível observar a feira e as pessoas interagindo entre si e usando os espaços das feiras. No segundo semestre de 2016, no mês de setembro, foi utilizado o método de observação e foram feitas visitas em outras feiras nas Regiões Administrativas do DF, como Planaltina, Núcleo Bandeirante, Guará, Ceilândia² com a realização de fotos para registro, identificação e ilustração deste trabalho. A partir da realização do trabalho de campo, por meio de investigação do objeto de estudo, foi possível perceber alguns processos de relação entre os atores sociais ali presentes.

No processo de investigação e de aproximação da realidade da Feira de Artesanato da Torre de TV, foram aplicados pré - questionários com perguntas abertas relacionadas às categorias de análise, tais como identidade, referência simbólica, percepção do espaço, funcionalidade e qualidade da feira. Foram feitos questionários específicos para os feirantes, os visitantes, a Associação dos Feirantes e a Administração Regional do Plano Piloto (Apêndice de A a C).

Entendeu-se que, dessa forma, utilizando o método de contato direto com o grupo da amostra da pesquisa, teve-se o objetivo de captar uma maior aproximação da realidade concernente à feira, abrangendo diferentes atores sociais presentes naquele espaço. Além disso, houve uma interação da pesquisadora com a realidade investigada por meio da convivência no espaço da feira, das trocas de conversas e dos relatos e das respostas dadas pelos entrevistados.

Neste trabalho serão apresentadas seis feiras realizadas nas Regiões Administrativas do Guará, de Planaltina, do Núcleo Bandeirante, da Ceilândia, do Plano Piloto e do Setor de Indústria e Abastecimento (SAI). Essas Regiões Administrativas foram escolhidas porque as feiras que ocorrem nesses locais têm representatividade, fazem parte da história do Distrito Federal e são bastante frequentadas pela sua população e por pessoas de outras Regiões Administrativas e do Entorno. As feiras do Guará e de Artesanato da Torre de Televisão são caracterizadas como atrativos turísticos por serem locais que atraem, inclusive, pessoas de outros estados e países.

² As Regiões Administrativas visitadas no trabalho de campo foram escolhidas por ocorrerem feiras bastantes frequentadas e conhecidas pela população brasileira, pelo Entorno e por turistas.

A presente pesquisa utilizou o procedimento metodológico exploratório qualitativo, com o intuito de entender os processos de utilização do espaço público da Feira de Artesanato da Torre de Televisão de Brasília. Para análise de informações e dados referentes à feira, foi usado o método exploratório, com o objetivo de coletar dados primários, visto que informações referentes ao uso do espaço público das feiras são muito escassas, tanto dentro da administração pública quanto de trabalhos acadêmicos.

Para a produção da pesquisa, o trabalho foi estruturado em capítulos consecutivos e interligados entre si. No primeiro capítulo, será feita a contextualização dos conceitos de espaço, da percepção do espaço e do uso do espaço público por meio de concepções de autores como Carlos (2007), Santos (1986, 1997, 2004, 2008), Harvey (2014), Lefebvre (1999, 2001), Corrêa (1989, 1997, 2007).

No segundo capítulo, será apresentada a origem das feiras no mundo e no Brasil e dos tipos de feiras existentes no mundo. No terceiro, serão apresentadas as feiras existentes no Distrito Federal tendo como destaque a Feira de Artesanato da Torre de Televisão, correlacionando autores como Boechat e Santos (2011), Weatherford (1999), Weber (1980) e Huberman (1979), Azambuja (2012), Ferreira (2009). No quarto capítulo, serão introduzidos conceitos sobre planejamento urbano e legislação para o uso do espaço público, assim como as atuações do Governo do Distrito Federal no ordenamento do espaço urbano. Logo após, serão feitas as considerações finais do presente trabalho.

Ao final, encontram-se as referências bibliográficas que serviram de base para a realização da pesquisa, assim como os questionários (anexos), utilizados no trabalho de campo empreendido na Feira de Artesanato da Torre de Televisão, na Associação dos Feirantes da Torre e na Administração Regional do Plano Piloto.

O presente estudo buscou desenvolver a pesquisa com o objetivo de alcançar uma reflexão consistente a respeito do uso do espaço público na Feira de Artesanato da Torre de Televisão, comparando-a com outras feiras existentes no Distrito Federal, as relações entre os atores sociais ali presentes, de modo a possibilitar novos caminhos para o conhecimento da realidade produzida em sociedade.

CAPÍTULO 1 O ESPAÇO GEOGRÁFICO

A definição do espaço geográfico é um dilema nas ciências, tanto nas áreas da filosofia, da antropologia, da sociologia quanto no campo que é destinado especificamente para o seu estudo, que é a geografia. O termo “espaço” teve vários sentidos e compreensões ao longo da história nas diferentes escolas geográficas, como na clássica, na quantitativa, na crítica, na fenomenológica.

No tocante ao termo “espaço”, instrumento de estudo e análise da realidade, de acordo com Santos (2004, p. 111), o espaço é um “[...] conjunto indissociável, solidário e também contraditório entre sistemas de objetos e sistemas de ações, não considerados isoladamente, mas como o quadro único no qual a história se dá”. Com base em Milton Santos, (2004) o espaço é um conjunto complexo, interligado e constituído de objetos geográficos, naturais e sociais, ao mesmo tempo, preenchido pela vida e sociedade em constante movimento.

Para Moreira (2008, p. 64) “o espaço geográfico é um espaço produzido”. O autor (MOREIRA, 2008) afirma que a formação do espaço é constituída de um todo estrutural que o produz. Isso é possível pelo fato de que os homens convertem a terra de acordo com as suas necessidades e por meio do trabalho social. No entanto, Moreira (2008, p. 67) ressalta que “a formação espacial é a própria formação econômica – social em sua expressão espacial, contendo a estrutura e as leis de movimento desta”.

Em relação à produção material do espaço, que está presente também nas relações sociais que lhe dão sentido, valor e significado, Castells (2000, p. 181) salienta que “o espaço é um produto material em relação com outros elementos materiais – entre outros, os homens, que entram também em relações sociais determinadas, que dão ao espaço (bem como aos outros elementos da combinação) uma forma, uma função, uma significação social”.

Braga (2007, p. 71) ensina: “O espaço geográfico é reflexo e condição para as relações sociedade/espaço”. Neste contexto o espaço geográfico seria como um contínuo resultado das interações socioespaciais, sendo estas as relações econômicas, políticas e simbólico-culturais (BRAGA, 2007). Já na concepção de Soja (1993), a sociedade se produz e reproduz no e por meio do espaço.

Para Santos (1997, p. 49), “[...] o espaço constitui uma realidade objetiva, um produto social em permanente processo de transformação. Sendo que é o espaço que impõe sua própria realidade; por isso a sociedade não pode operar fora dele”. Por conseguinte, o espaço pode ser visto como um fato histórico e uma instância social. Assim, de acordo com Santos (1986, p. 130), o espaço é “simultaneamente produtor e produto; determinante e determinado”.

No que se refere às formas de produção do espaço que propiciam atribuições de sentido às coisas e à realização social, Carlos (2001, p. 34) destaca: “[...] as relações sociais ganham existência inscrevendo-se no espaço, produzindo-o, constantemente, em seus limites e possibilidades”. Carlos (2001) ressalta ainda que é por meio do espaço que as experiências se realizam e a vida é possível.

Neste sentido, distintos espaços podem ser observados como elementos de produção social, tais como propriedades públicas como as feiras, os mercados, as praças, as rodovias, os quais possuem sentidos, usos e funções diferentes. No entanto, estes espaços sendo pertencentes ao contexto social, recriam-se e se produzem permanentemente ao longo do tempo, atribuindo novos sentidos a si e a outros objetos.

Desse modo, a feira caracteriza-se como um elemento relevante por fazer parte da sociedade e modifica-se em vários períodos históricos e contextos socioeconômicos. A forma como as feiras e o espaço é percebido, sofre transformações ao longo dos anos, da história e do grupo cultural ao quais as pessoas pertencem. O espaço não é sentido, valorizado e idealizado de modo igual por todos. Por isso, a percepção torna-se elemento importante para a compreensão do espaço geográfico.

2.1 A Percepção do Espaço Geográfico

O termo “percepção” é definido por Forgas (1981, p. 1) como “o modo em que o indivíduo obtém conhecimento sobre seu ambiente” por meio de captação de informação. Forgas (1981) assegura que o ser humano possui uma capacidade de adaptação que está interligada com a sua habilidade de perceber, observar e captar as informações provenientes do espaço, permitindo, dessa forma, agir e atuar no ambiente segundo seus interesses e necessidades.

Para Golledge Stimson (1997), a percepção é a apreensão imediata de informações do ambiente através dos sentidos humanos, tais como paladar, tato, olfato, audição e visão, de modo a proporcionar o processo de interpretação, classificação e mudança de estímulos na chegada das informações. Os autores Golledge Stimson (1997) destacam ainda que, devido à complexidade do mundo real e da grande quantidade de informações obtidas, torna-se impossível captar todas as informações, sendo, portanto, somente apreendida uma pequena parcela.

Moreira (2008, p. 292) salienta: “A percepção do ambiente tem uma base eminentemente cultural”. Nota-se, portanto, que a cultura, de acordo com o autor (MOREIRA,

2008), também representa um fator primordial para a maneira com que o espaço é visto, observado e caracterizado. Neste contexto, Santos (2008, p. 180) ressalta que “cada sociedade vê o espaço de uma forma que diretamente está ligada as suas concepções sociais e culturais”. Em relação à percepção das pessoas e ao processo de recepção e interpretação dos estímulos externos aos sentidos, Tuan afirma:

A percepção é tanto a resposta dos sentidos aos estímulos externos, como a atividade proposital, na qual certos fenômenos são claramente registrados, enquanto outros retrocedem para a sombra ou são bloqueados. Muito do que percebemos tem valor para nós, para a sobrevivência biológica, e para propiciar algumas satisfações que estão enraizadas na cultura (TUAN, 1980, p. 4).

A cultura exerce uma influência essencial na percepção do espaço segundo as tradições e hábitos do sujeito que percebe. No entanto, vale destacar que a cultura é um fenômeno complexo que está interligado ao espaço geográfico, necessitando de um lugar para existir, influenciado pelas relações socioespaciais e econômicas, da região física, da experiência e do período histórico vivido.

Para Moreira (2008) o ambiente, assim como a produção social do espaço, não é vivido e percebido do mesmo modo pelos diferentes grupos sociais, devido à grande variedade de atribuições que interagem e combinam entre si de maneira complexa, dando diversos sentidos para o espaço. Para Harvey (2014), o modo de organizar o espaço pode de fato caracterizar as relações entre atores, grupos, pessoas, atividades, coisas e conceitos, que são categorias que também influenciam a cultura e a maneira de perceber o mundo. A partir da organização do espaço e das relações entre atores a cultura é constituída e, por conseguinte, interfere na forma de perceber e viver no mundo.

A percepção da realidade é repleta de sentidos externos e internos. A percepção do espaço também é indissolúvel do processo de produção e reprodução social e seus sentidos. Um exemplo das transformações percebidas do espaço é o próprio processo de urbanização, como também o ordenamento e o planejamento do espaço urbano, no qual se organizam e se direcionam o uso e a ocupação do solo das cidades. O espaço urbano é onde a sociedade se realiza e se reproduz num processo contínuo (HARVEY, 2014).

1.2 O Espaço Urbano

De acordo Freitas e Ferreira (2011, p. 2), o espaço urbano é o “*locus* da diversidade de relações sociais, econômicas e a expressão da principal base territorial³ para o desenvolvimento do capitalismo, a cidade”. Segundo os autores Freitas e Ferreira (2011), o espaço urbano tem como essência a realização de materialidades e imaterialidades e, para que isto ocorra, depende das “ações e relações que envolvem os agentes sociais que o produzem e o consomem, criando-o e recriando-o conforme suas práticas” (FREITAS; FERREIRA, 2011, p. 4).

O conceito “urbano” está concatenado às relações sociais e econômicas realizadas nas cidades, produzidas e reproduzidas no e pelo espaço urbano, local no qual os atores sociais praticam ações e se relacionam. Portanto, o espaço urbano é produzido e reproduzido pela materialização e realização da sociedade (CARLOS, 2007), onde ocorrem às relações interpessoais, culturais, políticas, ideológicas. Para Lefebvre,

[...] o urbano é uma forma pura: o encontro, o lugar de uma reunião, a simultaneidade. Essa forma não tem nenhum conteúdo específico, mas tudo a ela vem e nela vive. [...] O urbano é cumulativo de todos os conteúdos, seres da natureza, resultados da indústria, técnicas e riquezas, obras da cultura aí compreendidas maneiras de viver, situações, modulações ou rupturas, o cotidiano. Todavia, ele é mais e outra coisa que acumulação (LEFEBVRE, 1999, p. 110).

Desse modo, “o espaço urbano torna-se o lugar do encontro das coisas e das pessoas, da troca” (LEFEBVRE, 1999, p. 22). Corrêa (1997) entende o espaço urbano como o lugar das diferenças, da autenticidade e da iniciativa e da autonomia dos atores sociais. O local no qual os diferentes grupos sociais se relacionam, vivem e se reproduzem. “Isso envolve, de um lado, o cotidiano e o futuro. De outro, envolve crenças, valores, mitos, utopias e conflitos criados no bojo da sociedade de classes e em parte projetados nas formas espaciais” (CORRÊA, 1997, p. 150).

As feiras são espaços urbanos criados e transformados de acordo com os interesses dos atores sociais. As utilizações da feira pelos indivíduos divergem: o objetivo dos feirantes é o de vender o seu produto e manter a sua forma de trabalho; já os frequentadores vão à feira para passear e comprar produtos, alimentos, utensílios e há ainda os turistas que vão a feiras para

³ Em relação ao termo “território” supracitado, não será abordado de forma ampliada, visto que o objetivo deste trabalho é o de focar na compreensão do conceito do espaço urbano. No entanto, vale ressaltar, que a palavra “território” foi amplamente estudada e utilizada por várias áreas além da geografia, como, por exemplo, a Ciência Política, o Direito, as Relações Internacionais, a Antropologia. Desse modo, nota-se o quanto é difícil a conceituação do termo (HAESBAERT, 2007). A palavra “território” tanto poder ser conceituada numa perspectiva materialista, que vê o território determinado pelas relações econômicas ou de produção, quanto pela visão simbólica, que dá mais importância para a dimensão cultural da sociedade (HAESBAERT, 2007).

conhecer e/ou admirar a paisagem e a cultura daquele local. O Estado também é um ator que está presente nas feiras, pois é o que disponibiliza, gerencia e fiscaliza o espaço urbano usado. Neste contexto, o espaço urbano representa a produção complexa das relações sociais, que se regula e se organiza, dando sentido aos objetos, lugares e à cidade.

Segundo Lima e Costa (2010) a sociedade se materializa por meio da configuração do espaço urbano, revelando a dinâmica da cidade. Conforme Carlos (2007) a cidade pode ser vista “como lugar que se reproduz enquanto referência – para o sujeito – e [...] lugar de constituição da identidade [...] condição do homem e do espaço urbano enquanto construção e obra” (CARLOS, 2007, p. 23).

No entanto, no que se refere às transformações no espaço urbano, Lima e Costa (2010) destacam que as mudanças decorrentes da dinamicidade da produção do espaço urbano, no momento atual, refletem uma complexidade social mediante as relações de trabalho, de classe, dos movimentos e lutas sociais, que geram muitas vezes conflitos e tensão. Os conflitos entre os atores sociais normalmente ocorrem em espaços de uso comum, no qual os objetivos das pessoas e do governo são diversos, causando tensões e disputas. Os espaços públicos são os locais de convívio comum onde os diferentes agentes sociais atuam e vivenciam o ambiente de acordo com as regras postas tanto pelos grupos presentes como também pelo Estado que os normatiza.

1.3 O Espaço Público

Barreto (1996, p. 38) afirma: “O termo público tem variados significados. De um lado, está associado ao conceito de estatal, gerido pelo governo, nacional, estadual ou municipal. Por outro lado, também pode estar associado ao uso do público, das pessoas em geral, portanto, do uso coletivo”.

O conceito de espaço público é muito amplo e depende de qual perspectiva de análise ele está sendo estudado e de qual área científica, podendo ser nas áreas da Arquitetura, do Urbanismo, da Geografia, da Economia. Na Geografia, os espaços públicos podem ser estudados na perspectiva da produção do espaço.

Serpa (2011, p. 9) destaca: “O espaço público é compreendido como o espaço da ação política ou, ao menos, da possibilidade da ação política”. Para este autor, o espaço público é também um lugar de simbologia e significado, ou seja, local visto como um espaço simbólico, que cria distintas ideias de cultura, cheias de subjetividade que ligam sujeitos e percepções na produção e reprodução dos espaços cotidianos. As feiras são espaços públicos repletos de

subjetividade, no qual se encontram tradições de comercialização e de uso, de relações entre feirantes e fregueses, criando assim um espaço simbólico e que liga ou afasta os sujeitos. (SERPA, 2011). Neste contexto, Azambuja (2012, p. 7) compreende que “o espaço, mais do que manifestação da diversidade e da complexidade sociais é, ele mesmo uma dimensão fundadora do ‘ser no mundo’, mundo esse tanto material quanto simbólico, que é expresso em formas, conteúdos e movimentos”.

De acordo com Narciso (2009) o espaço público é formado ou deveria ser criado como uma fonte de significativa representação da população nas categorias cultural, social e pessoal, “pois se trata de um espaço simbólico onde se opõem e se respondem aos discursos, na sua maioria contraditórios, dos agentes políticos, sociais, religiosos, culturais [...]” (NARCISO, 2009, p. 268). Os espaços públicos são reproduzidos constantemente segundo interesses privados e públicos para gerar atividades lucrativas que possuem força para conseguir a remodelação de seus espaços. Neste sentido, conforme Santos (2004, p. 21), “o comportamento no espaço acha-se assim afetado por essas enormes disparidades de situação geográfica e individual”.

Desse modo, observa-se que o processo de produção do espaço na sociedade está relacionado com as condições sociais e econômicas da população, assim como do processo de produção do sistema capitalista no qual a sociedade está integrada atualmente e que divide hierarquicamente o espaço e o trabalho, segregando uns e dando livre acesso e circulação a outros.

Para Santos (2004), a sociedade atual possui um sistema econômico que é constituído por dois circuitos, o superior e o inferior. Santos (2004, p. 22-26) revela que o “circuito superior se originou diretamente da modernização tecnológica e seus elementos mais representativos hoje são os monopólios” podendo ser caracterizados como as multinacionais que têm poder de alterar as finanças dos países e controlar ou direcionar os acordos políticos internacionais, como os bancos e as multinacionais. Ou seja, empresas que atuam e se relacionam umas com as outras em qualquer lugar do mundo. Quanto ao circuito inferior do sistema econômico supracitado, Santos (2004, p. 22-26) escreve que “o circuito inferior compreende as atividades de fabricação tradicionais, como o artesanato [...]”, agricultura familiar, o pequeno comerciante, o autônomo, que não precisam de grandes quantidades de dinheiro e financiamento para praticarem suas atividades.

Neste contexto, a feira pode ser entendida como pertencente ao circuito inferior com as práticas artesanais, do pequeno agricultor e de artistas plásticos que produzem sua própria

mercadoria para vender. Mas também faz parte do circuito superior, de modo que as feiras sofrem ao mesmo tempo influência dos processos de modernização e padronização dos produtos e do espaço urbano, originárias da globalização e da universalização das atividades nas cidades. É importante destacar que o circuito superior não existe separadamente do circuito inferior; ambos atuam e interagem no processo de produção capitalista para manter o sistema econômico funcionando, visto que atualmente o mundo é globalizado, e por meio das interações e relações internacionais dos Estados, proporcionam a circulação cada vez mais rápida no planeta de informações, pessoas, capital e mercadorias (SANTOS, 2004).

Assim, a cidade e seus espaços públicos passam a ser usados e aperfeiçoados para o mundo da mercadoria, tanto pelo Estado quanto pelas iniciativas privadas, ou seja, o centro onde funciona a linguagem dos produtos através dos circuitos superiores e inferiores. Os circuitos interagem entre si e estruturam a organização e a divisão de trabalho internacional e no País bem como o modo de uso e consumo do espaço (SANTOS, 2004).

1.4 O Uso do Espaço Público

A produção do espaço público se dá conforme o modo de uso e ocupação pelos diversos atores sociais. Narciso (2009) aponta que o espaço público é um local de uso coletivo nas cidades. Nesta perspectiva, entende-se que está nas cidades a multiplicidade cultural, de valores, de interesses e de identidades que possibilitam a produção e a realização da sociedade no espaço-tempo. Portanto, o espaço público se torna o local de discursos e da produção da sociedade. Desse modo, pode-se conceber que o uso do espaço público reflete as relações e a produção da sociedade na sua dinamicidade, complexidade e nas relações culturais, socioeconômicas e de poder.

A feira, como espaço público, é um dos palcos da vida urbana, composta por diferentes atores sociais com diversas maneiras de apropriação, constituindo-se em um espaço único, possibilitando que alguns daqueles atores que a frequentam se sintam pertencentes àquele ambiente (SANTOS; MAIA; 2010).

Contudo, para que haja uma compreensão do que seja público nas relações sociais no espaço, representadas muitas vezes no âmbito urbano, torna-se essencial resgatar significações na história do que seja público e privado. Para tanto, Dupas (2003) afirma que o público e o privado estão relacionados às representações sociais dos indivíduos em sociedade, na qual, dependendo do lugar em que as pessoas estejam terão papéis distintos a serem representados na vida privada ou na esfera pública. Dupas ainda observa:

A nova sociedade civil contemporânea foi ocupando os enormes espaços vazios deixados pelo Estado e incorporando à vida pública uma infinidade de associações civis autônomas e uma visão midiática para as atividades sociais, econômicas e políticas de grupos particulares, mas que passaram a reivindicar o caráter público de seus interesses, exigindo reconhecimento, regulação e salvaguardas das suas instituições (DUPAS, 2003, p. 73-74).

Atualmente, o espaço público é algo muito mais complexo do que em períodos anteriores, pois abrange configurações geográficas globais e locais interagindo entre si e manifestando o enfoque cada vez mais forte da população no consumo de informações e de mercadorias (CARLOS, 2007). Neste sentido, a feira é um espaço público para o consumo, lazer e socialização da comunidade, bem como para o consumo dos produtos vendidos. No entanto, o espaço público também pode ser entendido como um local que reflete as formas de vivência e convívio dos indivíduos nas cidades. Logo, constata-se que o espaço público também faz parte intrínseca da malha urbana, sendo a maneira com que as pessoas utilizam os lugares pela qual o espaço é especificado (CARLOS, 2007).

Outra definição de espaço público é a dada por Narciso (2009) que o compreende como local da cidadania, cuja realização permite que ocorram as relações e experiências em comunidade, na qual todos são iguais, têm direitos de acesso, uso e são responsáveis pelo bem comum de todos e do espaço público.

Considerando o espaço público o lugar por excelência da cidadania, do encontro e também como pontos estruturantes da malha urbana, definidos por uma tipologia própria, a forma aparece como a determinação do que é e representa o espaço público, e como a sua vivência o transforma num lugar específico (NARCISO, 2009, p. 288).

A forma com que o espaço público é representado e vivenciado pelos atores sociais depende muito da cultura e dos valores da sociedade em que estão inseridos. Portanto, estão correlacionados diretamente com o modo de ver e entender o mundo e que se modificam ao longo da história. Dessa forma, as modificações no modo de olhar e de se apropriar do espaço público também influenciam na compreensão do que seja público para os diferentes atores. Por consequência, Gomes afirma:

A visibilidade dos olhares nos espaços públicos se nutre da copresença de um espaço que se define como o espetáculo da alteridade, do diverso, da mutabilidade e da capacidade de conviver com isso. Por isso, visibilidade e copresença compõem um par essencial na existência dos espaços públicos. Sem eles não haveria nem mesmo a noção de público. O espaço físico estabelece as condições para que esses dois atributos entrem em cena. Esses espaços são o espetáculo e todos os presentes são partícipes. Não há distinção entre o palco e o público. Não há direção, roteiro ou moral nessa história que se tece continuamente nas cidades (GOMES, 2013, p. 312).

O sentido de público é complexo e está interligado com o espaço físico, o espetáculo da vida cotidiana nas cidades e dos participantes, os atores sociais. Claval (2002) salienta que o espaço público também é produzido de acordo com convenções e contravenções sociais que se estabelecem nas relações entre atores, influenciados, principalmente, pelo contexto político e econômico. Portanto, o espaço público é produto e produtor da ação dinâmica dos atores sociais das cidades, de modo que deve ser visto como lugar personificado, singular e único, que simboliza sentimentos de pertencimento e identidade.

Um dos espaços públicos bastante utilizado pelas pessoas são as feiras. Araújo destaca

Inúmeras são as pessoas que se deslocam semanalmente para os núcleos urbanos, oriundos da zona rural ou mesmo de outros centros urbanos, transformando a feira numa efervescência social, caracterizada por uma multiplicidade de sujeitos, com variados eventos, modificando, ainda que por um período curto, a temporalidade da cidade e imprimindo um dinamismo diferente do rotineiro, do habitual (ARAÚJO, 2012, p.52).

Atualmente, a diversidade encontrada nas atuações e ações cotidianas no espaço-tempo pelos seus atores sociais segundo os seus interesses e multiplicidade de saberes acabou acarretando relações dicotômicas entre os atores da sociedade. Os espaços públicos das cidades não destoam da realidade da sociedade, na qual estão representados os atores e que estão em constante conflito de interesses ideológico, econômico e político. De acordo com Guedes (2010), o espaço público pode ser visto também como um local de disputa e de negociação, no qual os atores sociais se relacionam na busca de realizar seus objetivos, seja político, seja cultural, seja econômico.

Nas feiras, os conflitos existentes estão relacionados a disputas entre feirantes por mais clientes, assim como a concorrência da feira com outros setores comerciais, como os shoppings, os mercados públicos, os supermercados existentes nas Regiões Administrativas do DF. Importante destacar que no início da formação de Brasília existiam poucos locais que oferecessem serviços, lazer, comércio e atividades culturais. Neste contexto, eram as feiras das Regiões Administrativas e, principalmente, a Feira de Artesanato da Torre de TV que oferecia produtos, lazer e atividades culturais.

Em relação aos mercados públicos existentes no DF, o surgimento destes está intrinsecamente interligado com as feiras livres. Visto que houve um processo de regularização das feiras pelo Estado, no qual criou infraestruturas fixas e padronizadas para as feiras do DF. Além de criar leis e normas para gestão destes espaços, o GDF alterou suas características e deu um novo sentido para feiras, que passaram a ter as suas atividades vinculadas mais a um mercado popular, com um edifício e a comercialização de mercadorias toda a semana.

Atualmente, nas Regiões Administrativas ocorreram muitas mudanças tanto no espaço urbano quanto no seu uso. A população cresceu, houve o aumento de oferta de serviços de lazer, de comércio, de atividades culturais que passaram a disputar com os espaços públicos, como a feira. Alguns feirantes acabaram criando técnicas, produtos e comportamentos diferentes para atrair mais clientes e, com isso a cidade muda no tempo – espaço.

Desse modo, “o espaço público contemporâneo equipara-se, assim, a um campo de interesses e de disputa, onde o conflito e a obrigatoriedade da negociação são iminentes. A dicotomia conflito x negociação está posta em um mundo plural em saberes” (GUEDES, 2010, p. 10).

Segundo Guedes (2010), a formação dos espaços públicos plurais e diversos constitui-se na realidade social que é complexa e que reflete as necessidades coletivas e individuais dos atores da sociedade atual. Dessa forma, a multiplicidade de espaços públicos é a representação da diversidade de interesses, opiniões, discursos e do acesso das técnicas e das ferramentas tecnológicas. Desse modo, constata-se que o espaço público é dinâmico e possui um desdobramento complexo que permite a produção e reprodução da vida social, cultural, econômica e política por meio da própria dinamicidade que é a produção do espaço e da sociedade (GUEDES, 2010).

A sociedade, a partir da sua dinamicidade e complexidade, realiza a vida e dá sentido aos objetos e lugares. Dá autenticidade e características à certo lugares, acrescentando a capacidade do Estado de alterar, ordenar e criar formas de usar o espaço, proporcionam que alguns lugares sejam um atrativo turístico. Atualmente, os espaços públicos possuem múltiplas funções, como o turismo, que atrai e gera o deslocamento de pessoas para visitarem e conhecerem diferentes lugares do seu local de origem.

1.5 O Turismo como uma das formas de uso do espaço

No contexto do uso do espaço público, o turismo é tido como uma das formas praticadas pelos atores sociais que viajam para conhecer novas culturas e regiões diferentes. Neste sentido, o turismo é visto como uma maneira de ocupação, de utilização, de obtenção e de consumo do espaço urbano, rural e natural de determinado local. Calado afirma: “as atividades de lazer e de turismo valorizam as características dos espaços que podem ser visitados, como se os lugares pudessem, por si só, contar a história daquela sociedade visitada” (CALADO, 2010, p. 48).

Brasília, por ser uma cidade recente, construída e projetada com teorias modernistas, acabou se tornando um espaço de atração turística, um monumento vivo que atrai pessoas de várias partes do Brasil e do mundo. A capital possui características distintas das demais regiões do país e das cidades do DF pelo seu contexto urbanístico. Monumentos arquitetônicos e paisagístico em espaços bastante abertos que atraem turistas. Souza e Ramos (2015, p. 642) ressaltam: “a paisagem é uma das ferramentas utilizadas para atrair turistas a visitar uma determinada localidade”.

A Feira de Artesanato da Torre de Televisão, em Brasília, é um importante local de atração turística, cujos produtos acabam divulgando a cultura de Brasília e de artistas da região do DF e Entorno. De acordo com Souza e Ramos

A feira através de sua originalidade tem potencial para atrair turistas que desejem experiência à cultura do outro, esse ambiente pode proporcionar uma rica troca de conhecimento, favorecendo a interação entre visitante e visitado, fortalecendo a identidade cultural de ambos (SOUZA; RAMOS, 2015, p. 642).

A feira de Artesanato da Torre de TV está localizada na Capital do Brasil, em Brasília, fazer parte da história da cidade e, foi constituída a partir de uma iniciativa popular, na década de 1960. Além disto, a feira também é um patrimônio cultural material e imaterial de Brasília. Quanto aos conceitos supracitados, Erig e Melo (2015, p. 6) afirmam: “o patrimônio cultural material engloba elementos de caráter tangível, como cidades, casas, museus, enquanto o patrimônio cultural imaterial engloba elementos intangíveis, como saberes, celebrações, modos de fazer, formas de expressão e lugares”.

Souza e Ramos (2015, p. 642) destacam: “o turismo deseja, entre outras coisas, rever seus conceitos, desmontar os estereótipos, agregar um valor, aprender algo, sonhar e, principalmente, se emocionar”. Segundo Erig e Melo (2015) um dos segmentos que engloba o turismo são os atrativos culturais, que compreende as atividades relacionadas à experiência de um conjunto de elementos referentes ao patrimônio histórico e cultural de um local, ou seja, de bens materiais e imateriais.

Neste contexto, as atividades turísticas influenciam de modo direto e indireto nas relações dos atores sociais presentes nos locais de turismo, e, por consequência, na produção e reprodução do espaço urbano. As feiras, a título de exemplo, com a sua oferta de produtos variados, a grande circulação de pessoas e as suas formas específicas de fazer comércio, também podem ser um atrativo turístico, um local que remete e faz parte da história de uma cidade, região ou país.

As feiras possuem atividades comerciais em espaços públicos, usados pelos moradores e feirantes e, ao mesmo tempo, atraem pessoas de outras regiões e cidades com o interesse de conhecer novos lugares.

CAPÍTULO 2 A FEIRA: LOCAL DE TROCAS

As práticas de trocas realizadas nas feiras e entre indivíduos ou grupos são atividades muito antigas. Inicialmente as trocas de produtos ocorriam em locais estratégicos e pontos de encontro, tais como portos, estradas, ao redor de vilas, feiras e mercados onde se localizavam rotas de comerciantes, de viajantes que procuravam produtos e os trocavam por onde passavam, nas cidades até nos vilarejos mais distantes.

2.1 A Origem das Feiras Livres

Muitos estudos já foram realizados sobre as feiras. No entanto, até hoje não se sabe quando realmente surgiram. Sabe-se que eram pontos de encontro onde se realizavam trocas de produtos. Boechat e Santos (2011, p. 3) revelam que “desde a Antiguidade, as feiras têm como principal objetivo promover trocas entre pessoas de diferentes lugares com a principal finalidade de suprir as necessidades particulares de cada indivíduo”. Silva (2014, p. 6) afirma: “além disso, as feiras constituem-se num formato de varejo tradicional, normalmente ocorrendo em vias públicas, ao ar livre, em locais estratégicos de centros urbanos e em dias determinados”.

No momento atual, as feiras livres ocorrem majoritariamente nas cidades de todo o mundo. Tornaram-se um fenômeno cultural e de comércio que se realizam nas áreas de comum acesso e uso nas cidades e são disponibilizadas principalmente pelo governo. Segundo Sato (2007), as feiras possuem uma característica pública pelo fato de ocorrerem relações sociais nesses ambientes. Sato destaca ainda:

Valendo-se da prerrogativa de ser uma atividade itinerante e de acontecer no espaço público, a feira livre caracteriza-se por estruturar-se numa ampla rede de relações sociais que mescla diversas gramáticas sociais e vale-se de regras tácitas. A dinâmica dá-se por meio de relações de cooperação e de competição. A amplitude dessa rede alarga-se para diversos lugares além daqueles nas quais as feiras livres se instalam e se corporificam no chão do cotidiano por meio de conversas entre vizinhos de banca, no burburinho e nos debates mais amplos (SATO, 2007, p. 101).

As feiras fazem parte do dia a dia das pessoas nas cidades por meio das dinâmicas sociais da população, das relações de cooperação e afetividade, perpetuadas através dos hábitos e da convivência social entre os diferentes atores sociais que estão presentes nos centros urbanos. A feira representa um espaço dinâmico e vivo, onde ocorre a produção das relações humanas em sociedade, reflete valores, costumes e símbolos de um determinado tempo e lugar

(ARAÚJO, 2012). Busso (2011) assegura que as feiras são espaços históricos de trocas, de vivência e de costumes.

Em resumen, las ferias son un espacio histórico de intercambios, pero no solo de mercancías, sino también, de historias, de vivencias, de códigos, de costumbres, de informaciones. Las ferias son entonces un espacio de intercambios y sócio-culturales, donde se superponen sus características de institución social, forma económica y entidad cultural (BUSSO, 2011, p. 107).⁴

Conforme Weatherford (1999), uma das técnicas utilizadas para a realização das trocas era por meio de um alimento específico e raro, valorizado entre os usuários. O alimento servia como parâmetro, um medidor usado para fazer trocas por outros produtos. No Império Asteca, o grão de cacau era o principal parâmetro para qualquer tipo de troca, de modo que com ele era possível o escambo de frutas, verduras, carnes e pimentas. Weatherford destaca:

O uso de alimentos como valor de troca, tais como o cacau, mencionado acima, funcionava em um sistema baseado mais na troca do que na compra. [...] O grão de cacau servia como meio de calcular o valor e arredondar a troca, mas não servia como meio exclusivo de troca (WEATHERFORD, 1999, p. 21).

As trocas comerciais do período da Antiguidade eram realizadas mais para satisfazer pequenas necessidades de subsistência, sem muito interesse no acúmulo de produtos ou de enriquecimento obtido por meio de tal prática de intercâmbio de produtos. E os locais de realização das trocas eram nas cidades, ou próximas a elas, porque era lá que havia uma maior quantidade populacional e de variedade de produtos, assim como um considerável fluxo de indivíduos (PINSKY, 2003). Na Antiguidade, como nas cidades gregas e romanas era possível encontrar vários produtos e atividades realizadas pelos habitantes – funcionários dos imperadores, sacerdotes, políticos, serviçais, artesãos, ferreiros, padeiros, guerreiros, etc. Com tanta diversidade, a cidade tornou-se o ponto de encontro onde ocorriam as feiras, os negócios, as celebrações religiosas e as trocas de produtos e de alimentos.

Na Idade Média, os processos de troca de produtos diminuíram visto que a estrutura da sociedade mudou, passou a ser baseada em trocas de favores, nos quais servos (pequenos agricultores) produziam alimentos e utensílios domésticos (para um senhor) em troca de uma terra para produzir para seu sustento. Na Idade Média ocorriam trocas de produtos, porém, não eram muitos frequentes e tampouco em grandes quantidades, uma vez que somente eram

⁴ Em resumo, as feiras são um espaço histórico de intercâmbios, mas não só de mercadorias; como também, de histórias, de vivências, de códigos, de costumes, de informações. As feiras são então um espaço de intercâmbios socioculturais, onde se superpõem suas características de instituição social, forma econômica e entidade cultural (BUSSO, 2011, p. 107).

produzidos alimentos para consumo nos feudos (terras dos senhores feudais). Quando ocorria a produção de excedentes faziam-se as trocas, que eram realizadas em feiras próximas de mosteiros, castelos, cidades e na proximidade de rios e de portos. A manutenção e o controle dessas feiras eram feitos pelos bispos e os senhores feudais (HUBERMAN, 1979).

Segundo Weber (1980), a partir do século XI, com o crescimento populacional e as constantes viagens das cruzadas realizadas por comerciantes, religiosos, cavaleiros e militares, as trocas de produtos tornaram-se cada vez mais frequentes na Europa e no Oriente Médio. O comércio cresceu e os intercâmbios culturais, econômicos e político-ideológicos se tornaram mais fortes. A partir do século XII as feiras passaram a ocorrer com mais frequência nas cidades em decorrência da expansão do comércio proveniente das cruzadas. Além disto, aumentaram bastante de tamanho e de variedades de produtos, o que tornou o processo de trocas de mercadorias mais constante entre as regiões do mundo.

Por meio da melhora das navegações marítimas e do avanço das rotas dos caminhos terrestres de leste a oeste da Europa até a Ásia as feiras foram ganhando proporções de longo alcance, sendo realizadas em todas as partes da Europa, do Oriente Médio, da África e da Ásia. Foi neste período que o dinheiro surgiu como um componente para facilitar e intermediar na realização das trocas de produtos, proporcionando maior flexibilidade ao comércio (WEBER, 1980). De acordo com Huberman (1979), o comércio de animais, tecidos, ferramentas, utensílios domésticos, verduras, ovos, leite ocorriam nas feiras e nos mercados das cidades, como também se realizavam negócios em dinheiro.

O desenvolvimento do comércio no período final da Idade Média, século XII e XIV, formaram os primeiros profissionais comerciantes que tinham a função de comercializar produtos nas cidades e no mundo. A partir do século XII, as cidades cresceram rapidamente e as indústrias de lã se desenvolveram em consequência do grande êxodo rural e da rápida urbanização (HUBERMAN, 1979).

Do século XIII e século XVIII, o comércio entre a Europa, o Oriente Médio e a Ásia se fortaleceu e vários comerciantes ficaram ricos (LE GOFF, 2005), propiciando a acumulação de riquezas dos países europeus e em seguida a industrialização e a modernização das cidades. Novos caminhos foram traçados para aumentar mais as trocas comerciais e, com isso, conseguir mais riquezas a partir da expansão marítima no Atlântico e da colonização da América. Neste contexto de desenvolvimento industrial, de colonização da América e de comercialização mundial surgem a Idade Moderna e os Estados Nacionais.

Na Idade Moderna, a colonização do continente americano e as viagens para a Índia pelos europeus trouxeram riquezas para a Europa por meio de comércios, saques e roubos, além da exploração dos povos nativos recém-colonizados. Foi neste período que o sistema capitalista surgiu, chamado de capitalismo mercantil. O comércio desenvolveu-se, assim como as indústrias e as organizações de créditos que financiavam as navegações marítimas que desbravavam o mundo em busca de novas terras e mais recursos naturais, mão de obra e riquezas (WEBER, 1980). Entre os séculos XV e XVIII, as feiras tornaram-se elemento essencial das cidades tanto das colônias quanto das metrópoles europeias. Em muitos casos, as feiras eram realizadas no centro das cidades, o que facilitava a mobilidade e a troca entre os habitantes e os visitantes por produtos, como batata, milho, açúcar, prata, ouro. A Idade Moderna se constituiu como a era da comercialização internacional (WEATHERFORD, 1999).

Em relação aos tipos de atividade comerciais na Era Moderna, além da realização das feiras nas cidades, houve a aparição crescente de mercados públicos nos espaços urbanos, principalmente na Europa. De acordo com Silva (2015, p. 2) “a formatação dos mercados públicos, tal como hoje são entendidos, tem seu início ainda no século XVIII. Está vinculada a ‘aparição de um novo saber urbano’, pautado por ideias iluministas de racionalidade”.

Neste período da Idade Moderna, a exploração de povos, a imposição da cultura europeia e o controle das terras estrangeiras pelos europeus possibilitaram a expansão da prática dos vários tipos de comércio no mundo, realizadas de acordo com os hábitos europeus, tornando-se, portanto, parte dos costumes dos nativos colonizados e inseridos pelos colonizadores. É importante destacar que os processos de trocas já existiam no continente americano, porém, tomaram proporções e formatos diferentes após a colonização dos europeus.

No entanto, mesmo com a conquista da independência dos países americanos, hábitos e tradições culturais europeias deixaram marcas no cotidiano da população e na estrutura das cidades. A realização das feiras continua a fazer parte da tradição dos países americanos, tais como Brasil, Guatemala, Argentina, Colômbia, Peru, Equador, Paraguai. Entretanto, ao longo do tempo, acabaram constituindo suas próprias características em cada região, segundo as mudanças e as construções simbólicas e culturais formadas pela população.

Busso (2011) garante que é possível encontrar feiras em todos os lugares do mundo, tanto nas grandes cidades quanto em pequenos lugarejos. No entanto, as feiras possuem suas próprias características de acordo com o seu local de origem em que ela se realiza.

Actualmente encontramos ferias y bazares em los más diversos países del mundo. Em cada rincón del planeta estos espacios de intercambio comercial adquieren

características particulares, com sus olores, sus músicas, sus colores, sus productos, su gente, sus culturas (BUSSO, 2011, p. 108).⁵

Assim, as feiras são recriadas em cada local no qual são realizadas, dependendo da cultura e dos costumes das populações e que dão sentido, valor e cores às práticas das trocas comerciais, sendo cada vez mais particulares e únicas. No mundo atual, as pessoas, os lugares e os espaços vivem em diversas redes de interação, de capital, de mercadorias, gerando fluxos materiais e imateriais constantes. Assim, possibilitam-se as trocas de serviços, mercadorias, cultura e informações. As feiras estão dentro desse circuito. Cada vez mais novos tipos de feiras especializadas vão surgindo, tais como a feira de eletrônicos, de carros importados, de roupas, de tecnologia, de *design* arquitetônico, da moda.

Nos países desenvolvidos, modernizados, cujo Estado possui um alto controle territorial, fazendo o planejamento e a gestão urbana das suas cidades, cria e controla os espaços públicos para a realização das feiras, gerando cada vez mais a padronização do espaço, de modo a direcionar e a reger os padrões de consumo, da qualidade vida e de produtos comercializados (HARVEY, 2014). No entanto, é possível encontrar ainda hoje feiras que ocorrem uma vez por semana, com as mesmas características das feiras realizadas da Antiguidade e na Idade Média. De acordo com Busso (2011), atualmente existem povos que valorizam sua arquitetura e seus antigos hábitos, como, por exemplo, os árabes, que vão aos mercados fazer compras e ao mesmo tempo para rezar, fazer negócios e encontrar amigos e familiares.

Hoje em dia pode ser encontrado tanto feiras modernas, industrializadas e especializadas quanto tradicionais, que vendem frutas, verduras, animais, raízes, condimentos. Desse modo, nota-se a capacidade atual das feiras em permanecerem existindo, mantendo seus costumes, ao mesmo tempo que novas feiras são criadas com objetivos diferentes de oferta e procura de produtos.

2.2 Os Tipos de Feiras no Mundo

Os vários tipos de feiras podem ser entendidos como uma forma contínua de combinações das relações de interesses e identidades, produzindo espaços tanto pelos indivíduos que fazem parte das feiras – os feirantes – quanto dos produtos vendidos, bem como

⁵ Atualmente encontramos feiras e bazares nos mais diversos países do mundo. Em cada canto do planeta estes espaços de intercâmbio comercial adquirem características particulares, com seus cheiros, suas músicas, suas cores, seus produtos, sua gente, suas culturas (BUSSO, 2011, p. 108).

daqueles que frequentam e consomem as mercadorias que estão à venda. As feiras são realizadas por pessoas que encontram neste trabalho, como feirante, a sua forma de sobrevivência. Santos e Maia ressaltam:

É pelos arranjos vividos por estas pessoas para garantir sua sobrevivência que a feira resiste até hoje em meio aos padrões modernos, tornando-se um fenômeno socioeconômico de importância na cidade, pois como bem expressa o significado da própria etimologia da palavra, 'dia da festa', encontra-se em meio às vendas e compras, um espaço que pode adquirir diversas formas como ponto de encontros, discussões e diálogos entre feirantes e consumidores (SANTOS; MAIA; 2010; p. 36).

Portanto, as feiras variam entre si quantitativa e qualitativamente de acordo com as características, dos lugares em que elas se realizam, bem como das combinações entre seus elementos, infraestrutura, produtos, comerciantes, fregueses, organização do espaço no tempo-espço (BUSSO, 2011). Na antiguidade, as feiras representavam as características e necessidades locais de cada região, a partir do desenvolvimento do comércio e de técnicas de produção de alimentos, de mercadorias e da maneira de comercializá-los que foram surgindo distintas feiras no mundo.

Uma das feiras mais famosas do mundo é a maior feira de *design* realizada no Oriente Médio, "A Feira de Design de Dubai", que reúne os mais conhecidos expositores de estúdios de renome e de novos talentos do *design* árabe e internacional. Essa feira é conhecida como um dos melhores mercados de luxo da região, no qual se oferecem projetos arquitetônicos ousados, e ocorre uma vez por ano nos Emirados Árabes Unidos (RÉGIS, 2015).

Na Alemanha existe o Centro de Feiras da cidade de Colônia, um complexo de exposições com uma área total coberta de 284.000 m² e 11 pavilhões. Conhecida como Koelnmesse, o centro de feiras foi construído em 1922. Atualmente é a maior promotora mundial de feiras de bens de consumo do mundo, com uma programação de 12 feiras líderes mundiais, tais como Anuga, Anuga Food Tech Orgatec, Living Kitchen, Sopa Gafa, Spoga Horse, Intermot. Hoje o centro de feiras Koelnmesse é a principal plataforma de negócios para mais de 25 setores comerciais e desenvolve negócios em várias partes do mundo, até mesmo o Brasil (PORTAL EXPORT NEWS, 2014).

Em contrapartida, existem cidades, como Paris e Roma, que até hoje realizam feiras livres tradicionais e cuja prática faz parte da cultura local desde tempos remotos. Tal costume permite que pequenos produtores rurais daquelas regiões consigam comercializar seus produtos que constituem sua fonte de renda. Os produtos são variados, indo de produção artesanal, tais como queijos, pães, verduras e hortaliças, doces embutidos, linguiça, frutas, ovos, até sapatos, roupas, cervejas, vinhos (YOKOTA, 2011).

Na Inglaterra, em Londres, a feira Borough Market é um grande evento, sendo um dos atrativos turísticos mais conhecidos da cidade. Borough Market é uma grande feira, tradicional, localizada em um edifício antigo, no centro da cidade. Os produtos vendidos são temperos, doces, manufaturados, cozinhas, produtos frescos (PORTAL IDÍLICA, 2015).

Na África existem também centros de mercados ao ar livre, onde as feiras oferecem todo tipo de produtos como sapatos, alimentos, bijuteria, utensílios domésticos, rádio, animais, verduras, legumes, frutas, leite, ovos. O comércio nas feiras é muito frequente nas cidades da África, além de ser uma das formas mais comuns de venda e consumo das populações no continente. Na República do Zimbábue, país da África Austral, na capital Harare, as feiras são atividades tradicionais que fazem parte da vida da maioria da população.

Na América Latina, ocorrem feiras tradicionais, como a de Chichicatenango, na Guatemala, considerada a maior feira de artesanato do continente. Os produtos vendidos são em sua maioria artesanatos da região, mas também são vendidas verduras e frutas produzidas em outros países. Também é conhecida por sua característica peculiar de ser um ponto de encontro de várias culturais, além de ser um atrativo turístico. Povos indígenas, guatemaltecos e de outras partes da América a frequentam. Estes vão a feira para vender, trocar e fazer intercâmbio de produtos (BUSSO, 2011).

Na Argentina, a Feira de Plaza Francia, também conhecida como a Feira da Recoleta, está localizada no centro da capital, Buenos Aires e é uma das mais reconhecidas e prestigiadas feiras de artesanato no país. Artesãos que expõem no local produzem produtos de cerâmica, coro, madeira, prata, tear (BUSSO, 2011). A feira de Plaza Francia começou a ser realizada no final da década de 1970, quando um grupo pequeno de *hippies* se reuniu no Parque da Plaza Francia, expondo seus produtos e vendendo seus artesanatos. Atualmente a feira tem registrado mais de cem artesãos e é um centro de visitação da população argentina.

A atividade das feiras é um fenômeno cultural, uma produção do espaço geográfico repleto de costumes, cores, produtos, vivências, trocas que as tornam um importante fenômeno socioespacial, econômico e político-ideológico no planeta. Ademais, as feiras propiciam a manutenção de culturas tradicionais, de costumes milenares, alimentícios e de práticas sociais.

No Brasil, as feiras também possuem uma representatividade forte na vida da população e elas fazem parte dos hábitos tanto das cidades do interior do país quanto dos grandes centros urbanos.

2.3 O Surgimento das Feiras no Brasil

Em relação ao surgimento das feiras no Brasil, de acordo com Boechat e Santos (2011), elas começaram a ocorrer em pequenas cidades e vilas do litoral brasileiro. Em seguida, foram surgindo no interior do País com o avanço do povoamento do território. No entanto, já existia a prática das trocas de produtos entre os povos indígenas no continente americano antes da colonização. Conforme Santos e Maia destacam:

No Brasil, as feiras chegaram com os portugueses, constituindo-se uma forma de inovação em nossas terras, apesar de [...] já existir trocas intertribais antes mesmo da chegada dos colonizadores. No entanto, o objetivo não era produzir para comercializar, pois os nativos não produziam produtos excedentes, mas sim de troca de produtos, em geral para adorno corporal, intensificado com a presença dos colonizadores (SANTOS; MAIA, 2010, p. 34-35).

O comércio era predominantemente litorâneo, apesar de, a partir do século XVI, com o povoamento e a ocupação das terras do interior do Brasil comerciantes já iniciarem trocas comerciais no sertão. Os produtos e mercadorias que não eram produzidos nos engenhos (grandes propriedades de terras que produziam cana-de-açúcar por meio de mão de obra escrava) eram trazidos diretamente da metrópole (Portugal) e comercializados nas feiras e nos mercados das cidades litorâneas (SANTOS; MAIA, 2010). Com a vinda da Família Real portuguesa, com seu séquito da nobreza, funcionários reais e servidores públicos para o Brasil, em 1808, inúmeras mudanças começaram a ocorrer, como a abertura dos portos aos países aliados, as concessões de comercialização e os acordos internacionais, que possibilitaram a expansão do comércio no território brasileiro, assim como do processo de urbanização das cidades brasileiras, conforme afirmam Santos e Maia (2010).

Com o tempo, o interior do Brasil foi povoado, e as feiras passaram a promover o comércio interno nacional. A interação populacional e regional do interior começou a se realizar através das feiras, tais como a de boi, no Nordeste, que ocorria em rotas de viagens no sertão, de modo que permitiu aos viajantes e habitantes se abastecerem com alimentos e gado (SANTOS; MAIA, 2010). De acordo com Santos e Maia (2010), as feiras no Nordeste tiveram sua origem nas rotas de viagens de bois e influenciaram o surgimento de cidades no sertão.

Assim, surgiram a partir do século XVII, com maior intensidade, as feiras de gado que abasteciam as cidades com seus produtos. [...] este comércio disseminado pelo interior nordestino, influenciou a formação de praças de mercado e das feiras livres, pois ao longo do 'caminho do gado' foram-se criando inúmeros núcleos de parada para os tropeiros (SANTOS; MAIA, 2010, p. 35).

Conforme Boechat e Santos (2011), em pequenas cidades do interior do Brasil, principalmente no Nordeste, até hoje as feiras representam o único meio de abastecimento de produtos e alimentos. Portanto, as feiras continuam representando um ponto referencial no econômico. Tal realidade é perceptível ainda em algumas cidades do interior onde se têm marcas e influências do período colonial, de modo que os habitantes dessas localidades possuem um vínculo maior com a feira e os feirantes do que os estados mais desenvolvidos economicamente, como São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais.

Para Carolina Rezende de Souza (2015), as feiras livres possuem representatividade fundamental em muitas cidades brasileiras. De acordo com esta autora [...]

As feiras livres no contexto de muitas cidades no Brasil ainda apresentam no universo contemporâneo papel fundamental na geração de renda, promoção da segurança alimentar, da agricultura familiar, sociabilidade, identidade cultural e de construção de territorialidades (SOUZA, 2015, p. 140).

Uma das feiras mais antigas realizadas no Brasil é a que ocorre na capital do Pará, Belém, a Feira Ver-o-Peso. Ela faz parte da formação e da história da cidade, sendo um importante marco histórico e um dos mais importantes atrativos turísticos do Pará. Essa feira abastece a cidade com variados tipos de produtos e iguarias típicas da Amazônia, tais como ervas, raízes, peixes, carnes, verduras, frutas típicas, como açaí, cupuaçu, assim como artesanatos, redes e roupas produzidas na região (PORTALIPHAN/PA, 2010).

No século XVII, o local onde hoje se encontra a Feira do Ver-o-Peso era o único ponto de acesso de mercadorias do Brasil e do mundo para o Pará. No local, situado nas margens do rio, existia um posto de fiscalização e de tributos, chamado “haver o peso”, instalado no local, dando origem à atual feira e o seu nome. No século XIX e XX, a feira era passagem das rotas do ciclo de borracha, que na época era de grande importância comercial para o Brasil no cenário internacional (PORTAL IPHAN/PA, 2010).

Em 1897, a feira foi autorizada pela lei municipal nº 173, com a construção de um edifício na área para que tivesse uma estrutura permanente e fixa, que foi inaugurado em 1901. Em seguida, a Feira do Ver-o-Peso foi tombada como patrimônio material e imaterial do Brasil e do Estado do Pará, no ano de 1977, pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (PORTAL IPHAN/PA, 2010).

Na Bahia, nos centros urbanos, comércios e feiras livres eram normalmente localizados nos portos das cidades, visto que o meio de transporte mais fácil era por mar e o que mais possibilitava a mobilidade tanto de mercadorias quanto das pessoas. Para Silva *et al.*,

[...] esses portos adquiriram dinamismo, e por possuírem várias vantagens de localização, costumavam reunir pessoas de várias localidades para compra, venda e troca de mercadorias e bois. Portanto, essa movimentação promoveu o surgimento de feiras que ao longo do tempo transformaram-se em vilarejos [...] (SILVA, 2014, p. 6).

Assim, nota-se o quanto a realização dos transportes de mercadorias a partir dos portos influenciou a circulação e o consumo dos produtos na Bahia. O surgimento das feiras viabilizou maior dinamicidade e capacidade de reunir pessoas e variados tipos de mercadorias que influenciaram o surgimento de cidades no Estado baiano.

As feiras, além de possuírem grande valor econômico e de trocas de mercadorias, são constituídas também por diferentes atores sociais, povos e comunidades, que compartilham e mantêm os seus valores socioculturais, funcionando como espaços político-ideológicos, como também centros de cultura e lazer (SILVA *et al.*, 2014). Tais aspectos são características que atraem pessoas de regiões distintas para conhecer as cidades e suas peculiaridades, tornando esses espaços públicos em atrativos turísticos. Para Erig e Melo (2015), as feiras representam espaços de socialização. “Como espaços de sociabilidade, as feiras passaram a oferecer mais alternativas para os visitantes além da tradicional oferta de suprimentos, representando, muitas vezes, aspectos da cultura local, como gastronomia, artesanato e manifestações artísticas e culturais” (ERIG; MELO, 2015, p. 6-7).

Uma das feiras mais antigas e conhecidas do Brasil ocorre em Pernambuco, a Feira de Caruaru, conhecida pelos produtos e artesanatos de expressões artísticas tradicionais do Nordeste e de Pernambuco. A feira surgiu em uma propriedade privada, na atual cidade de Caruaru, numa fazenda que era caminho do gado, entre a zona canavieira e o sertão, local de estadia de vaqueiros, tropeiros e mascates. Segundo pesquisas feitas pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (2014), no século XVIII, com a construção da capela de Nossa Senhora da Conceição, em Caruaru, promoveu-se o aumento da convivência social no local, fortalecendo também as trocas comerciais de gado, produtos de couro, brinquedos reciclados, figuras de barro, redes de tear, utensílios de flandres, cordel, gomas, farinhas de mandioca, ervas e raízes medicinais. Dessa maneira, a Feira do Caruaru criou força e renome na Região do Nordeste, em seguida no País (PORTAL IPHAN/PE, 2014).

No Rio de Janeiro, antiga capital do País, as feiras sempre estiveram presentes na vida cotidiana da cidade para abastecer seus moradores com alimentos e produtos. A feira de São Cristóvão, que surgiu da década de 1940 e 1950, no Campo de São Cristóvão, conhecida popularmente como a “Feira dos Nordestinos”, foi um local criado e formado por migrantes do Nordeste, que deixaram sua região em busca de oportunidade e melhor qualidade de vida

(VALVERDE, 2011). Para Valverde a feira foi uma das maneiras encontradas pelos nordestinos para resistir à distância de casa e do preconceito contra sua cultura.

[...] a Feira representava uma iniciativa de resistência e de sobrevivência dos migrantes, que tentavam ultrapassar as dificuldades do desenraizamento a partir da produção de um espaço informal. A Feira teria se formado pelo uso do Campo de São Cristóvão, na Zona Norte da cidade, como ponto de chegada e de partida de migrantes nordestinos (VALVERDE, 2011, p. 83).

Segundo Nemer (2012), a Feira de São Cristóvão é vista como um pedaço do Nordeste no centro do Rio de Janeiro, um lugar do migrante, sujeito a uma cultura diferente da sua e que tinha a possibilidade de reviver as experiências, memórias e sentimentos da sua terra natal. Hoje ela oferece artesanatos, comidas e produtos típicos do Nordeste. Além disso, existem pistas de dança e palcos de shows para apresentações de artistas nordestinos, que apresentam a cultura nordestina, tanto para turistas quanto para as pessoas originárias dessa região, que vão à feira para recordar da sua cidade de origem (PORTAL FEIRA DE SÃO CRISTÓVÃO, 2016).

Atualmente, com o processo de globalização de várias regiões e de cidades do mundo, as feiras passaram a ser normatizadas de forma a se adaptarem ao processo de produção capitalista e mercadológico internacional (VALVERDE, 2011). Para tais transformações, o Estado é um dos principais atores de modificação do espaço com o intuito de adequar os locais às novas exigências econômicas dos mercados internacional e nacional.

Em relação aos tipos de comércios que ocorrem nas cidades, varejistas ou de supermercados, observa-se no Brasil, uma maior intervenção do Estado nas feiras tradicionais. As feiras iniciaram o processo de regularização, padronização da sua infraestrutura e forma de comercializar os produtos, com isso estas, de certa forma, perdem suas características tradicionais de comércio informal nas ruas e, passam a ser realizadas em prédios, mercados públicos com regulação e horários fixos toda semana.

Segundo Silva (2015, p. 2) “devido a novas exigências de higiene e ao crescimento demográfico das cidades, privilegia-se a construção de mercados isolados das ruas, edifícios propriamente construídos para este fim”. Assim, as feiras que eram realizadas em praças, ruas e espaços públicos abertos, tornam-se espaços específicos, fixos, estruturados, cobertos, com a finalidade de setorizar a comercialização de mercadorias.

Neste sentido, o Estado é o principal transformador das cidades, dos espaços públicos e do uso e ocupação do solo, portanto, das estruturas, dos formatos e da utilização das feiras pelos atores sociais. O governo passa a ser o responsável em administrar o território nacional, gerenciando o espaço de modo a promover a padronização no ordenamento territorial e no uso

e na ocupação das cidades, fornecendo infraestrutura, normas e regulamentos para a utilização do território (HARVEY, 2014).

O governo passa a realizar ações estratégicas de planejamento e regulação do espaço para se integrar ao circuito internacional econômico e cultural, que promove a padronização do mundo (HARVEY, 2014). Portanto, espaços públicos como as feiras deixam de ser uma atividade econômica autônoma, popular nas cidades e passam a fazer parte de um projeto do Estado para o desenvolvimento e a modernização da sociedade, criando leis que regulam os padrões das estruturas físicas.

Entretanto, em relação às feiras atuais, é possível depreender que elas ainda possuem um papel importante na sociedade e no modo de vida da população nas cidades, porque é neste local de encontro e desencontro que se dão as relações socioespaciais, onde o uso e a produção do espaço-tempo são influenciados tanto pela cultural global quanto pela local.

Atualmente, as feiras fazem parte de uma atividade comercial realizada tanto em pequenas cidades quanto em centros urbanos superpopulosos. Isto demonstra a capacidade que as feiras têm de se adaptarem e também de manterem sua lógica tradicional de modo a equilibrar as organizações passadas com as recentes características do mundo globalizado e moderno (HARVEY, 2014). Santos (2013) assevera que as feiras assumiram complexidade, podendo apresentar tantos aspectos modernos e inovadores quanto tradicionais.

Não se quer aqui adjetivar as feiras livres de atividades neomodernas, uma vez que as mesmas são (re) apropriadas pelas dinâmicas do capital ao longo do tempo e transformadas por este. Nem tão pouco afirmar que toda feira é produto do circuito inferior da economia urbana, haja vista que diversas feiras livres no Brasil terem sido, ao longo do tempo, se transformado em atrativos turísticos, vendendo produtos diferenciados dos que até então comercializavam e com a presença de altos rendimentos (SANTOS, 2013, p. 40).

No Brasil, as feiras que tiveram destaque foram do Caruaru, em Pernambuco, do Ver – o – Peso, em Belém do Pará, de Santana, na Bahia, de São Cristovão, no Rio de Janeiro. No Distrito Federal, sede da Capital do país, as feiras também surgiram com o objetivo de abastecer, oferecer diferentes produtos para a população e possibilitar as trocas culturais. As primeiras feiras na Capital foram as que eram realizadas no Núcleo Bandeirante, em Planaltina, na Ceilândia. Em seguida, surgiram as do Guará e a dos Importados.

As Regiões Administrativas que foram criadas no Distrito Federal a partir da construção de Brasília, em 1956, sempre precisaram de oferta de alimentos e produtos; com isso as feiras foram, primeiramente, uma das iniciativas criadas pela população, formando um comércio informal para atender ao contingente populacional. Depois, a partir da década de 1970, o

Estado começar a regularizar as feiras no DF. Desse modo, as feiras são espaços públicos, elas são fruto do processo de constituição e urbanização da Capital, no qual desde seu surgimento, o Governo do Distrito Federal (GDF) possui a função de distribuir as finalidades dos espaços, gerenciando o uso e a ocupação do solo urbano.

CAPÍTULO 3 AS FEIRAS NO DISTRITO FEDERAL

As feiras realizadas no Distrito Federal são distribuídas entre as Regiões Administrativas. Cada feira tem sua trajetória histórica, surgiram por iniciativas populares na busca da população por abastecimento e oferta de produtos. A partir da intervenção Estado, iniciada em 1970, iniciou-se o período de implantação da regularização dos espaços públicos pelo Governo do Distrito Federal. Atualmente, o total de feiras no DF é de 49, pois em certas cidades ocorrem mais de três tipos diferentes. Exemplo disso é Planaltina, que possui a feira permanente de hortifrutigranjeiro, a de utensílios domésticos e a de roupas.

As feiras do DF se originaram diferentemente em cada Região Administrativa, porém elas possuem características em comum. Segundo Oliveira (2014, p. 49 – 50), “as feiras livres são potencialmente os locais da distribuição dos produtos oriundos da agricultura familiar e de outros produtos, provenientes de diferentes locais da cidade, tanto os produtos industrializados como os artesanatos locais e os oriundos dos vegetais”.

Em relação às Regiões Administrativas, o Núcleo Bandeirante surgiu, primeiramente, com o objetivo de receber os migrantes que vieram para o Centro-Oeste para construir a Capital Federal. A localidade foi delegada pelo governo para a função inicial de oferecer comércios, serviços e hotelaria para os migrantes. Após a inauguração de Brasília a cidade tornou-se a Região Administrativa (RA) VIII.

O Núcleo Bandeirante (RA VIII), inicialmente conhecido como “Cidade Livre”, no período de construção da capital, o governo deu isenção de impostos para incentivar o comércio, de modo que foi possível a concentração da maioria das empresas ligadas ao comércio desde as décadas de 1960 e 1970. Segundo a pesquisa realizada pela Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílios (PDAD) 2015, cerca de 26 mil pessoas moram na cidade (DISTRITO FEDERAL, 2015c).

A Feira Permanente do Núcleo Bandeirante não se sabe a data do seu surgimento. Hoje a feira faz parte do dia a dia da população, tornando-se tradição de seus habitantes. Está localizada no centro da cidade, próxima à Administração Regional do Núcleo Bandeirante, da Praça Padre Roque e do Salão Comunitário do Núcleo Bandeirante. A feira surgiu com a função de abastecer e oferecer produtos para a comunidade, como verduras, frutas, legumes.

A partir da visita de campo pode ser verificada a estrutura da Feira do Núcleo Bandeirante, como pode ser visto nas figuras 1, 2 e 3 a seguir.

Figura 1 - Feira Permanente do Núcleo Bandeirante.



Fonte: Arquivo pessoal da autora, 2016.

Figura 2 – Área de Alimentação da Feira do Núcleo Bandeirante



Fonte: Arquivo pessoal da autora, 2016.

Figura 3 – Infraestrutura da Feira do Núcleo Bandeirante



Fonte: Arquivo pessoal da autora, 2016.

Em relação à organização da feira, ela é dividida em setores de alimentação que oferecem verduras, ervas medicinais, mel, legumes e frutas, raízes, plantas, temperos; derivados de leite, tais como queijos, biscoitos, doces; castanhas, sementes, carnes, comidas típicas e animais. Além dos produtos supracitados são oferecidos serviços e produtos não alimentícios, tais como serviços de costuras, utensílios domésticos, brinquedos e pequenos produtos industrializados. Portanto, há uma enorme variedade de produtos na feira.

Outra feira também importante no Distrito Federal é a do Guará – RA X, localizada no Centro Administrativo Vivencial e Esportes (Cave), perto da Administração Regional do Guará e ao lado da Estação do Metrô com o mesmo nome. A feira do Guará, também foi uma iniciativa popular, começou como um comércio informal e depois foi regulamentada pelo Estado, que criou uma infraestrutura fixa para realização da feira, assim como normas e regras de uso e ocupação do espaço.

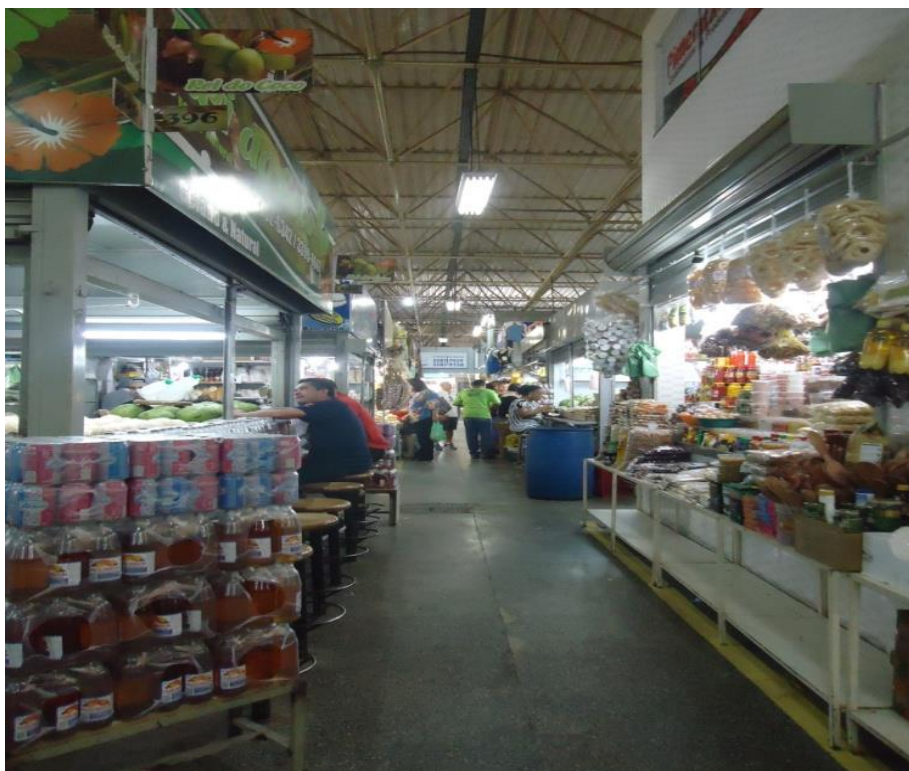
Na realização da pesquisa de campo, foi feita uma visita a essa feira do Guará para observação *in loco* e, a partir de algumas conversas informais com os feirantes, observou-se que estes não sabiam a data exata do surgimento da feira. Em conversa informal, alguns feirantes destacaram que o local da feira nem sempre foi onde ela se situa hoje. Primeiramente, ela se formou no início da década de 1960, na Quadra QE 15 do Guará, com barracas de lonas,

no chão de terra. Em seguida, na década de 1970 foi transferida para a Quadra E 7, depois para Quadra E 17, quando foram construídas barracas de madeira. A Feira do Guará atual possui uma infraestrutura FIXA, em um pavilhão de metal com 530 boxes (PORTAL GUIA MELHORES DESTINOS, 2014), fornecido e administrado tanto pelo Governo do Distrito Federal quanto pela Associação dos Feirantes da feira. Segundo Calado

(...) a cada nova mudança de local da feira livre, outros componentes se agrupam, tornando o espaço e o movimento mais intenso e estabelecido no convívio urbano. As formas ambientam-se com o espaço e o conteúdo soma experiências. Ocorre um movimento de cristalização e, ao mesmo tempo, uma remodelação (CALADO, 2010, p. 52).

Nas figuras 4, 5 e 6 a seguir, a Feira do Guará.

Figura 4 - Feira do Guará



Fonte: Arquivo pessoal da autora, 2016.

Figura 5 – Estrutura da Feira do Guará



Fonte: Arquivo pessoal da autora, 2016.

Figura 6 – Produtos comercializados na Feira do Guará



Fonte: Arquivo pessoal da autora, 2016.

Os tipos de produtos oferecidos na Feira do Guará são roupas, frutas, verduras, carnes, queijos, doces, comidas típicas do Nordeste, de Goiás e de São Paulo, como buchada de bode, pastel com caldo de cana-de-açucar, arroz com pequi. Dessa forma, observa-se que a Feira do Guará é um importante ponto comercial, que atrai pessoas de regiões e características diferentes, além de ser um atrativo turístico. Segundo os feirantes afirmaram por meio de uma conversa informal que na feira, por ser muito frequentada e bem conhecida, em média circulam cerca de 30 mil pessoas por mês (DISTRITO FEDERAL, 2015c).

As feiras de Planaltina surgiram inicialmente de forma informal. Depois, na década de 1980, que o Estado ofereceu um local fixo com infraestrutura e normas para regularização e gestão do espaço ocupado pelos feirantes. Em Planaltina, RA VI, há uma feira que é realizada de terça a domingo, em uma infraestrutura fixa de cimento, no centro da cidade, na Vila Buritis, entre as quadras 3 e 4. No presente trabalho será abordada somente a feira mais tradicional e antiga de Planaltina, a feira de hortifrutigranjeiro.

A feira de hortifrutigranjeiro de Planaltina possui maior representatividade em relação às outras que ocorrem nas demais Regiões Administrativas porque se localiza na cidade mais antiga do Distrito Federal, que tem mais de 150 anos, apresenta características de cidades do interior, tradicionais, bem simples. Planaltina já existia muito antes da mudança da Capital Federal para o Centro - Oeste. A cidade foi inaugurada no dia 19 de agosto de 1859 (PORTAL DA ADMINISTRAÇÃO REGIONAL DE PLANALTINA, 2016). Antes da construção de Brasília, Planaltina fazia parte do Estado de Goiás. Depois, na década de 1960 foi integrada ao Distrito Federal. Atualmente a cidade possui mais de 250 mil habitantes e em volta da cidade desenvolve-se uma área rural que abastece todo o Distrito Federal com produtos de hortifrutigranjeiros, leite e carne (DISTRITO FEDERAL, 2015d).

Em relação à feira de Planaltina foi realizada uma visita de campo para serem feitas observações *in loco* e fotos. A partir de relatos dos feirantes, a feira inicialmente se localizava na rodoviária da cidade, na década de 1965, sendo transferida para a Vila Buritis, na década de 1970, um espaço público aberto, perto de um grande barracão onde ocorriam missas aos domingos. Os feirantes se reuniam neste local, depois da missa e colocavam seus produtos no chão para vender, sem nenhuma participação e organização do governo.

Segundo os feirantes, em 1985, a Administração de Planaltina concedeu um espaço fixo e permanente, onde a atual feira se localiza. No início da transferência realizada pelo GDF, o local em que funcionava denominava-se de “antigo Barracão”, que havia sido o Centro de Cultura da cidade. No entanto, foi construído um pavilhão de cimento na década de 1990, no

local, com 200 barracas de cimento para os feirantes. Nas figuras 7, 8 e 9, abaixo, pode ser observada a estrutura, os tipos de mercadorias oferecidas e o movimento da feira.

Figura 7 - Feira de Planaltina.



Fonte: Arquivo pessoal da autora, 2016.

Figura 8 – Animais vivos na Feira de Planaltina



Fonte: Arquivo pessoal da autora, 2016.

Figura 9 – Tipos de produtos vendidos na Feira de Planaltina



Fonte: Arquivo pessoal da autora, 2016.

Na Feira de Planaltina os tipos de produtos oferecidos são peixes, carnes, aves, ovos, derivados de leite, doces, polpas de frutas, farinhas, açaí, sementes, castanhas, feijão, comidas típicas do nordeste, lanches, verduras, legumes, frutas, raízes, hortaliças, temperos.

A feira de hortifrutigranjeiro em Planaltina, inicialmente era realizada na rua, de forma improvisada e autônoma, na qual o tipo de atividade realizada era o comércio informal. De acordo com o autor Cleps,

O comércio informal, denominados muitos autores como comércio de rua, além do encontro inesperado, oferece uma maior variedade, diversidade e preços mais acessíveis. Nesse processo de troca, ocorre um atendimento personalizado e diferenciado, por isso tem atraído cada vez consumidores e turistas que vão em busca do inesperado (CLEPS, 2009, p. 330).

No entanto, hoje, a feira hortifrutigranjeiro, em Planaltina, tornou-se permanente, diferenciando-se de um comércio informal, visto que agora a feira se localiza em um local fixo, com infraestrutura, pavimentação e cobertura. A feira passou a ter característica de mercado, com comercialização de produtos de terça – feira a domingo. Mesmo sendo um importante local da cidade, que faz parte da história de Planaltina, tradicional e, onde também ocorre parte das relações sociais, econômicas e político-ideológicas. As pessoas visitam as feiras porque seus familiares sempre o fizeram, compram sempre com os mesmos feirantes; são costumes

que passam de geração a geração. Além disso, a feira também é uma referência na distribuição de alimentos em todo o Distrito Federal (CODEPLAN / DF, 2015).

Outra importante feira é a dos Importados, que pode ser destacada como uma das mais frequentadas no Distrito Federal. Inicialmente era localizada ao lado do Estádio Mané Garrincha. A feira surgiu de forma informal por iniciativa popular no Eixo Monumental de Brasília, no centro do Plano Piloto. Em 1997, o GDF transferiu a feira para a propriedade da Central de Abastecimento do Distrito Federal (CEASA/DF), com uma área de 70.000 m², com infraestrutura fixa de metal e a feira passou a ser permanente (PORTAL FEIRA DOS IMPORTADOS, 2014).

A atual Feira dos Importados se situa no Setor Industrial e Abastecimento (SIA) Sul, no Setor Comercial Especial, contém 1.990 boxes, 96 quiosques, com 1.758 feirantes que comercializam desde produtos alimentares, móveis, moda e acessórios, instrumento musical, suplementação de alimentar, malas e mochilas, telefonia, rastreadores, segurança eletrônica, eletrônicos, game e manutenção, roupas, utensílios domésticos, som de automóveis, informática até serviços, bebidas, comidas, esporte, lazer e hobbies. A feira funciona de terça a domingo, de 9 horas às 18 horas (PORTAL FEIRA DOS IMPORTADOS, 2014). Nas figuras 10, 11 e 12, abaixo, pode ser observada a infraestrutura, a movimentação de pessoas e os tipos de produtos oferecidos na da Feira dos Importados.

Figura 10 - Feira dos Importados de Brasília



Fonte: Arquivo pessoal da autora, 2016.

Figura 11 – Visitantes na Feira dos Importados



Fonte: Arquivo pessoal da autora, 2016.

Figura 12 – Frequentadores na Feira dos Importados



Fonte: Arquivo pessoal da autora, 2016.

A Feira dos Importados é bastante importante para o comércio em Brasília, porque oferece diferentes produtos e com valores mais baixos dos que estão no mercado. Há uma grande diversidade de mercadorias e abastece não somente a população do Distrito Federal, mas também as cidades do entorno, do Estado de Goiás e de Minas Gerais. Ademais, a feira criou emprego para mais de duas mil pessoas, assim como também gerou o aumento da circulação de dinheiro no Distrito Federal, permitindo, dessa forma, maior competitividade no comércio (PORTAL FEIRA DOS IMPORTADOS, 2014).

Acrescenta-se às feiras mais conhecidas do Distrito Federal a da Ceilândia, que se localiza na cidade mais populosa do quadrilátero. Segundo a Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílios (PAD/DF), realizada pela Companhia de Planejamento do Distrito Federal-CODEPLAN (2015), a população da Ceilândia estimada para 2015 era de 489.351 habitantes. A cidade surgiu em virtude da Campanha de Erradicação de Favelas (CEI), que tinha como objetivo erradicar ocupações ilegais no Distrito Federal por meio da ação do governo local. As remoções foram iniciadas em 27 de março de 1971 para a nova cidade, com a transferência de cerca de 80 mil pessoas que viviam nas favelas da Vila do IAPI, Vila Tenório, Vila Esperança, Vila Bernardo Sayão e Morro do Querosene (DISTRITO FEDERAL, 2015a).

Ceilândia, RA IX, tem a característica de concentrar quase 50% de imigrantes de outros estados, em sua maioria de origem nordestina. Portanto, os costumes e hábitos alimentares dos moradores são principalmente provenientes do Nordeste (PAVIANI, 1989). Na Feira da Ceilândia, denominada Feira Central, é possível encontrar pratos típicos e iguarias nordestinas, assim como produtos do Nordeste, farinha, pimenta, temperos, roupas, utensílios domésticos, peixes, verduras e frutas, galinhas, lanches, sapatos, brinquedos, perfumes, cremes, enfeites de casa (AMARAL, 2015). Nas figuras 13, 14 e 15 podem ser vistos a entrada da feira, os tipos de comida e os produtos vendidos na Feira da Ceilândia.

Figura 13 - Entrada da Feira da Ceilândia



Fonte: Luciana Amaral, 2015.

Figura 14 - Comidas típicas do Nordeste na feira



Fonte: Arquivo pessoal da autora, 2016.

Figura 15 - Produtos vendidos na Feira da Ceilândia



Fonte: Arquivo pessoal da autora, 2016.

As feiras realizadas no Distrito Federal são diferentes entre si, com características e costumes pertencentes a cada Região Administrativa onde se realizam. Porém, pode-se destacar que existem similaridades entre elas, como maior proximidade em relação ao contato com os fregueses e visitantes; forma de venda de produtos que admite a pechincha e convívio comum dos espaços públicos das feiras por diferentes atores sociais. Importante destacar que, nas feiras do DF, o governo tem uma participação maior na organização e gerenciamento dos espaços públicos, assim como a forma de utilização e atividade desses locais.

Em relação às feiras atuais, as alterações nas formas e no conteúdo das feiras ocorreram em consequência das transformações de vários aspectos da sociedade, ou seja, houve a concentração populacional nas cidades que geraram novas necessidades. Também teve o surgimento de novas formas de varejo, modificando mais ainda os lugares para os quais a população se deslocava para adquirir os produtos. Desse modo, alterou-se o perfil das feiras. Atualmente estas revelam maior flexibilidade em relação aos tipos de produtos e a maneira de organizar e expor seus trabalhos. Assim, as feiras conseguem se manter presentes no comércio se adequando às novas tendências do mercado e da cultura contemporânea da sociedade.

Outro exemplo de feira tradicional e que teve modificações tanto no espaço físico quanto na forma de organização dos feirantes e das mercadorias é a Feira de Artesanato da Torre de Televisão localizada no centro da capital, no Plano Piloto. A feira é bastante visitada por moradores do Distrito Federal, habitantes do Entorno e por turistas.

3.1 A FEIRA DE ARTESANATO DA TORRE DE TELEVISÃO

A Torre de Televisão foi inaugurada no ano de 1967. Naquela época, artesãos da cidade se reuniram e formaram no referido espaço uma estrutura improvisada no pavimento térreo da Torre para a venda de seus trabalhos de artesanato. Na figura 16, abaixo, a Torre está sendo construída.

Figura 16 – Obra da Torre de TV



Fonte: Arquivo Público, 2016.

Segundo Azambuja (2012, p. 64), o pavimento térreo era uma “área livre para o convívio e o trânsito da população”; e depois, “esse espaço foi ocupado por um grupo de 16 artistas, pioneiros em Brasília, em busca de um espaço para expor seus artesanatos, transformando-se na tradicional Feira da Torre”. Azambuja (2012, p. 1) reitera que a Torre de Televisão de Brasília [...]

[...] é uma das principais obras construídas pela engenharia brasileira no século XX. Projetada por Lúcio Costa [...]. Após a conclusão da montagem de sua estrutura metálica em 1965, a torre de Brasília alcançou a cota de 1.337 m, mais alta da nova capital, sendo considerada na época a quarta torre mais alta do mundo, ficando atrás apenas da Torre de Tóquio (333m), da Torre Eiffel (300 m) em Paris e da Donauturm (252 m) em Viena.

De acordo com Azambuja (2012), o mirante localizado na Torre tinha o objetivo de facilitar o entendimento da cidade e, ao mesmo tempo deveria ser “um prédio simbólico e o elemento de fechamento do desenho urbano da capital [...]”(AZAMBUJA, 2012, p. 31). Conforme o projeto original, elaborado por Lúcio Costa, uma grande praça no lado leste da Torre seria incluída, voltada para o Congresso Nacional com espaços para eventos públicos e para uma fonte d’água luminosa. Na Figura 17, abaixo, pode ser observado a Torre de TV.

Figura 17 – Torre de Televisão



Fonte: Arquivo pessoal da autora, 2016.

Não estava prevista uma feira no local, porém, por iniciativa dos artesãos, passou a existir no final da década de 1960. No entanto, em 1970 ela era organizada por uma estruturada de barracas móveis, cobertas por lonas azuis, diferentes tamanhos e se localizavam aleatoriamente umas perto das outras. Não havia uma padronização e tampouco uma lei que regulasse o uso do espaço na feira. Além disso, não existia qualquer tipo de segurança em relação aos produtos guardados nas barracas, visto que ficavam expostos durante a semana, somente amarrados embaixo de lonas, sem segurança para vigiar ou proteger as mercadorias.

A partir da década de 1980, outros serviços e produtos passaram a serem oferecidos na feira, tais como comidas típicas, lanches, móveis de madeira, brinquedos, pipas, roupas e sapatos de couro, obras artísticas e pinturas. Na década de 1990, a feira já contava com mais de 150 feirantes e com mais variedade de produtos (bijuterias, brincos, lembrancinhas de Brasília, cartão postal, roupas e acessórios, utensílios domésticos, decoração, redes, enxovais de bebê). Nas figuras 18 e 19, abaixo, poder ser observado como era a Feira na década de 1990.

Figura 18 - Feira de Artesanato da Torre de TV.



Fonte: Portal da Feira de Artesanato da Torre de TV, 2015.

Figura 19 – Barracas da Antiga Feira de Artesanato da Torre de TV



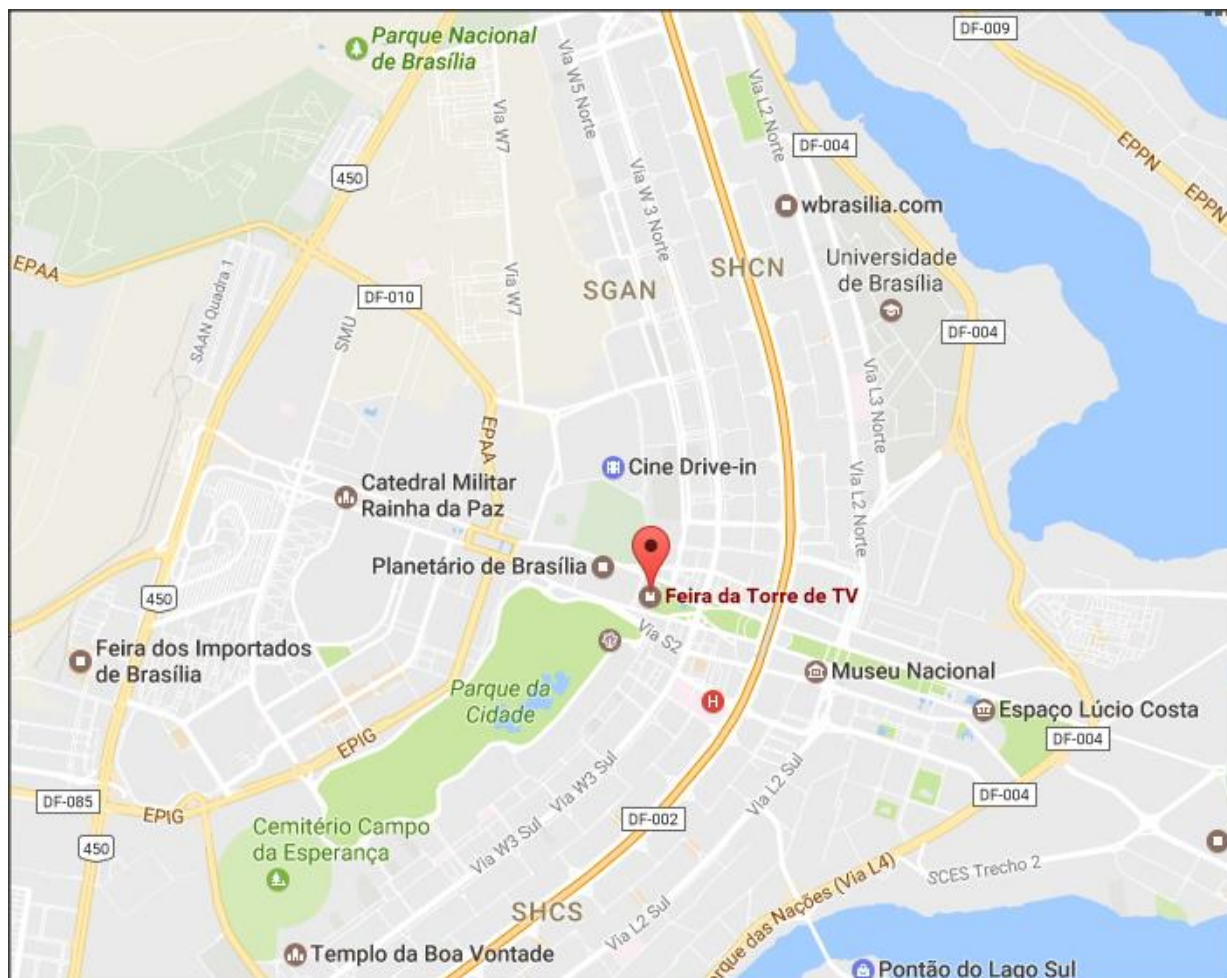
Fonte: Portal da Feira de Artesanato da Torre de TV, 2015.

Pelo fato de a Feira de Artesanato da Torre de TV situar-se ao pé da Torre, tornou-se um atrativo turístico assim como a Torre, visto que as pessoas ao visitarem a cidade, iam à Torre de TV e subiam no mirante para ver Brasília e aproveitavam para visitar a feira também, onde compravam artesanatos e lembrancinhas típicas da capital.

Em 2011, usando de suas prerrogativas de planejamento urbano, o GDF criou um decreto que autorizou a revitalização da Torre de TV e a transferência da feira para uma área mais espaçada ao lado oeste, no Eixo Monumental, de frente para o Centro de Convenções Ulisses Guimarães, ao lado do Parque da Cidade e próximo do Estádio Mané Garrincha. O gasto previsto pelo GDF foi de 12 milhões de reais (PORTAL DA FEIRA DE TV, 2012).

Em 2014, ocorreu a nova inauguração da Torre de Televisão, devido à revitalização espacial da Torre, na qual foram restauradas a estrutura de ferro e a rede elétrica, o piso, a pintura e trocados os dois elevadores. A Feira de Artesanato da Torre de Televisão foi transferida de local e mudou toda a sua infraestrutura. Foram construídos boxes de metal subdivididos por blocos de A a J, todos padronizados e pintados de verde. No centro da feira foi criada a Praça de Alimentação com várias bancas de comerciantes que vendem tanto lanches e salgados quanto comidas típicas do Nordeste e do Norte (PORTAL DA FEIRA DE TV, 2012). Na figura 20, abaixo, está a localização da feira no Plano Piloto, em Brasília.

Figura 20 – Localização da Feira de Artesanato da Torre De TV antiga e atual.



Fonte: Google Maps, 2017.

Na figura 21 a seguir pode ser vista a feira de cima do mirante da Torre de TV.

Figura 21 - Visão panorâmica da feira.



Fonte: Tony, Winston, 2016.

Atualmente a Feira de Artesanato da Torre de Televisão possui 650 boxes divididos em blocos com espaços entre si. Os produtos comercializados na feira são artesanatos feitos com materiais do cerrado, vestuários, acessórios, flores, instrumentos musicais, lembranças, couros, calçados, artes plásticas, barro, cerâmica, cultura *reggae*, móveis, pinturas, bijuteria, bordados, enxovais, pedras, decoração, produtos de mesa, cama e banho. Nas figuras 22, 23 e 24 a seguir é possível observar os produtos que estão à venda na feira.

Figura 22 - Produtos vendidos na Feira da Torre de TV.



Fonte: Arquivo pessoal da autora, 2016.

Figura 23 – Artesanatos da Feira da Torre de TV



Fonte: Zenit, 2014.

Figura 24 – Artistas plásticos da Feira de Artesanato da Torre de TV



Fonte: Zenit, 2014.

Além dos artesanatos oferecidos na feira, pode-se encontrar também comidas típicas de várias regiões do Brasil, como do Nordeste, Centro - Oeste, Norte. Na figura 24, a seguir está um feirante que comercializada comidas típicas do Pará.

Figura 25 – Comidas Típicas na Feira de Artesanato da Torre de TV



Fonte: Mariana Vieira, 2014.

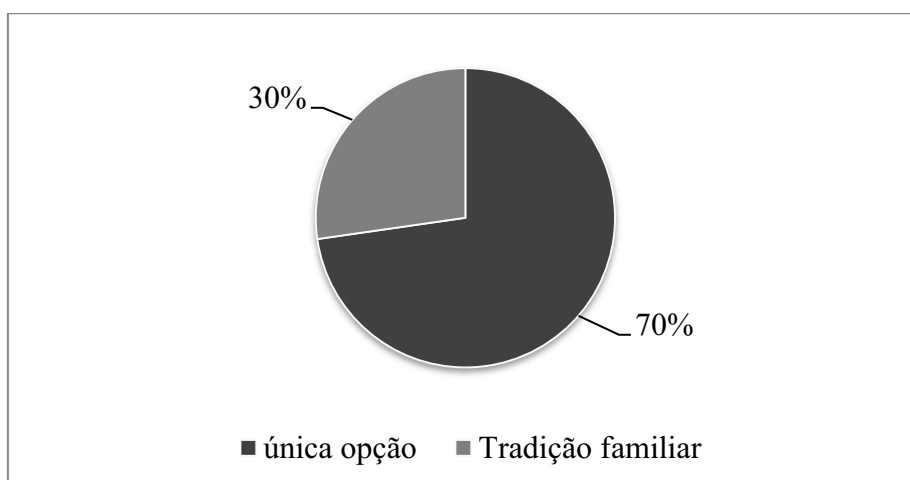
As comidas típicas oferecidas na Feira de Artesanato da Torre de TV são originárias de outras regiões do país, nos quais refletem os costumes dos migrantes que vieram e vivem em Brasília, que trouxeram seus hábitos e costumes para a Capital. A vinda de pessoas de outras regiões fez com que alguns migrantes optassem por trabalhar como feirantes na Feira de Artesanato da Torre de TV. Assim permitiu a dinamicidade e a experiência da vida neste ambiente.

3.1.1. Os Feirantes: a Importância da Feira

Durante o processo das entrevistas, quando perguntado aos feirantes se sabiam como surgiu a feira, 80% não souberam responder. Ao serem questionados em relação à escolha de trabalhar como feirante, 70% afirmaram que não escolheram, sendo a única oportunidade que tiveram, mas que continuaram na profissão ou porque gostavam ou não encontraram outra atividade; 30% responderam que faz parte da tradição da família ser feirante, sendo passada de geração a geração. Portanto, se entre os feirantes a justificativa para trabalharem na feira varia, a maioria respondeu que gosta de ser feirante, tanto por ser uma tradição herdada quanto por já estarem nesse ramo há muitos anos.

Em entrevista, observou-se que existe diferença entre os feirantes. Pode-se destacar que muitas famílias que trabalham na feira possuem uma divisão de trabalho entre os componentes familiares, como, por exemplo, um é o chefe e os outros são atendentes. Outro ponto importante é o fato de terem bastantes mulheres feirantes, que a partir do artesanato e da obtenção da renda na feira conseguiram viver, criar seus filhos e ainda construir um patrimônio material. Neste sentido, muitas mulheres feirantes demonstram sua força e resistência no mercado de trabalho. No gráfico abaixo, está ilustrando os motivos dos feirantes para trabalharem na feira.

Gráfico 1 - Motivos para trabalhar na Feira da Torre de TV



Fonte: Dos dados da pesquisa, 2017.

Quanto ao tempo de trabalho dos feirantes, 60% responderam que trabalham na feira há mais de 15 anos; 20% cerca de 5 anos; 10% menos de um ano; e 10% menos de seis meses. Na tabela 1 abaixo está o tempo de trabalho dos feirantes. Pelo fato de trabalharem há tanto tempo como feirantes na Feira de Artesanato da Torre de Televisão, eles se sentem pertencentes ao local e consideram que a feira tem a função de manter a tradição dos artesãos, assim como de divulgar a cultura e o artesanato brasileiro para outras regiões do País e do mundo.

Tabela 1 - Tempo de trabalho dos feirantes na Feira

| Períodos | Feirantes | Porcentagem |
|---------------------|------------------|--------------------|
| Menos de seis meses | 3 | 10% |
| Menos de um ano | 3 | 10% |
| Cerca de 5 anos | 6 | 20% |
| Mais de 15 anos | 18 | 60% |
| Total | 30 | 100% |

Fonte: Dos dados da pesquisa, 2017.

Em entrevista, quando questionado para os feirantes se trabalhavam em outro local além da Feira de Artesanato da Torre de TV, 70% responderam que não, que, como trabalhavam de terça-feira a domingo e produziam as suas mercadorias, não dispunham de tempo para trabalhar em outro local. O outros 30% dos feirantes são as pessoas que atuam na área de alimento, nos quais afirmam que durante a semana visitação na feira é fraca e, portanto, necessitam trabalhar

em outro local. Há também os feirantes que trabalham com móveis que oferecem seus serviços em outros Regiões Administrativa.

Em entrevista, 80% dos feirantes ressaltaram que produzem seus próprios produtos, que são artesanatos, bijuterias, decorações e comida. Outros feirantes revendem roupas, sapatos e souvenir. Quanto à origem dessas mercadorias, a maioria afirmou que os compram em atacadões de outras regiões, como por exemplo, Nordeste, Goiás, São Paulo. Na feira, os produtos mais oferecidos são artesanatos, bijuterias de materiais naturais do cerrado, moveis, quadros de pintura, roupas hippies e decorações.

Quanto à origem dos feirantes da Feira de Artesanato da Torre de TV, 70% são provenientes de várias regiões (Nordeste, Sudeste e Centro-Oeste). Atualmente residem no Distrito Federal. Os Estados de origem mais comuns são Ceará, Pernambuco, Goiás, Bahia, Pará, Minas Gerais. Quando perguntados por que decidiram vir para Brasília, a consecução de trabalho e a melhoria de vida foram as justificativas de maior destaque.

Neste contexto, percebe-se que a migração para a capital do Brasil trouxe pessoas de várias regiões do País, principalmente do Nordeste, demonstrando assim, que Brasília foi formada por migrantes que trouxeram suas culturas consigo ao mesmo tempo em que participaram da construção da identidade da nova capital. Segundo Menezes (2012) a respeito das migrações “[...] os migrantes não apenas são capazes de circular, mas de apropriarem-se desses espaços, então, produzindo territórios e participando da criação de novas identidades sociais” (MENEZES, 2012, p. 35).

No que se refere à renda mensal dos feirantes, a maioria destacou que varia muito porque as vendas não são regulares e dependem muito do período do ano, da semana e do período econômico. No entanto, 60% dos feirantes ressaltaram que ganham em média de um a dois salários mínimos, 20% afirmaram que recebem de três a quatro salários mínimos, 10% disseram que ganham cerca de cinco a seis salários mínimos e 20% dos feirantes não quiseram responder a questão. Na tabela 2 abaixo está especificada a renda mensal dos feirantes.

Tabela 2 - Renda mensal dos feirantes.

| Salário Mínimo | Feirantes | Porcentagem |
|-----------------------------------|------------------|--------------------|
| De um a dois salários mínimos | 18 | 60% |
| De três a quatro salários mínimos | 6 | 20% |
| De cinco a seis salários mínimos | 3 | 10% |

| | | |
|-----------------|----|------|
| Não responderam | 3 | 10% |
| Total | 30 | 100% |

Fonte: Dos dados da pesquisa,2017.

No que tange à renda dos feirantes, é possível observar que não há uma regularidade ou salário fixo. Estes relataram que é cada vez mais difícil se manter no mercado, visto que competir com setores como supermercados, lojas, shoppings, que possuem uma padronização de suas mercadorias prejudica a venda dos seus produtos, que são artesanais, necessitam de um tempo maior para serem feitos e, por serem manuais não possuem uma padronização, são confeccionados somente por uma mesma técnica tradicional, e não tecnológica.

Em relação ao surgimento da Associação dos Artesãos da Feira de Artesanato da Torre de TV (AFTTV), os feirantes afirmaram que desde a sua criação, em 1998, a função da associação é a de organizar a feira, manter o ambiente limpo e seguro, com água, luz, banheiros por meio da taxa mensal paga pelos feirantes no valor de R\$ 80,00. No entanto, há uma queixa por parte dos feirantes de não haver a efetividade no suporte e no apoio aos artesãos, faltando divulgação e infraestrutura na feira. Outro ponto destacado foi o fato de alguns feirantes não participarem da Associação porque acreditam que não há nenhum benefício. Porquanto, os não participantes ao não colaborarem na taxa mensal, criam um conflito interno entre os feirantes, porque quem paga acha injusto que alguns não paguem, sendo que todos são beneficiados.

De acordo com os feirantes, outra função que a Associação tem é a de ser a entidade intermediária entre os feirantes e a Administração Pública, de modo a ajudá-los com os trâmites legais, licitação e permissão de uso e ocupação do espaço público da feira. Neste contexto, quando perguntado aos feirantes se a associação os ajudava, 70% disseram que não veem muita diferença, mesmo pagando uma taxa mensal e que a entidade poderia ser mais eficiente para atrair clientes e realizar atividades mais culturais.

Quanto à atuação do governo na Feira de Artesanato da Torre de TV, 90% dos feirantes se queixaram de que não é feito nada por parte do governo, que agora tudo na feira é responsabilidade dos feirantes, que atualmente precisam pagar a luz, a água, a segurança, a manutenção, os banheiros. Além da taxa paga para o governo conceder o uso do espaço público, os feirantes reclamam que já é difícil sobreviver só trabalhando na feira, porque dependem muito das vendas de seus produtos e, além disso, são obrigados a pagar todos os gastos de manutenção da feira que deveriam ser garantidos pelo governo.

Gráfico 2 -Atuação do governo segundo os feirantes.



Fonte: Dos dados da pesquisa, 2017.

Em entrevista com os feirantes, estes destacaram que o governo poderia dar mais incentivos financeiros, fiscais, créditos para os produtores e artesãos, cursos de qualificação e divulgar mais a feira. Para eles, o GDF deveria colaborar mais com a manutenção e a preservação do espaço, ser mais participativo no sentido de melhorar a infraestrutura, colocar placas e sinalizações para os visitantes e turistas se localizarem.

Outro ponto importante é a respeito da transferência da Feira de Artesanato da Torre de Televisão para outro local. Em entrevista, os feirantes afirmaram que a feira mudou com a transferência, visto que com a nova estrutura, perdeu-se o lado humanizado e popular antes. Os feirantes relataram que não houve por parte do GDF a preocupação com os feirantes, o que eles queriam ou pensavam sobre a mudança de local. Além disso, não houve sequer a participação dos feirantes no processo de elaboração da nova feira, algo imposto pelo GDF. Muitos reclamaram da falta de diálogo na época com a administração pública, em 2011, e da não participação dos feirantes na escolha do projeto da nova feira pela Novacap. Em entrevista foi colocado que o GDF sequer deu informações aos feirantes do que iria acontecer depois da transferência da feira, se os feirantes teriam direito a um barraca, como seria o processo de uso e ocupação e quais as regras para a utilização daquele espaço.

A insatisfação geral na época da mudança do local da feira deveu-se, primordialmente à falta de diálogo do GDF com os feirantes, assim como a existência de irregularidades (pessoas que usavam mais de uma barraca, feirantes que não eram artesãos). Os feirantes que estavam em situação irregular ficaram preocupados se iriam perder os seus direitos ou privilégios com a transferência da feira. Portanto, havia uma preocupação por parte dos feirantes de saber quem teria direito a ter um box e com boa localização na nova feira.

Com referência à alteração da infraestrutura da antiga para nova feira, para os feirantes a transferência da antiga para atual causou grandes mudanças, tanto negativas quanto positivas. Conforme depoimentos, a antiga feira era mais desorganizada e apertada entre os espaços das barracas, nos corredores. Além de não existir uma organização adequada, as barracas eram cobertas por lonas, os trabalhos eram expostos sem limites de espaço entre os feirantes, a iluminação e a energia eram precárias e a área de alimentação ficava próxima às barracas, com risco até de causar incêndio. Por outro lado, os feirantes afirmaram que na antiga feira havia bastante turistas e visitantes, a venda era melhor e a feira sempre estava cheia nos finais de semana. Ademais, os feirantes não eram obrigados a trabalhar de terça a domingo.

No tocante à atual feira, os feirantes reclamaram que a venda caiu muito por causa da nova formação espacial da feira. A distância entre as barracas é muito grande, pois o espaço da feira ficou bem maior, as pessoas se perdem e não percorrem mais todo o espaço. Concomitantemente, houve diminuição de visitação dos turistas, porque a feira não se situa mais ao pé da Torre de TV, muitos não a veem e não há sinalização na Torre indicando-a. Outra desvantagem é o fato de que muitos turistas precisam descer a escada da Torre para chegarem à feira. Há o elevador que dá acesso à feira, porém muitas vezes não funciona. Isso é um problema porque algumas pessoas possuem dificuldade de locomoção e não conseguem descer as escadas e nem andar longas distâncias para percorrer toda a feira. Nas figuras 26 e 27 a seguir estão a escada, o elevador e a escada rolante entre a Torre de TV e a feira.

Figura 26 - Escada entre a Torre de TV e a Feira.



Fonte: Arquivo pessoal da autora, 2017.

Figura 27- O elevador e a escada rolante de acesso à feira.



Fonte: Arquivo pessoal da autora, 2017.

A feira anteriormente era algo realizado em um espaço público, com infraestrutura provisória, móvel, de iniciativa popular e um comércio informal, agora passou a ser realizada em um local fixo, construído e ordenado pelo GDF, que cobra uma licença de uso e ocupação. Portanto, a feira passa a ter uma característica mercadológica diferente, torna-se um comércio permanente e formal, controlado pelo Estado. Transforma-se em um mercado público, ainda com atividades culturais e tradicionais, mas padronizada e regularizada e não uma feira popular.

A transferência realizada pelo Estado para espaço padronizado com estrutura fixa de ferro criou também novas necessidades para as pessoas que usam e ocupam a feira – os feirantes passaram a ser responsáveis pela manutenção, segurança, luz e água. Tais custos foram transferidos da administração pública para os feirantes, que acabaram repassando os gastos nos preços dos produtos, visto que alegam não conseguir lucro nas vendas tendo que

custear manutenção e materiais para produção das suas mercadorias, assim como para seu auto-sustento.

Desse modo, o aumento dos preços dos produtos também gerou a mudança das pessoas que consomem as mercadorias, alterando assim os grupos sociais que frequentam as feiras, normalmente com mais poder aquisitivo. Neste contexto, além de a estrutura do espaço físico da feira mudar, os frequentadores também mudaram por conta do aumento dos preços das mercadorias, que, de certa forma, selecionam quem pode ou não usar determinado espaço público. Em contrapartida, os feirantes afirmaram que o lado positivo da feira atual se refere aos boxes, que são maiores e podem ser fechados com os produtos dentro, não precisando transportá-los toda semana (Figura 28). Outro aspecto positivo é a possibilidade de usar as áreas vazias para promover shows, eventos culturais e artísticos.

Figura 28 - Box do feirante com suas mercadorias.

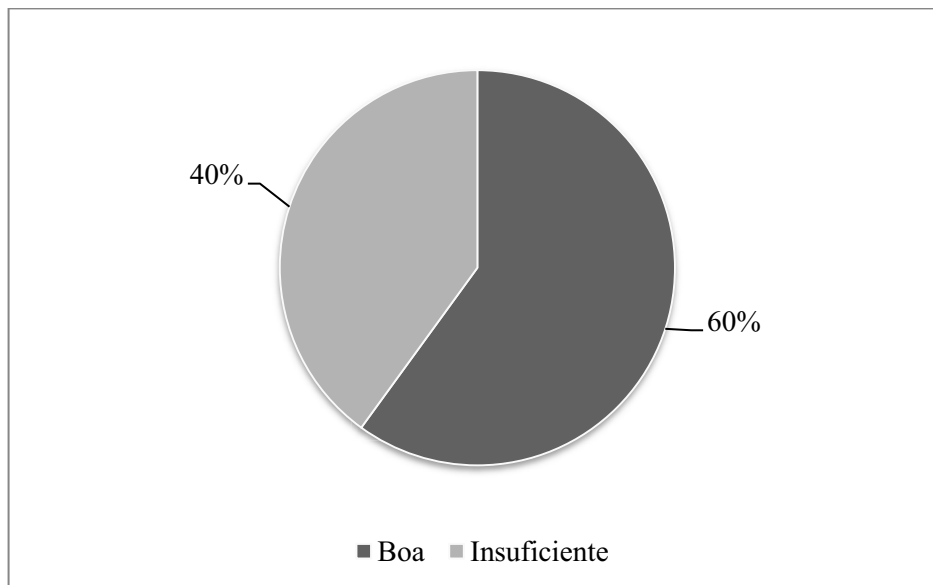


Fonte: Arquivo pessoal da autora, 2017.

No que concerne à organização, 60% dos feirantes responderam que é boa e que a Associação faz o possível para manter a feira limpa e organizada. Nota-se neste item que há uma contradição, visto que ao serem perguntados se a Associação ajudava os feirantes e a feira,

a maioria respondeu “não”. No entanto, ao serem perguntados se a organização é boa, mais da metade respondeu “sim” (Gráfico 3).

Gráfico 3 - A organização da feira de acordo com os feirantes.



Fonte: Dos dados da pesquisa, 2017.

No tocante a problemas encontrados na feira, 80% dos feirantes afirmaram que os moradores de rua prejudicam as vendas, porque afastam a clientela ao pedirem esmola. Os ambulantes também trazem problemas, porque atrapalham a venda ao competirem pelos fregueses que vão à feira. Outro problema que ocorre eventualmente são os furtos de produtos nos boxes, por causa da falta de segurança durante a semana e à noite. Desse modo, ficou nítida a confusão entre os feirantes no que se refere à organização e à atuação da Associação na manutenção da feira.

Em relação à localização, todos os feirantes disseram tratar-se de excelente local, bem situado, no centro da cidade, no Plano Piloto e de fácil acesso. A Feira de Artesanato da Torre de TV é um local estratégico, além de ser um atrativo turístico. Pessoas do mundo inteiro a visitam – ela é o cartão postal da cidade.

No que se refere à relação com os frequentadores, 100% dos feirantes ressaltaram ser boa e tranquila. No entanto, três feirantes reclamaram da existência de clientes que às vezes são arrogantes e os tratam mal, não respeitando e nem valorizando o trabalho de artesãos achando que os produtos são muito caros e não valem o preço cobrado. Ressalte-se de que o preço dos produtos aumentou depois da transferência para o novo local.

Segundo esses sujeitos, a Feira de Artesanato da Torre de Televisão é importante para Brasília por fazer parte da história da cidade, assim como por ser parte integrante do ambiente

cultural e da tradição da população brasiliense. Além disso, destacam que a feira possui uma variedade enorme de produtos e de trabalhos artesanais característicos do Cerrado e da cidade, ajudando a divulgar a cultura de Brasília.

Para alguns feirantes, a feira representa tudo, representa sua história e sua vida, que permitiu constituir uma família e criar os filhos, construir suas casas, conseguir bens materiais, viver. Para a maioria deles, a feira representa a forma de vida, o seu modo de subsistência, o seu “ganha-pão”, o seu sustento.

No que se refere às possíveis melhorias na feira, para os feirantes o que poderia ser feito seria a implantação do posto policial no local, visto que os policiais fazem ronda na feira só algumas vezes por semana. Também poderia ter um posto médico para atender a população e os visitantes, vítimas de algum acidente ou acometidos por problema de saúde na feira. Os feirantes afirmam que poderia também haver caixas eletrônicas para que os visitantes e turistas pudessem sacar dinheiro.

3.1.2 Os Visitantes: como veem a Feira

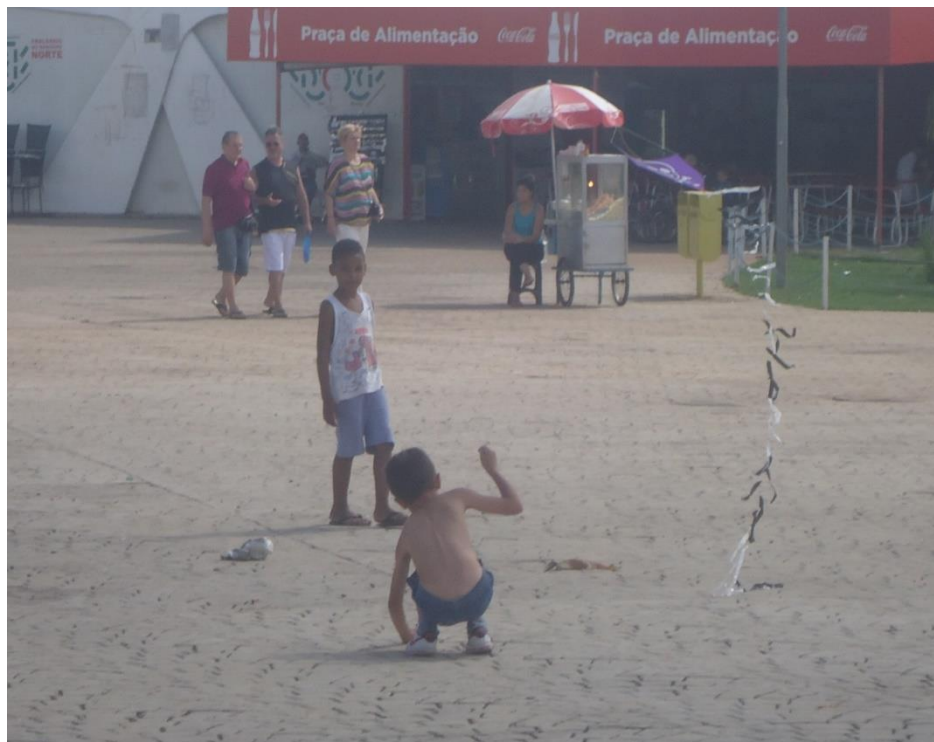
Em entrevista, os visitantes externaram os motivos pelos quais vão à Feira de Artesanato da Torre de Televisão: passear, comprar produtos exclusivos, comer comidas típicas, levar parentes e amigos de outras regiões para conhecer a cidade. Nas figuras 29 e 30, abaixo, pode-se observar os visitantes realizando atividades na feira.

Figura 29 - Visitantes usando a feira.



Fonte: Arquivo pessoal da autora, 2017.

Figura 30 – Crianças brincando na Feira de Artesanato da Torre de TV



Fonte: Arquivo pessoal da autora, 2017.

Muitos visitantes relataram que a feira sempre foi um local de referência de Brasília e que passaram grande parte da sua infância frequentando-a com a família. Alguns relataram também que no início de Brasília, nas décadas de 1970 e 1980, existiam poucos locais poucos locais para frequentar com a família, para lazer ou entretenimento e a feira possuía todas essas funções. Além disto, em entrevista os visitantes ressaltaram que a feira é um importante atrativo turístico e de realizações culturais na capital, de modo a promover e manter os artistas e artesanatos locais.

No que concerne ao tempo que os visitantes frequentam a feira, 30% a visitam há mais de dez anos; 50%, há mais de seis anos; 10%, dois anos; 10%, menos de um ano. Nota-se que a maioria dos visitantes que conhecem a feira pela primeira vez, voltam ou passam a frequentá-la mais vezes e demonstram haver um sentimento de agrado, hospitalidade e reciprocidade nas relações interpessoais entre feirante e visitantes. Na tabela 3 estão os dados e a porcentagem da frequência de visitas.

Tabela 3 -Frequência de visitantes na Feira.

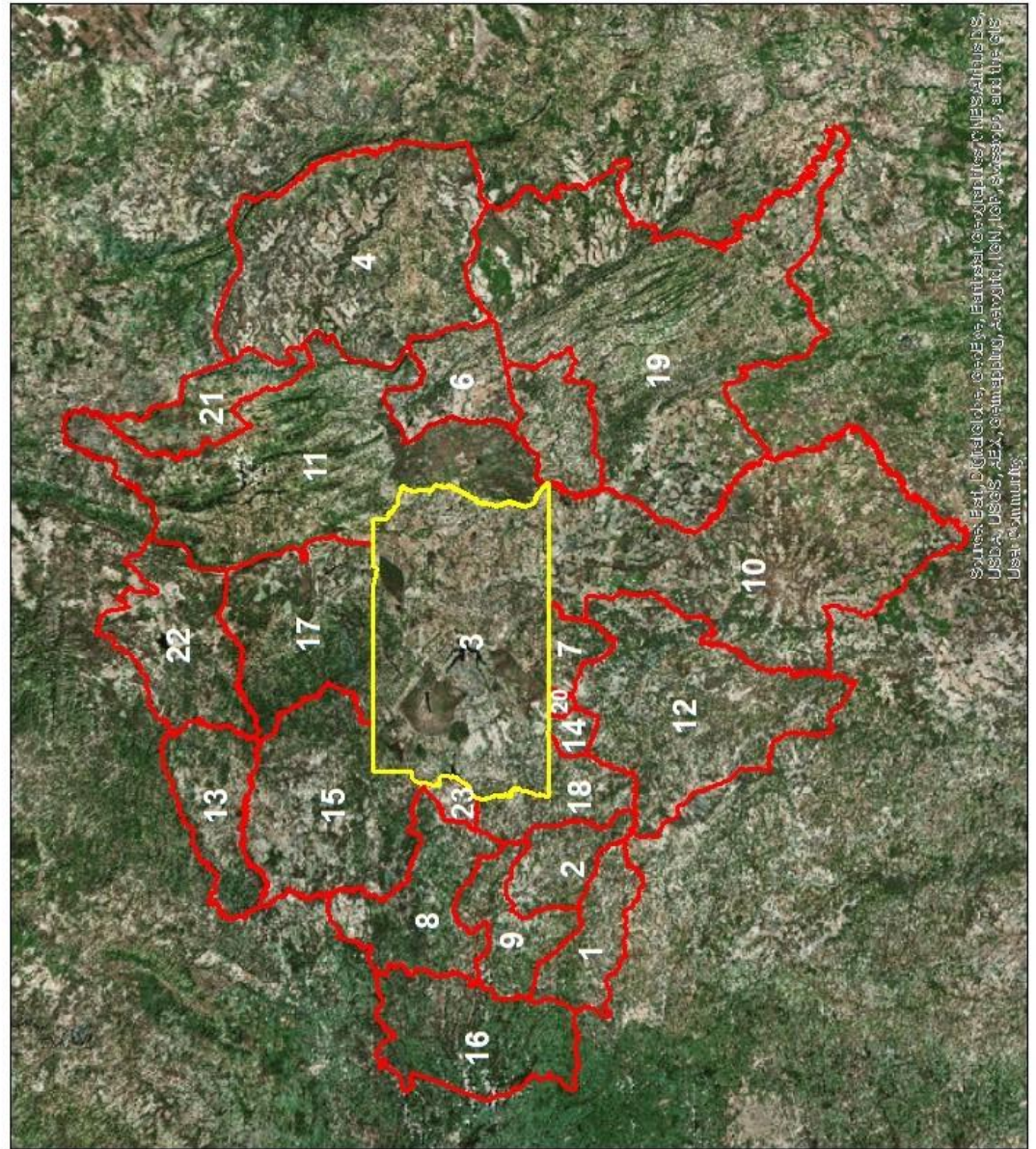
| Quantidade | Visitantes | Porcentagem |
|--------------------|------------|-------------|
| Há mais de 10 anos | 9 | 30% |
| Há mais de 6 anos | 15 | 50% |
| Dois anos | 3 | 10% |
| Menos de um ano | 3 | 10% |
| Total | 30 | 100% |

Fonte: Dos dados da pesquisa, 2017.

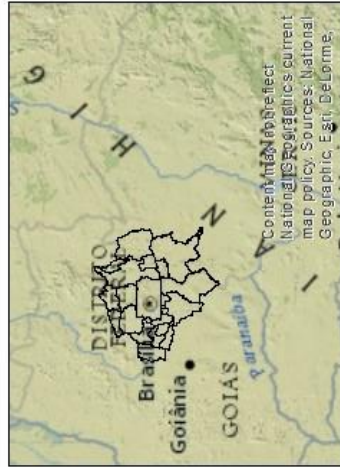
Em relação à residência dos frequentadores, 70% moram no Distrito Federal e na região Integrada de Desenvolvimento e Entorno, RIDE/DF (Figura 30). Os demais frequentadores são provenientes de outros Estados ou de outros países. Os entrevistados quando questionados se visitavam outras feiras, 40% responderam que sim, citando a dos Importados e a do Guará. Vale destacar que os visitantes consideram as feiras um importante local de comércio e de tradição e que nenhum shopping ou loja pode oferecer a hospitalidade e boas relações entre fregueses e vendedores. Acrescentam ainda que as feiras são comércios mais populares e acessíveis à população mais carente.

Figura 31 - Região Integrada de Desenvolvimento do Distrito Federal e Entorno (Ride/DF)

RIDE - DF - Municípios de Abrangência



Localização



Legenda

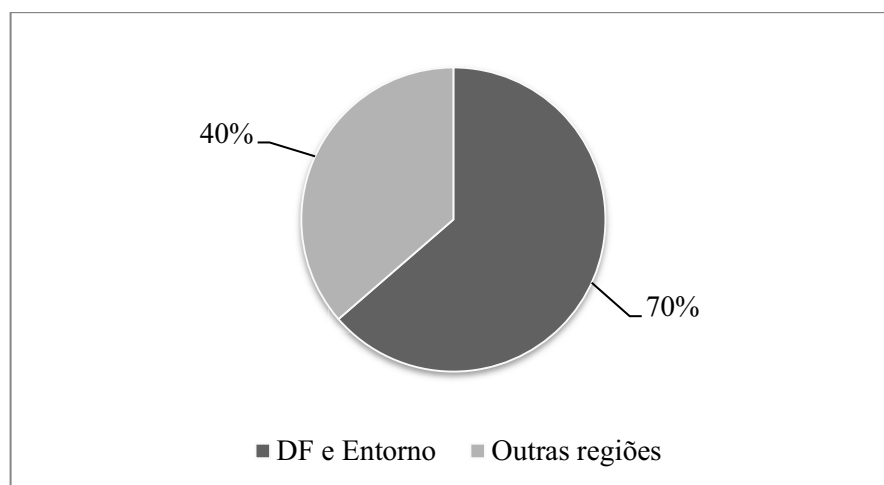
- Municípios da RIDE - DF**
- 1-ABADIÂNIA
 - 2-ALEXÂNIA
 - 3-BRASILIA
 - 4-BURITIS
 - 6-CABECEIRAS
 - 7-CIDADE OCIDENTAL
 - 8-COCALZINHO DE GOIÁS
 - 9-CORUMBÁ DE GOIÁS
 - 10-CRISTALINA
 - 11-FORMOSA
 - 12-LUZÂNIA
 - 13-MIMOSO DE GOIÁS
 - 14-NOVO GAMA
 - 15-PADRE BERNARDO
 - 16-PIRENÓPOLIS
 - 17-PLANALTINA
 - 18-STO. ANT* DO DESCOBERTO
 - 19-JUNAÍ
 - 20-VALPARAISO DE GOIÁS
 - 21-VILA BOA
 - 22-ÁGUA FRIA DE GOIÁS
 - 23-ÁGUAS LINDAS DE GOIÁS

Datum: SIRGAS 2000
 Fonte do shapefile: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, Malha municipal 2015
 Elaborado por: Gabriela Maria da Silva, graduanda de Bacharel em Geografia - UNB
 Data: 23/02/2017

Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE. Elaborado por SILVA, Gabriela, 2017.

No gráfico 4 abaixo estão demonstradas as áreas de residência dos frequentadores.

Gráfico 4 - Locais de residências dos frequentadores.



Fonte: Dos dados da pesquisa, 2017.

No que concerne à localização da feira, todos os visitantes afirmaram que esta é boa porque se situa no centro de Brasília, local bem servido de ônibus, inclusive nos finais de semana, além de existirem vários estacionamentos nas proximidades. Há também a possibilidade das pessoas que moram no Plano Piloto, Sudoeste, Cruzeiro poderem ir de bicicleta ou a pé.

Segundo os visitantes, a feira também fica próxima de outros atrativos turísticos e de lazer da cidade, tais como o Parque da Cidade, o Estádio Mané Garrincha, o Centro de Convenções Ulisses Guimarães, o Planetário, a Funarte, o Setor de Diversões Sul e Norte, a Catedral, o Museu Nacional de Brasília, a Esplanada, a Praça dos Três Poderes.

Os visitantes ressaltaram que a feira poderia promover maior número de atividades culturais para divulgar e atrair mais clientes e turistas. Os entrevistados responderam ainda o quanto a relação com os feirantes é tranquila e que sempre têm vontade de voltar à feira por causa do bom atendimento e do prazer de frequentar seu espaço.

No tocante às mudanças ocorridas, os frequentadores relataram que, com a transferência da antiga feira para a nova, a atual ficou melhor, mais organizada, os banheiros públicos mais cuidados (figura 32), a praça de alimentação maior e com mais variedades de comidas (figura 33) e espaços para lazer, diversão e atividades culturais. No entanto, alguns visitantes afirmaram que a feira deveria ter mais acesso para deficientes físicos e cadeirantes, visto que o acesso e o piso não são apropriados ou suficientes.

Figura 32 - Banheiro da Feira de Artesanato da Torre de TV



Fonte: Arquivo pessoal da autora, 2017.

Figura 33 - Praça de Alimentação da Feira da Torre de TV



Fonte: Arquivo pessoal da autora, 2017.

Em entrevista, os frequentadores destacam a função da feira que é de divulgar a cultura de Brasília, apresentar trabalhos dos artesãos do Distrito Federal, além de ser um espaço de lazer e diversão para os moradores. De acordo com os visitantes, a feira é um patrimônio material e imaterial da cidade e deve ser preservada e cuidada pelo governo, feirantes,

moradores e turistas. Alguns visitantes afirmaram que para eles a feira representa identidade e pertencimento, visto que estes nasceram e foram criados em Brasília e têm vivências e experiências afetivas na feira.

Importante destacar que quando a Feira de Artesanato da Torre de TV surgiu foi por iniciativa popular. Em Brasília, na década de 1860 a 1980, por ser uma cidade recém-inaugurada não possuía muitos atrativos, tanto de lazer quanto de comércio. Desse modo, a feira naquela época, era um dos principais atrativos turísticos, de lazer, de cultural e de comércio na Capital.

No que tange ao tipo de ocupação ou profissão exercida pelos frequentadores, 40% responderam que são funcionários públicos, 30% trabalham em empresas privadas, 10% são autônomos, 20% são estudantes. Em relação à renda mensal dos frequentadores, 40% responderam que recebem de seis a oito salários mínimos, 30% ganham de dois a quatro salários mínimos, 10% de um a três salários mínimos e 20% não têm renda. Na tabela 4, abaixo, está ilustrada a renda mensal dos frequentadores.

Tabela 4 - Renda Mensal dos frequentadores.

| Salários Mínimos | Frequentadores | Porcentagem |
|---------------------------|-----------------------|--------------------|
| De 6 a 8 salários Mínimos | 12 | 40% |
| De 2 a 4 salários Mínimos | 9 | 30% |
| De 1 a 3 salários Mínimos | 3 | 10% |
| Não tem renda | 6 | 20% |
| Total | 30 | 100% |

Fonte: Dos dados da pesquisa,2017.

Deste modo, nota-se uma diversidade social entre os visitantes, que mesmo sendo originários de classes sociais, regiões e cidades diferentes se reúnem e interagem entre si na feira em um determinado período das suas vidas.

3.1.3 A Associação dos Artesãos da Feira da Torre de TV

No tocante à Associação dos Feirantes, foi fundada em 1995 e atualmente possui 500 feirantes associados. Para o presidente, a Associação tem a função de promover eventos para divulgar a feira, buscar parceiros para o coletivo de feirantes e representá-los junto aos órgãos públicos.

Em entrevista, o presidente da Associação dos Artesãos da Feira da Torre de TV (AFTTV) enfatiza que desde a década de 1970 os feirantes vêm fomentando diferentes linguagens da cultura, dentre elas o circo, o teatro, a música, a literatura que agregam à produção de artesanato e comidas típicas de Brasília e do Entorno. Os expositores são pessoas vindas de todas as partes do Brasil, garantindo uma representatividade da cultura brasileira na Feira de Artesanato da Torre de Televisão.

Em entrevista, foi ressaltado que a feira é um importante atrativo turístico, cartão postal da cidade e que representa a cultura da Capital. Gera também renda para os feirantes, que constituem mais de 500 expositores, com mais de 3.500 pessoas envolvidas direta e indiretamente, principalmente os familiares. Ela representa Brasília para o mundo e durante a Copa do Mundo de 2014 foi o segundo lugar mais visitado na Capital. Semanalmente, 70 mil pessoas passaram pela feira no período da Copa.

No entanto, o representante da Associação resalta os problemas encontrados na feira: a falta da atuação efetiva do governo quanto à fiscalização, controle, apoio e fomento da cultura na feira, o conflito interno entre feirantes, divididos entre aqueles que participam da Associação dos Artesãos e os que não; além da falta de união entre estes, em vista da setorização da feira, tais como a área de alimentação, de móveis, de artesanatos, de mercadorias revendidas e de artistas plásticos. Ademais, outro conflito encontrado na feira é entre os camelôs e os feirantes, que concorrem pelos visitantes e clientes na feira. Em relação aos moradores de rua que também gera conflito com os feirantes, porque aqueles ficam pedindo esmolas na feira e segundo os feirantes isto afasta os clientes.

Atualmente, devido à mudança da infraestrutura da feira e do novo local ocorreu a quebra da característica principal da feira, que é o sentido popular e humano, por causa da organização das barracas que é mais espaçada, alterando a própria dinâmica das relações dos atores sociais com o espaço. O local atual tem muito espaço entre os blocos de boxes dos feirantes e, por isso deu um aspecto de labirinto, dividindo os locais de exposição dos artistas. Na figura 34 abaixo se observa os espaços entre os blocos organizados em formato de labirinto.

Figura 34 - Espaço entre blocos com sentido de labirinto



Fonte: Arquivo pessoal da autora, 2017.

O presidente da Associação ressalta que na feira faltam sinalizações identificando os boxes, os banheiros, a praça de alimentação, os estacionamentos. Na figura 35 pode ser visualizada a falta de identificação dos boxes.

Figura 35 - Falta de identificação dos blocos na feira.



Fonte: Arquivo pessoal da autora, 2017.

No que tange ao atendimento ao turista, o presidente da Associação afirma que quase não existe e fica dependendo dos feirantes para ser realizado. Segundo o mesmo, a participação da Secretaria do Turismo e da Secretaria da Cultura é quase inexistente e não dá nenhum apoio ou suporte às manifestações culturais. Neste contexto, fica a pergunta: Se cabe ao GDF fiscalizar, apoiar, gerenciar e incentivar as atividades artísticas e culturais na feira, por que isto não está sendo feito de fato? Novamente, nota-se um conflito entre o Estado e os feirantes, no qual estes esperam por maior atuação e participação do GDF. No entanto, não são correspondidos da forma que desejam.

No entanto, o ponto positivo destacado pelo presidente da Associação dos Artesões da Feira da Torre de Televisão é que a atual feira permitiu mais comodidade aos feirantes pelo fato de os boxes serem maiores, mais agradáveis e terem mais espaços do que as antigas barracas de lona. Agora o expositor pode trancar ou abrir o boxe no momento que quiser sem precisar carregar todo o seu material todos os dias. Além disso, a feira está mais organizada, passou a ter áreas setorizadas para as mercadorias ofertadas e tem uma aparência mais higiênica, padronizada e moderna.

Segundo o entrevistado, outro conflito existente é em relação a quantidade de órgãos públicos do GDF responsáveis pela feira: a Secretaria de Turismo, que dá a autorização e comprova a profissão de artesão dos feirantes; a Secretaria da Cultura, que controla e monitora os artistas plásticos; a Secretaria de Estado de Gestão do Território e Habitação, que legaliza e autoriza o uso do espaço público; e a Administração Regional do Plano Piloto, que cobra taxa pelo uso do solo público, pelas licenças e fiscalização da feira. Dessa maneira, a gestão da feira fica um tanto confusão sobre a competência de cada órgão e por conta disto, não há uma colaboração mútua na atuação dos gestores. Neste sentido, nota-se que o conflito de funções, no caso, encontra-se na própria administração pública, que não conseguiu se organizar para realizar as suas competências como governo.

Foi destacado pelo presidente da Associação de Artesões que a feira, por ter vários órgãos responsáveis, acaba tendo o seu funcionamento e organização prejudicados, visto que não há um órgão majoritário que possa coordenar os outros de forma integrada para o bom desenvolvimento das atividades e dos usuários. A consequência dessa desorganização por parte do Estado e da Administração Pública resulta no abandono da feira por estes mesmos órgãos, em que um atribui ao outro a responsabilidade de administrá-la.

De acordo com o presidente da Associação, o governo deveria fiscalizar mais a feira, dar mais apoio, tecnologia, acesso livre à internet, profissionalizar os feirantes, divulgar mais, criar espaços de convívio social, garantir guias turísticos, manter a infraestrutura, criar projetos culturais e artísticos. Além disso, o governo deveria ouvir a representação local dos feirantes e da comunidade, assim como incentivar de forma expressiva todas as manifestações culturais, garantindo o mínimo de estrutura, palco, som, luz e cachê para os artistas do DF e do Entorno.

O presidente da Associação ressalta que estes deveriam se mobilizar mais para manter a tradição da feira, qualificando-se e se profissionalizando. Os feirantes deveriam buscar novas tecnologias na maneira trabalhar e nas técnicas usadas para produzir seus produtos. Assim conseguirão se desenvolver e competir mais no mercado internacional e local, que cada vez mais fica competitivo e exigente.

Quanto a atuação da Associação dos Artesões, foi ressaltado que esta assumiu de forma emergencial a manutenção dos espaços comuns da Feira de Artesanato da Torre de TV, como banheiro público, custeando a segurança e a limpeza a fim de suprir a ausência governamental. E mesmo sem recursos e apoio devido do GDF para a promoção do fenômeno sociocultural que é a feira, ela continua atuando para os feirantes permanecerem existindo no centro da Capital.

Nota-se a partir das colocações do presidente da Associação de Artesãos da Feira da Torre de Televisão que há uma insatisfação entre os feirantes e a Associação relativamente à atuação do GDF, de modo que são apresentadas queixas referentes à atuação dos vários órgãos governamentais encarregados da organização do espaço.

3.1.4A Administração Pública: atuação do GDF na Feira

No tocante a participação do GDF foi realizada uma entrevista na Administração Regional do Plano Piloto com o funcionário público responsável pela Coordenação e Desenvolvimento da Cultura, da Arte, do Esporte e do Lazer da cidade de Brasília e que também tem a função de administrar as atividades culturais e comerciais que ocorrem na Feira de Artesanato da Torre de Televisão.

O servidor da Administração Regional do Plano Piloto destacou que a feira faz parte do patrimônio material e imaterial de Brasília e que, portanto, deve ser preservada e cuidada pelo Estado, pelos feirantes e pelos visitantes. Quanto à responsabilidade do GDF no que se concerne a Feira de Artesanato da Torre de TV, este afirma que é garantir a manutenção da infraestrutura e da realização das atividades por meio da criação de normas, de regulamentos e da fiscalização do comércio realizado neste espaço público. Segundo o funcionário, são três os

órgãos responsáveis pela feira: a Secretaria de Cultura, a Secretaria de Estado de Gestão de Território e Habitação (SEGETH) e a Administração Regional do Plano Piloto trabalhando conjuntamente para garantir a preservação do patrimônio cultural que se constitui a feira.

Conforme o servidor, a relação entre a administração pública com os feirantes é boa, de modo que o órgão está sempre à disposição para tirar dúvidas e auxiliar nos procedimentos legais e nas normas para a regulamentação da feira. Ressalta ainda que a Administração está exercendo seu papel como principal agente responsável pela feira. No entanto, nas entrevistas realizadas com os feirantes não é o que se observa. Neste sentido, fica a dúvida se realmente o GDF está ciente dos problemas relatados pelos feirantes? Em relação a quantidade de órgãos públicos, também não houve nenhuma observação do servidor, se perturba ou amplia na realização das competências do Estado para com a feira e aos feirantes.

A partir da colocação do servidor em relação às funções da administração pública para com a feira da Torre de TV fica um contraste e um vazio muito amplo entre o que os feirantes veem e o que o funcionário afirma. Nota-se, assim, um conflito, a falta de diálogo e interação entre ambos. Os feirantes se queixam da falta de ação e apoio do governo e o servidor destaca que a administração pública está cumprindo o seu papel de órgão gestor e administrador do espaço da feira. No entanto, o que se observa é abandono, falta de sinalização, de divulgação, de um centro de turismo, de segurança e de fiscalização. Porém, um ponto de vista em comum entre ambos é o fato de os feirantes devem se unir para fazer com que a feira funcione da melhor maneira possível e atraia mais clientes.

De acordo com o funcionário da Administração, a feira é um importante cartão postal da cidade e um de seus maiores atrativos turísticos, na qual se comercializam produtos variados, típicos do Distrito Federal. No entanto, como qualquer outra atividade econômica em espaços públicos, está suscetível a atrair ladrões, camelôs e moradores de rua. Nesse contexto, cabe aos órgãos públicos fiscalizar e garantir a segurança. Aqui fica um parêntese: se de acordo com o funcionário cabe à administração pública fiscalizar e controlar irregularidades na feira, por que isso, de acordo com os feirantes e a Associação, não é feito? Em relação aos ladrões e moradores de rua, cabe à segurança pública administrar tais questões, porém, novamente, o governo não corresponde às expectativas, tornando a feira um lugar inseguro, com roubos e furtos constantes. Na figura 36 podem ser observados camelôs vendendo seus produtos na feira.

Figura 36 - Camelôs vendendo seus produtos na feira.



Fonte: Arquivo pessoal da autora, 2017.

Vale destacar que o GDF atua na feira, fiscalizando os documentos dos feirantes para utilização do espaço público, cobrando a taxa de licença de uso, os policiais militares fazem rondas na área nos finais de semana e a administração pública fiscaliza as mercadorias oferecidas no local, às vezes, para verificar se os feirantes estão trabalhando, seguindo as normas da Lei Complementar que regular as feiras do DF. O servidor afirmou que o governo deveria monitorar mais a feira por meio da fiscalização dos tipos de produtos vendidos, da regulação de documentos e da permissão dos artesãos que trabalham no local. O funcionário ressalta ainda que a segurança e a infraestrutura devem ser garantidas pelo GDF em conjunto com os feirantes, não sendo somente função do Estado. Salienta também que o GDF deveria promover atividades para a qualificação dos serviços oferecidos na feira, dando cursos de profissionalização, incentivos financeiros e recursos para os feirantes continuarem trabalhando e mantendo o artesanato. Observa-se que novamente é colocado o trabalho em conjunto entre feirantes e administração pública, porém, segundo os feirantes o que existe é um conflito de interesse entre estes atores sociais, assim como a falta de cooperação e diálogo, dificultando o funcionamento e a gestão plena da feira.

O funcionário da Administração afirmou ainda que um dos motivos para que a feira não funcione plenamente é o fato de os feirantes não serem unidos. Para o entrevistado, os feirantes deveriam se unir mais para poderem organizar melhor a feira, melhorar a qualidade dos

produtos vendidos e divulgá-la. Vale ressaltar que essa mesma observação foi feita pelos feirantes entrevistados, os quais afirmam que a falta de união entre eles dificulta o funcionamento da feira, assim como as reivindicações à administração pública e ao governo. Segundo o servidor, os feirantes precisam também manter o patrimônio cultural da cidade, da mesma forma manter o ambiente limpo e organizado, de modo a atrair mais turistas e clientes.

Quanto à Associação dos Artesões, o funcionário da administração pública ressaltou que ela deve incentivar os feirantes a se unirem, promover cursos de qualificação e profissionalização, promover shows e programas culturais para divulgar e atrair mais clientes e turistas para a feira. No entanto, observou-se que o entrevistado não enfatizou a importância da Associação na cooperação da gestão da feira em conjunto com o GDF, como se coubesse somente ao Estado administrar e gerir aquele espaço público. Ultimamente, a Associação tomou iniciativa e passou a realizar mais shows, eventos e festivais gastronômicos com o objetivo de atrair mais visitantes. Na figura 37 abaixo está um dia do evento chamado “Forró na feira”, que ocorre todas as quintas-feiras.

Figura 37 - Forró na Feira da Torre de TV.



Fonte: Carol Carneiro Viola, 2016.

Neste contexto, observa-se conflito de interesse e de responsabilidade tanto por parte da Administração quanto da Associação dos Artesãos da Feira da Torre de TV e dos feirantes, de forma que o primeiro transfere para o segundo e o terceiro a responsabilidade também de manter e melhorar o espaço. Os dois últimos acreditam que cabe ao governo financiar, divulgar e apoiar as atividades culturais na feira, tais como as destacadas acima.

CAPÍTULO 4 ATUAÇÃO DO GDF NO USO DO ESPAÇO PÚBLICO

A cidade é constituída de uma grande quantidade de pessoas que demandam interesses e necessidades distintas e cujas atividades estão concentradas. O convívio público e as relações sociais ocorrem no espaço urbano. Neste contexto, instituições como o GDF possuem a função de administrar através das leis e normas o ordenamento espacial e o modo de uso e ocupação nas cidades. No entanto, além da atuação do Estado nas cidades, as relações espaço-tempo da sociedade também dão forma e sentido aos espaços urbanos, como, por exemplo, o surgimento das feiras nas Regiões Administrativas.

As feiras realizadas nas Regiões Administrativas do DF surgiram como atividades populares, autônomas, por iniciativa dos moradores e feirantes. Dessa forma, era caracterizada como comércio informal. No que tange as atividades comerciais informais, Cleps destaca:

O comércio informal pode ser dividido em três grandes grupos: os fixos, aqueles instalados próximos a áreas de serviços ou equipamentos públicos com grande movimentação, tais como terminais de transporte urbano, igrejas e hospitais; os periódicos, que ocorrem em áreas de lazer como parques, estádios de futebol, entre outros, instalando-se nos finais de semana e feriados; e os ocasionais, que surgem em torno dos comércios formais, em atos públicos ou festas comemorativas populares (CLEPS, 2009, 335).

Durante as décadas de 1960 a 1980, existiam poucas alternativas de lugares para consumo, lazer, comércio e uso da população nas Regiões administrativas do DF. Foi a partir da década de 2000 que o GDF passou a criar normas, controlando e regularizando o comércio nos espaços urbanos, tais como as feiras do DF. Exemplo disto foram as mudanças do local de realização, do horário de funcionamento, da criação de infraestruturas fixas, do ordenamento e ocupação das barracas, da regulação do material oferecidos para venda e também do controle das atividades realizadas nas feiras do DF⁶.

Neste contexto, Cassilha e Cassilha (2009, p. 11) afirmam: “para que a cidade possa atender às demandas de todos os habitantes é necessário um controle das diversas atividades e de todas as transformações que nela ocorrem [...]”. Em vista disto, um dos atributos do governo é o de estabelecer limites e condutas para a vida em comum entre os atores sociais. O Estado, para estabelecer limites, faz intervenções na sociedade por meio de leis e regulamentos, direcionando as formas de uso e ocupação do espaço público e urbano.

As principais formas de interferências do Estado são por meio da “mobilização do espaço mediante investimento em infraestrutura; do planejamento urbano; das políticas

⁶As mudanças em decorrência da atuação do Estado mudou a característica principal das feiras de serem algo temporárias, móveis e popular, tornando-as mercadões, com estruturas fixas e permanentes.

industriais e econômicas dirigidos para diferentes setores, regiões, lugares e escalas geográficas; através de instituições; e [...] diferenciação funcional no espaço” (SOBARZO, 2006, p. 106). Os processos de controle e organização do território e das cidades realizados pelo Estado são práticas administrativas e políticas do governo que visam ordenar o território, de modo a direcionar as relações socioespaciais, políticas, econômicas de um território.

De acordo com Severo (2014, p. 4) “o auge da intervenção e atuação do Estado no território brasileiro foi na década de 1960 e início de 1970”, principalmente por consequência do rápido crescimento da urbanização do País. Para a autora (SEVERO, 2014), a intervenção praticada pelo Estado, nessa década, denominada como ‘planejamento urbano’, visava ao ordenamento territorial, ou seja, a um conjunto de ações para o ordenamento das atividades urbanas. A partir dessas ações do governo é que se obteve um aumento no controle territorial e dos processos de crescimento das cidades. De acordo com Santos (1994, p. 46), “chegamos, assim, a um momento da história no qual o processo de racionalização da sociedade atinge o próprio território e este passa a ser um instrumento fundamental da racionalidade social”. A racionalização social das cidades realizada pelo Estado tem como uma de suas práticas a gestão urbana, sobre a qual Cassilha e Cassilha escrevem:

A gestão urbana deve se valer de um conjunto de instrumentos, principalmente a legislação urbana básica de uso e ocupação do solo, atividades, tarefas e funções que visam assegurar o adequado funcionamento de uma cidade. Visa garantir não somente a administração da cidade, como também a oferta dos serviços urbanos básicos e necessários para que a população e os vários agentes privados, públicos e comunitários, muitas vezes com interesses opostos, possam desenvolver e maximizar suas oportunidades de forma harmoniosa (CASSILHA; CASSILHA, 2009, p. 11).

A gestão urbana pode ser vista como um processo contínuo de atividades que visam à organização, ao controle e às ofertas de serviços urbanos. Nesse sentido, Severo (2014) destaca que o planejamento urbano é compreendido como parte integrante da gestão urbana, como uma forma de estruturar as cidades, pensado a partir das condições reais da população e do espaço urbano. Isto é, “o planejamento é um processo de ordenamento que integra vários aspectos – físicos, econômicos, políticos e sociais – e precisa ser elaborado visando ao futuro e ao desenvolvimento da cidade” (SEVERO, 2014, p. 5).

Nesta perspectiva, algumas leis foram criadas de forma a ajudar a ação do Estado para o ordenamento do espaço. A mais importante foi a Constituição Federal de 1988, que vinculou ao Estado a função de manter e preservar a organização social no território nacional. Segundo a Constituição de 1988, a função do Estado é a de criar mecanismos para o contínuo processo de desenvolvimento social, econômico e cultural utilizando-se de legislações específicas

direcionadas para diferentes setores, como transporte, saúde, educação, infraestrutura. Assim, o Estado consegue organizar e produzir o espaço por meio de leis de uso, ocupação, equipamentos e regimentos (BRASIL, 2012).

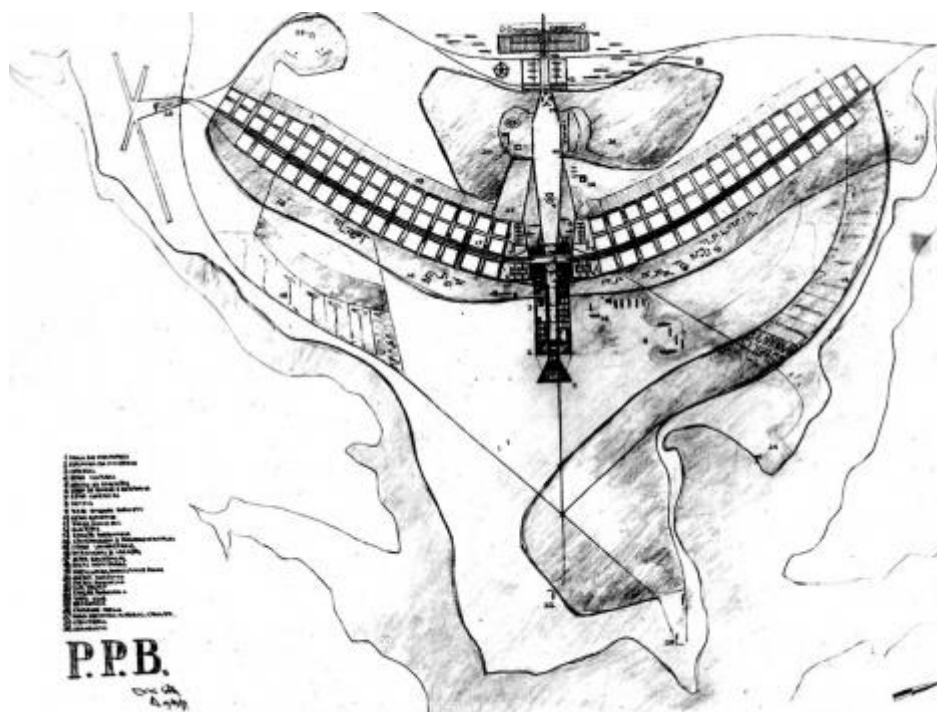
As ações do Estado são um aspecto relevante para a compreensão das cidades no seu processo de produção do espaço geográfico e da constituição da sociedade no seu contínuo movimento de realização e transformação. Assim, entende-se que a partir da atuação do Estado no ordenamento das cidades nos âmbitos nacional, regional e local ao longo da história, este se utiliza de normas públicas com a função de regular e direcionar o modo de uso e ocupação do solo.

De acordo com a Constituição Federal de 1988, o Distrito Federal, assim como os Municípios são os que gerenciam o ordenamento territorial e o planejamento urbano. A lei que viabiliza aos Municípios e ao Distrito Federal governarem é a Lei Orgânica, que deve ser seguida por estes entes federais com o intuito de dar as diretrizes de governança, em concordância com as demais legislações concernentes ao planejamento urbano e do Plano Diretor das cidades, que tratam sobre as normas e os regulamentos de uso e ocupação do território.

O Governo do Distrito Federal deve ser possuidor de instrumentos como o Plano Diretor de Ordenamento Territorial (PDOT), a Lei de Uso e Ocupação do Solo e Planos de Desenvolvimento Local (PDL) para realizar o planejamento e a gestão urbana no território do Distrito Federal. Com isso, o Estado conseguirá viabilizar políticas públicas urbanas para controlar e perceber possíveis problemas urbanos de infraestrutura e de urbanização das Regiões Administrativas, inclusive a do Plano Piloto, Brasília.

Conforme Severo (2014), as políticas de regulamentação e ordenamento territorial sempre estiveram presentes desde a criação da capital e do Distrito Federal, visto que foi criado inicialmente o Edital do concurso para o Plano Piloto de Brasília, de 1956, cujo projeto de Lúcio Costa (figura 38) foi vencedor, estabelecia que a cidade devesse ser habitada por no máximo 500 mil habitantes e, que, ao longo dos anos o crescimento populacional exigiria do governo direcionar e expandir a população em territórios mais afastados do centro.

Figura 38 – Projeto do Plano Piloto de Brasília de Lúcio Costa



Fonte: Arquivo Público, 2017.

Desse modo, coube ao Estado, no caso o GDF, a função de controlar, ordenar e oferecer espaços públicos, áreas de habitação, setores de serviços e uso e ocupação do solo no Distrito Federal. De acordo com as ideias de Lúcio Costa (1991), a cidade deveria ter áreas centrais com espaços e obras monumentais para representar o poder e a importância do Estado brasileiro.

Segundo o Relatório do Plano Piloto de Brasília (1991), que apresenta o projeto do arquiteto Lúcio Costa, têm-se definido a estrutura física da capital, suas escalas e o direcionamento da localização dos edifícios públicos, das áreas residenciais, dos espaços culturais e comunitárias, bem como a criação de grandes áreas livres, amplas e limitadas a circulação e usufruto dos habitantes.

De acordo com Lúcio Costa (1991), Brasília deveria [...]

[...] ser concebida não como simples organismo capaz de preencher satisfatoriamente e sem esforço as funções vitais próprias de uma cidade moderna qualquer, não apenas como *urbs*, mas como *civitas*, possuidora dos atributos inerentes a uma capital. [...] porquanto dessa atitude fundamental decorrem a ordenação e o senso de conveniência e medida capazes de conferir ao conjunto projetado o desejável caráter monumental.

Monumental não no sentido de ostentação, mas no sentido da expressão palpável, por assim dizer, consciente, daquilo que vale e significa (COSTA, 1991, p. 353).

Em relação ao processo de criação da Capital e a atuação do Estado para este empreendimento, Steinberger afirma:

A cidade de Brasília, a capital surgiu como um grande empreendimento governamental, onde o Estado atuou, simultaneamente, como projetista, promotor, construtor, financiador e proprietário do solo. Para realizar uma obra desse porte foi necessário contar com os braços dos trabalhadores migrantes, que para cá afluíram em busca de emprego (STEINBERGER, 1999, p. 28).

Brasília foi planejada e criada como um projeto de desenvolvimento moderno, bem como uma solução para os problemas nacionais, com o objetivo de integrar todas as regiões do País, de norte a sul, de leste a oeste, do interior às capitais. Atualmente, Brasília é um conjunto urbano e rural que exerce influência econômica, administrativa e política na região Centro-Oeste, principalmente nos Estados de Goiás, Mato Grosso, Minas Gerais e Tocantins.

No tocante ao projeto de cidade, o Plano Piloto de Lúcio Costa foi planejado para ter uma arquitetura moderna com espaços e obras monumentais marcantes e bonitas, ressaltando o poder político do Estado, do administrativo e do econômico do País, representado nos formatos das obras monumentais de Brasília, que naturalmente viraram atrativos turísticos: a Catedral, a Praça dos Três Poderes, a Torre de Televisão, o Congresso, a Esplanada dos Ministérios.

Brasília por ter sua estrutura monumental e obras modernas nos espaços públicos da cidade, tão distintos e inovadores, foi tombada como Patrimônio Histórico e Artístico Nacional pelo Ministério da Cultura e, em 1990, pela United Nation Educational, Scientific and Cultural Organization (Unesco), como Patrimônio Cultural da Humanidade.

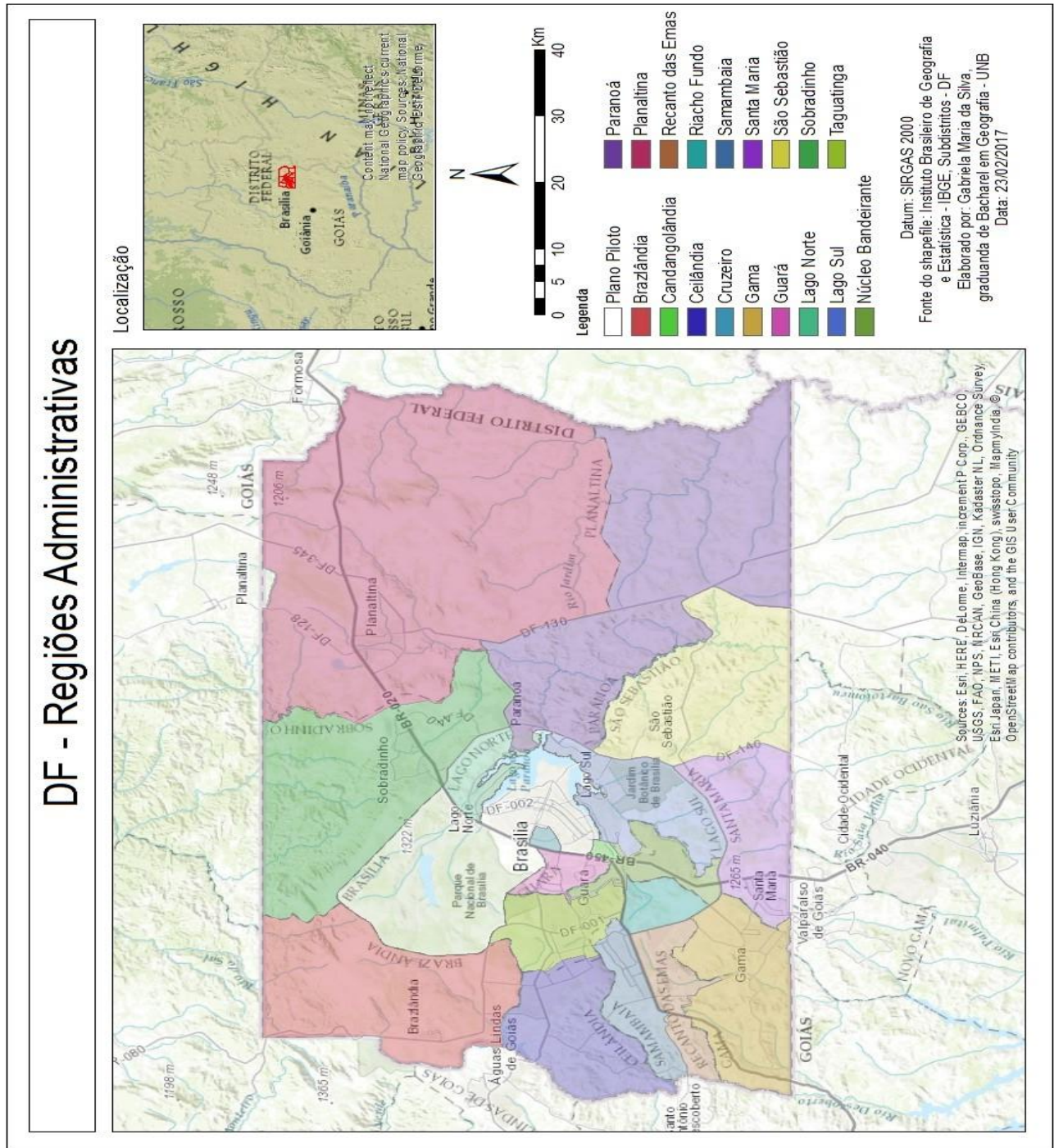
Batista destaca:

Além de ‘cidade modernista’, ‘cidade planejada’ e ‘cidade patrimônio’ [...] Brasília é a ‘cidade poder’, capital da República e ‘locus’ das representações oficiais do Estado Nacional e dos Estados e organismos internacionais, a exemplo das Embaixadas e da sede da Unesco. Na ausência de uma tradição cultural, Brasília caracteriza-se por um multiculturalismo ímpar (BATISTA, 2005, p. 111).

Em relação ao ordenamento territorial de Brasília, a primeira empresa estatal criada para ordenar o território do Distrito Federal foi a Companhia Urbanizadora da Nova Capital (Novacap), a qual teve a finalidade de gerenciar, controlar e direcionar a ocupação do grande fluxo de migrantes que vieram para construir Brasília.

A Novacap teve a função de alocar esse grande número de trabalhadores que não quiseram retornar a seus locais de origem. Foi então que foram surgiram as Regiões Administrativas (Figura 39), as cidades dormitórios onde as pessoas mais pobres viviam enquanto trabalhavam nas obras da construção de Brasília ou prestando serviços, como: comércio e abastecimento de comida (SEVERO, 2014).

Figura 39 – Regiões Administrativas do Distrito Federal



Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE. Elaborado por SILVA, Gabriela, 2017.

Severo (2014) destaca ainda que a prática do planejamento urbano no Distrito Federal iniciou-se com a implantação do Projeto do Plano Piloto de Lúcio Costa. A partir de então planos e ações de planejamento e ocupação foram desenvolvidos pelo Governo do Distrito

Federal. Em 1978, o GDF criou o Plano Estrutural de Organização Territorial do Distrito Federal (PEOT), pelo Decreto n.º 4.049, de 10 de janeiro de 1978, com o objetivo de [...]

[...] propor uma estratégia de ocupação territorial para o Distrito Federal, estabelecendo diretrizes para o zoneamento das áreas de expansão urbana em relação ao trabalho, à habitação, ao transporte e ao lazer, descentralizando o Plano Piloto e mantendo a preservação do projeto original (SEVERO, 2014, p. 17).

A partir do PEOT, o Governo do Distrito Federal passou a tê-lo como referência para os demais planos de ocupação e ordenamento do território do Distrito Federal (SEVERO, 2014).

Outro documento importante para o processo de ordenamento territorial em Brasília foi *Brasília Revisitada 1985-1987: contemplação, preservação, adensamento e expansão*, constituído de um conjunto de objetivos para ocupação de novos espaços próximos ao Plano Piloto, tais como Lago Sul, Lago Norte, Sudoeste, Setor de Indústria e Abastecimento, Águas Claras, Noroeste (SEVERO, 2014).

Em 1992, foi criado o Plano Diretor de Ordenamento Territorial (PDOT), documento único para orientar o uso e a ocupação do território do Distrito Federal, que contemplou as zonas urbanas e rurais do DF por meio de estudos demográficos, geográficos e socioeconômicos (SEVERO, 2014).

O Governo do Distrito Federal ao longo dos anos da formação da capital atuou diretamente no território do Distrito Federal, organizando e controlando os espaços públicos e privados. O planejamento urbano e a gestão dos espaços públicos foram implantados e elaborados direcionando os locais para moradia, atividades econômicas, lazer, indústria distribuição, comércio e habitação.

Em relação ao uso do espaço público das feiras, estas inicialmente eram realizadas de maneira informal, por iniciativa popular, com barracas e infraestruturas improvisadas pelos feirantes. Foi somente em 2012, que o Governo do Distrito Federal aprovou a Lei n.º 4.748, que dispõe sobre a regularização, a organização e o funcionamento das feiras livres e permanentes no Distrito Federal. Segundo essa lei, em seu art. 2.º, inciso I – “é entendido como feira livre a atividade mercadológica que tem um caráter cíclico, realizada em espaços públicos ou pavilhão autorizado pelos órgãos competentes, com instalações individuais, provisórias e que podem ser removidas” (CÂMARA LEGISLATIVA DO DISTRITO FEDERAL, 2012).

Assim, a Lei n.º 4.748, art. 1.º, inciso 1, estipula:

A feira livre destina-se à venda, exclusivamente a varejo, de produtos hortifrutigranjeiros, cereais, doces, laticínios, pescados, flores, plantas ornamentais,

produtos de artesanato, lanches, caldo de cana, temperos, raízes, carnes e aves abatidas, resfriadas ou congeladas, confecções, tecidos, armarinhos, calçados e bolsas, bijuterias, artigos religiosos, ferramentas e utensílios domésticos, produtos da lavoura e indústria rural, e os outros que possam vir a ser aprovados pelo órgão competente (CÂMARA LEGISLATIVA DO DISTRITO FEDERAL, 2012).

Os tipos de produtos supracitados vendidos nas feiras podem ser encontrados nas feiras do Guará, da Ceilândia, de Planaltina, do Núcleo Bandeirante e dos Importados. Entretanto, na Feira de Artesanato da Torre de TV de Brasília, os produtos são em sua maioria de artesanato, mesmo tendo outros produtos, como comidas típicas, sapatos, móveis, roupas, lembranças e produtos industrializados.

Neste contexto, a função do Governo do Distrito Federal é a de criar mecanismos de proteção e manutenção das feiras, de modo a preservar suas características específicas, como no caso da Feira de Artesanato da Torre de Televisão. Logo, o GDF deverá exigir o cumprimento de normas, a fim de controlar, monitorar, apoiar os feirantes na manutenção e preservação das feiras no Distrito Federal.

No entanto, com essas premissas de regularização e controle da cidade, o GDF acaba criando conflito entre a administração pública e os feirantes, visto que estes se sentem prejudicados na manutenção das suas atividades comerciais e não valorizados pelo Estado. A atuação do GDF na feira tira a autonomia dos feirantes e altera a forma de produzir e ocupar este espaço público. Neste contexto, Harvey (2014, p. 190) afirma: “Os conflitos surgem não apenas de apreciações subjetivas admitidamente diversas, mas porque diferentes qualidades materiais objetivas do tempo e do espaço são consideradas relevantes para a vida social em diferentes situações”.

De acordo com a Lei nº 4.748/2012, que regula e organiza as atividades na feira, somente poderá comercializar, nas feiras localizadas no Distrito Federal, o indivíduo que tiver autorização do órgão competente e esteja de acordo com o termo de permissão de uso, podendo estar entre as categorias de feirante produtor, artesão e mercador. Assim, aquele que portar a permissão de uso para atuar na feira como feirante terá o prazo de validade de 15 anos e que poderá ser renovado novamente por igual período, seguindo as demais recomendações vigentes na lei (CÂMARA LEGISLATIVA DO DISTRITO FEDERAL, 2012). Desse modo, o GDF e cada Administração Regional das Regiões Administrativas deverão gerenciar as atividades e os produtos nelas vendidos.

Na Lei n.º 4.748/2012, estão as normas de funcionamento das feiras, as quais os feirantes devem seguir para nelas poderem trabalhar. Tal ação do GDF foi efetuada com o objetivo de gerenciar as feiras e regulamentar o uso e ocupação do espaço público, assim como

o de fiscalizar as atividades exercidas nesses ambientes (CÂMARA LEGISLATIVA DO DISTRITO FEDERAL, 2012).

Em 2016, o GDF começou a atualizar o cadastro dos permissionários de boxes da Feira de Artesanato da Torre de TV com o objetivo de mapear e corrigir as possíveis irregularidades, de modo a recuperar o conceito original criado para a difusão do trabalho de artesãos e artistas plásticos locais. A Subsecretaria de Artesanato e Produção Associada ao Turismo do atual governo destacou que o objetivo é o de cumprir o regulamento geral da feira, de modo que não seja permitida a venda de produtos industrializados, importados e eletrônicos (PORTAL G1 GLOBO, 2016). Portanto, pode-se constatar que o governo atua nas atividades comerciais, nas relações entre atores sociais e no processo de uso e ocupação do espaço público modificando as estruturas e as relações socioespaciais, econômicas, políticas, cultural-ideológicas.

Freitas e Ferreira (2011, p. 4) ressaltam: “as ações sobre o espaço urbano têm caráter histórico, congregam interesses. Estratégias espaciais que, por natureza compreendem ideologias e dessa forma compreendem também contradições e conflitos”. Desse modo, o Estado intervém no espaço urbano com a prerrogativa de oferecer serviços à população, porém, na realidade influencia nas formas de uso e ocupação do solo urbano.

As feiras que inicialmente eram realizadas sem intervenção do Estado, tornam-se regularizadas, sendo fiscalizadas e administradas pelo Estado, que cria normas e leis de controle do espaço público. A regularização das feiras dá novo sentido a estes espaços, transformando-os em uma atividade comercial formal, regulada pelo Estado e com características de um Mercado Público, com edificações, infraestrutura e vínculo com o governo.

Quanto aos Mercados Públicos e a sua implantação nos locais onde se realizavam as feiras no DF, Silva (2015, p.8) afirma:“(...) o potencial dos mercados públicos, como equipamentos de centralidade urbana, é maior que o das feiras, posto que estas funcionam de forma itinerante, em horários restritos, alterando pouco o território onde se inserem”.

Porquanto, a atuação do Estado assim como as relações dos atores sociais no espaço público é essencial para a compreensão dos processos de produção do espaço geográfico no Distrito Federal e em Brasília, cidade-sede da administração pública do País, centro de decisões.

CAPÍTULO 5 AS RELAÇÕES SOCIAIS E OS CONFLITOS NA FEIRA

A partir da pesquisa, nota-se que nas relações existentes nas feiras há conflitos entre os atores sociais. Exemplo disto é o conflito entre GDF os feirantes e a associação no que tange à responsabilidade e à manutenção das feiras no Distrito Federal, em especial, no Plano Piloto, a Feira de Artesanato da Torre de TV. Os conflitos estão sempre presentes nos espaços públicos, tais como as feiras pelo fato de este ser um local de uso comum da população e por diferentes atores sociais.

Entende-se o espaço geográfico como uma intervenção dos atores que se apropriam ou controlam o espaço de acordo com seus interesses (MOREIRA, 2008). Neste contexto, o espaço regula tanto a produção quanto o cotidiano social. Porém, Moreira (2008) destaca que a produção citada seria com relação aos arranjos econômicos, ideológico-cultural e jurídico que ocorrem na sociedade.

Em relação às formas de uso e ocupação dos espaços públicos de Brasília a partir das investigações feitas nas feiras do Distrito Federal, observa-se que o GDF tem autoridade para transferir as feiras como ocorreu com a dos Importados, do Guará e da Torre de TV. Tal prerrogativa pode ser confirmada na Lei Orgânica do Distrito Federal, em seu art. 314,

Art. 314 – A política de desenvolvimento urbano do Distrito Federal, em conformidade com as diretrizes gerais fixadas em lei, tem por objetivo ordenar o pleno desenvolvimento das funções sociais da cidade, garantido o bem-estar de seus habitantes, ele compreende o conjunto de medidas que promovam a melhoria da qualidade de vida, ocupação ordenada do território, uso de bens e distribuição adequada de serviços e equipamentos públicos por parte da população.

Parágrafo único. São princípios norteadores da política de desenvolvimento urbano:

[...]

IV – a manutenção, segurança e preservação do patrimônio paisagístico, histórico, arquitetônico, artística e cultural considerada a condição de Brasília como Capital Federal e Patrimônio Cultural da Humanidade (CÂMARA LEGISLATIVA DO DISTRITO FEDERAL, 1993).

A Lei Orgânica do Distrito Federal autoriza a realização de modificações no espaço público urbano, contanto que siga as leis referentes ao planejamento urbano e aos planos diretores de cada Região Administrativa. Em relação à transferência da Feira de Artesanato da Torre de Televisão, em 2011 foi aprovado o Decreto n.º 32.847, que dispôs sobre a transferência da feira, como expressa no seu art. 22: “a Administração Regional de Brasília ficará responsável pela administração da nova Feira de Artesanato da Torre de Televisão de Brasília, sob a supervisão e orientação da Coordenadoria das Cidades, da Secretaria de Estado de Governo do Distrito Federal” (DISTRITO FEDERAL, 2011). Assim, o Estado passou a

gerenciar e a fiscalizar a feira, tornando-a uma atividade formal e regularizada, de modo que os feirantes passaram a ter licença do uso e da ocupação do solo urbano. Tais alterações tiveram grande influência na produção do espaço geográfico, alterando a forma de viver e experienciar a feira.

No entanto, a partir dos autores supracitados no presente trabalho, sabe-se que, assim como o GDF, os habitantes, os turistas e os feirantes também produzem e reproduzem a Feira de Artesanato da Torre de Televisão. São os atores sociais que realizam a sociedade nos espaços públicos e urbanos no seu cotidiano, que dão sentido e forma à feira, criando especificidades, contrastes e conflitos nas relações sociais.

A Feira de Artesanato da Torre de Televisão, sendo símbolo da cidade, atrai turistas de todos os lugares por sua paisagem, artesanato e localização central, próxima à Torre de TV, que também é um atrativo turístico, pois ambas são monumentos culturais e fazem parte da história de Brasília. A partir da pesquisa, nota-se que a característica da feira de ser um atrativo turístico também gera conflito, tanto por parte do GDF quanto pelos próprios feirantes, o primeiro querendo modernizar e padronizar a feira e, o segundo desejando manter as tradições de modo que atrai mais turistas.

No que tange os visitantes, que também fazem parte da produção da feira, foi possível perceber que estes também veem a feira como um importante símbolo cultural, assim como um atrativo turístico. Neste contexto, o conflito fica na contrariedade da preservação da tradição dos artesões e a contínua regularização e padronização do espaço usado.

Na Feira de Artesanato da Torre de TV, os habitantes que a frequentam a utilizam com o intuito de apreciar a cidade e se divertir nos finais de semana e nos feriados, tornando-a local de uso e ocupação frequente e parte dos costumes dos moradores. Portanto, a feira é um espaço público de múltiplos usos, servindo para passeio, lazer, turismo.

No que tange aos conflitos existentes na Feira de Artesanato da Torre de Televisão, estes são provenientes dos choques de interesses e das relações socioespaciais dos atores que produzem e reproduzem a feira. Há o conflito gerado pela atuação do GDF de regulamentar e controlar os produtos vendidos, exigindo dos feirantes mais qualidade nas mercadorias além do certificado de artesão, causando atrito entre esses atores.

Outro conflito existente na feira é o referente às influências do mercado mundial que direcionam os tipos de produtos consumidos e vendidos nas cidades em todo o planeta. Dessa forma, produtos industrializados acabam sendo vendidos em todos os locais, promovendo a padronização e a universalização dos mercados, estipulando os tipos de mercadorias que devem

ser comercializadas. Portanto, os produtos industrializados são fortes concorrentes dos produtos vendidos nas feiras, de origem artesanal, do pequeno produtor, sem muitos recursos financeiros e sem grandes maquinários para produzir em grandes quantidades para competir com as indústrias e o mercado mundial.

As atividades econômicas e comerciais realizadas nas feiras possuem características peculiares, com contrastes culturais locais e nacionais, que criam mecanismos de defesa contra influências externas e internacionais do mercado mundial. As feiras são fenômenos sociais e culturais que preservam os costumes regionais, as comidas típicas, os produtos artesanais, a identidade de seus habitantes e da cidade onde são realizadas.

Para Harvey (2014, p. 272), a “busca de uma identidade coletiva ou pessoal, a procura de comportamentos seguros num mundo cambiante”, destaca-se como reação contrária à modernização e padronização dos lugares pelos centros de monopólio político, cultural e econômico do mundo. Neste contexto, a conduta dos feirantes é a de tentar preservar ao máximo possível as tradições das regiões e das suas técnicas de trabalho, cujas práticas são mantidas como forma de luta contra a padronização dos produtos ofertados no mercado, além de ser uma luta de sobrevivência das feiras.

Corrêa (1989, p.8) escreve que “[...] o espaço urbano é um reflexo tanto de ações que se realizam no presente como também daquelas que se realizaram no passado e que deixaram suas marcas impressas nas formas espaciais do presente”. Já para Castells (2000, p. 182) “o espaço urbano é estruturado [...] e os processos sociais que se ligam a ele exprimem, ao especificá-los, os determinismos de cada tipo e de cada período da organização social”. Portanto, mesmo com a atuação incisiva do Estado nas feiras do Distrito Federal, a população e os feirantes também são os formadores além de usuários dos espaços públicos das cidades. O espaço urbano não existiria sem a sua função primordial que é o de realizar as relações sociais e o processo de construção contínua da sociedade.

Ademais, a partir da pesquisa, percebe-se que outros conflitos existem na Feira de Artesanato da Torre de TV. Pode-se citar o dos feirantes com os camelôs, sendo este último um comércio informal, sem nenhum vínculo com o Estado. Muitos feirantes se queixaram afirmando ser injusto eles terem que seguir todas as normas e regulamentos do Estado para usarem e ocuparem a feira, enquanto os camelôs somente vendem seus produtos sem nenhuma fiscalização do Governo. Entretanto, a atividade comercial realizada pelos camelôs é uma iniciativa popular, feita por uma parcela da população que não consegue se inserir no mercado de trabalho e encontram no comércio informal uma alternativa para obter uma renda.

De acordo com Carlos (2007, p. 11) atualmente o espaço urbano “revela continuidade e descontinuidade que se combinam como consequência das transformações na relação espaço / tempo urbanos [...]”. Esta característica contemporânea pode ser entendida como reflexo das transformações da maneira de visualizar o espaço e passar a compreendê-lo como um processo dinâmico, multifuncional e que abrange todas as dimensões da sociedade tanto no viés econômico quanto social e cultural (CARLOS, 2007).

A partir da pesquisa, nota-se também que além dos conflitos entre Estado, feirante e Associação, há também o conflito entre os próprios feirantes. As pessoas são muito diferentes entre si, possuem origens e valores diferentes, com isso acabam entrando em conflito por não pensarem de forma igual. Muitos feirantes participam da Associação dos Artesões, mas não concordam com a administração que esta realiza. Outros não fazem parte da Associação por acreditarem que não terão benefícios.

De acordo com Azambuja (2012), o espaço público é um lugar onde se tem a participação direta dos atores sociais que ocasionam a criação das normas e instituições na sociedade. Portanto, trata-se de um espaço onde se estabelecem princípios e condições nas quais uma norma pode ser razoavelmente legitimada pelo grupo de indivíduos que o frequentam. Exemplo disso é a criação da Associação dos Artesões que fiscalizam e reúnem os feirantes em prol de manutenção da realização da feira.

Neste contexto, não caberia somente ao Estado criar normas e regulamentos para o uso e ocupação dos espaços públicos como a feira. Ao invés disso, deveria haver a colaboração de toda a sociedade (moradores, turistas, feirantes, associação, governo, visitantes) que usufruem e participam da produção do espaço geográfico e urbano das cidades. Tal iniciativa poderia ocorrer através participação no dia a dia para solução de problemas e conflitos, audiências e consultas públicas, juntamente com fiscalização diária feita pela comunidade nos processos de ordenamento, regulação e manutenção dos espaços públicos.

Gomes (2013, p. 21) afirma ainda que “os espaços públicos são [...], concomitantemente, os lugares onde se celebra a vida urbana, a linguagem pela qual se identifica um tipo de urbanidade particular e a tela na qual nós nos assistimos, reproduzindo ou reinventando seus conteúdos”. Nesse sentido, as feiras podem ser vistas como espaços públicos nos quais as pessoas interagem, criam vínculo mantendo sentimentos de pertencimento pelo lugar e de identidade com as pessoas que têm a tradição e o costume.

A Feira de Artesanato da Torre de Televisão continua sendo um símbolo da cidade de Brasília. Apesar das alterações estruturais e legais implantadas pelo Governo do Distrito

Federal, com as modificações feitas no espaço físico, as regras de regulamentação e a permissão para feirantes nela atuarem, os feirantes ainda persistem produzindo as suas artes e divulgando suas tradições, valores e culturas. Desse modo, a luta dos feirantes é para que as feiras continuem existindo nos espaços públicos da cidade.

Neste contexto, as feiras do DF passaram a ter a característica de um mercado municipal, com horário mais longos e fixos, realizados em um edifício permanente e durante toda a semana. Assim, houve uma ruptura do que era algo tradicional e tornaram-se apenas locais mais de comércio, que ofertam mercadorias mais baratas que as lojas, os supermercados e os shoppings.

Em relação à mudança de característica da feira para um local permanente, dando-lhe um sentido de mercado, ainda permite que elementos da cultura permaneçam, como a tradição, os costumes, a forma de comercialização com os clientes e os tipos de produtos vendidos. Neste sentido, Alves e Filho afirmam

Grande parte dos mercados permanece enquanto espaços capazes de conciliar tributos tidos como tradicionais e da modernidade. Eles mantêm sua importância enquanto forma comercial, e, por conseguinte a capacidade de polarização na estrutura da cidade, ao aglomerar diferentes tipos de produtos com bons preços e qualidade e, também pela nostalgia a eles relacionada. Atualmente, atraem um significativo número de turistas. Os mercados, em sua maioria instalada nos centros históricos, fazem parte do patrimônio histórico da cidade, de modo que assumem uma dupla função a artística e a comercial (2011, p. 223).

A Feira de Artesanato da Torre de TV é um exemplo de que, mesmo com a mudança de local e de infraestrutura, mantém-se a característica de símbolo de Brasília, patrimônio cultural material e imaterial. Além de ser um lugar de lazer para os moradores do DF e Entorno, também é um atrativo turístico. Portanto, as intervenções do Estado deram novas características para a feira, no entanto, permaneceram suas características principais de comercialização de artesanatos.

As intervenções no espaço urbano pelo GDF, grande detentor do poder e das áreas públicas, interferem e influenciam a forma de uso e os interesses dos atores sociais presentes no DF. O Estado regulamenta, cria normas e fiscaliza o comércio formal nas feiras, as atividades realizadas e o modo de uso e ocupação do espaço público. No entanto, também cabe ao Estado manter as tradições populares da cidade, mesmo sendo responsável pelo desenvolvimento econômico e social visando ao atendimento dos habitantes.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir do estudo levantado foi possível observar que o uso e a ocupação das feiras é um fenômeno social, econômico, cultural produzido pelas relações entre os atores sociais, que criam e dão sentido para o espaço geográfico. Nas feiras ocorrem os encontros e desencontros, constrói-se a identidade coletiva e acontecem a vivência popular e os conflitos.

A atuação dos atores sociais é que permite a produção do espaço urbano, conferindo-lhe formatos e funções para diferentes usos. O espaço urbano é constituído nas cidades que seguem prioridades e interesses dos grupos sociais, do Estado e do mercado econômico. Portanto, propicia o sentido universal e público que valida a existência das cidades. O GDF exerce seu poder no território por meio do espaço geográfico constituído e recriado continuamente pela sociedade. O Estado dá a forma, a estrutura e as áreas públicas, gerencia-os, controla-os e os regulamenta. Dessa forma dá um sentido e uma função ao espaço público, tais como convívio público, atrativo turístico, circulação populacional. Já a população produz o espaço público ao usá-lo e ocupá-lo, dando-lhe características assim como uma identidade.

Neste contexto, as feiras possuem identidades que as diferenciam, como as feiras do Guará, dos Importados, do Núcleo Bandeirante, da Ceilândia, da Torre de TV. Dessa maneira, permite-se a criação de vínculos afetivos e de pertencimento com o espaço vivenciado pelos diferentes atores sociais. Os feirantes encontram na feira o seu espaço de trabalho e sustento; os visitantes encontram o seu lugar de lazer e pertencimento em relação a sua cidade; os turistas encontram um local simbólico que representa e identifica a cidade; o Estado encontra na feira um espaço público para obter imposto e taxas de uso e ocupação do solo. Tais interesses também podem acarretar conflitos entre os atores sociais nestes espaços.

Os conflitos existentes nas feiras ocorrem entre os atores sociais, os quais veem e usam a feira de forma diferente. Importante frisar que os conflitos também fazem parte do processo de produção do espaço geográfico. Está presente nas relações sociais e permite a experiência e vivência do lugar, ou seja, das feiras.

As feiras são diferentes de espaços como os shoppings, as lojas de marca, os supermercados exatamente por terem uma característica mais popular, humanizada, representada nas relações de troca e venda entre os feirantes e os visitantes, demonstrando que, mesmo com o processo de expansão da modernização dos espaços urbanos e públicos, ainda existem lugares que persistem com suas tradições e culturas.

Torna-se importante destacar que mesmo as feiras sendo local cultural e popular, de encontros e desencontros, de convivência social, são os atores sociais que lhes dão funções e

finalidades diferentes. Os feirantes, os visitantes, os turistas e o Estado atuam diferentemente no espaço, todas essas funções em certos momentos criam atritos e conflitos de interesse, podendo uma interferir do desenvolvimento da outra.

Na Feira de Artesanato da Torre de TV observaram-se alguns conflitos, como, por exemplo, dos feirantes entre si, por quatro motivos. Primeiro, porque há uma discórdia entre os feirantes que participam e os que não aderiram à Associação dos Artesões. Segundo, entre os feirantes que vendem artesanato e os outros comerciantes que vendem mercadorias industrializadas, revendidas e encontradas em qualquer comércio do DF. Terceiro, existe atrito entre os artesões e os feirantes que vendem produtos como de alimento, móveis, pois eles não se identificam entre si por serem de ramos diferentes no comércio. Quarto, alguns feirantes trabalham toda a semana na feira e divergem com os que não o fazem. Portanto, nota-se vários conflitos entre os feirantes, causando muitas vezes a separação e a desunião entre eles.

As atribuições dirigidas pelos diferentes atores sociais que utilizam e dão sentido e vida à feira geram também conflitos e tensões entre os feirantes e o Estado, que tem a função de fiscalizar e controlar o espaço público. Também se pode dizer que existe conflito entre os habitantes e os turistas, em consequência da padronização das mercadorias para o mercado do turismo, que causam o aumento do preço dos produtos, a diferenciação no atendimento e as mudanças dos serviços direcionados para essa clientela, esquecendo-se dos moradores, que veem a feira como um patrimônio cultural, um espaço de identidade e lazer local da comunidade.

Em relação às transferências das feiras para espaços com infraestruturas fixas, padronizadas e normatizadas acabam diferenciando o sentido popular e humanizado que elas possuem, dando um ar mais modernizado e universal para todas. Portanto, tira, em parte, suas características específicas e cria um novo conflito entre a identidade do lugar, que é a feira, e a sua adequação aos padrões do mercado mundial e globalizado. Outra consequência pode ser o afastamento de antigos clientes e visitantes por não se identificarem mais com o espaço, acharem que as feiras transferidas para locais cobertos e fixos são iguais aos mercados, ou também em decorrência do aumento dos preços dos produtos vendidos.

Dessa forma, nota-se que as mudanças físicas do espaço das feiras geram mudanças nas relações entre os atores sociais. Com isso, possibilita o surgimento de novos conflitos. Neste contexto, sendo o Estado o maior interventor na cidade e nos espaços públicos, acaba também sendo o principal detentor de poder de ação e ao mesmo tempo cria conflitos. Assim, na Feira de Artesanato da Torre de TV, modificada pelo Estado, mudou-se a identificação dos feirantes

com o ambiente, o sentido de pertencimento por parte dos feirantes, dos visitantes e da paisagem que passa a ser padronizada, universal, encontrada em todos os cantos do mundo globalizado.

No entanto, existem lugares que, mesmo modernizados, ainda preservam características e estruturas urbanísticas próprias, como é o caso da Feira da Torre de Televisão, um local único, que representa o encontro de culturas de populações constituídas de vários Estados e regiões do Brasil. A feira é um espaço público dinâmico, repleto de diversidade, cujo surgimento por meio da iniciativa de artesãos da Capital permitiu a criação de um espaço popular para o uso comum dos habitantes, assim como dos turistas que buscam lugares simbólicos que representam e fazem parte da identidade de Brasília.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALVES, Lidiane Aparecida; FILHO, Vitor Ribeiro. **Os Mercados Públicos e a Cidade: as Transformações do Mercado Municipal de Uberlândia (MG)**. Caminhos de Geografia, Uberlândia, v.12, n.39, set/2011, P. 209 – 225. Disponível em: <WWW.seer.ufu.br/index.php/caminhosdegeografia/article/niewFile/16515/9219 >. Acesso em: 24 de abr. de 2017.
- AMARAL, Luciana. Com locais históricos, Ceilândia oferece turismo alternativo no DF. In: **Portal G1. Globo**, 2015. Disponível em: <<http://g1.globo.com/distrito-federal/noticia/2015/03/com-locais-historicos-ceilandia-oferece-turismo-alternativo-no-df.html>>. Acesso em: 13 set. 2016.
- ARAÚJO, Giovanna. Aspectos sociais do cotidiano das feiras livres: um estudo etnográfico em território português e em solo brasileiro. **Maringá Management: Revista de Ciências Empresariais**, v. 9, n. 2, p. 49-64, jul./dez. 2012. Disponível em: <<http://www.maringamanagement.com.br/novo/index.php/ojs/article/view/131/98>>. Acesso em: 20 jun. 2016.
- AZAMBUJA, Eduardo Bicudo de Castro. **A torre de Lúcio Costa em Brasília**. 2012. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo) – Universidade de Brasília, Programa de Pesquisa e Pós-Graduação, Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Brasília, 2012.
- BAGGIO, Ulysses da Cunha. Incursões para uma espacialidade liberatória: apropriação, representação e autonomia. In: COSTA, Everaldo Batista da; OLIVEIRA, Rafael da Silva. **As cidades entre o “real” e o imaginário estudos no Brasil**. São Paulo: Expressão Popular, 2011.
- BATISTA, Geraldo Nogueira. Brasília, pessoas ou carros? In: RIBAS, Otto (Org.). **Visões de Brasília: patrimônio, preservação e desenvolvimento**. Brasília: Instituto de Arquitetos do Brasil, 2005.
- BARRETO, Margarita. Espaço público: usos e abusos. In: YÁZIGI, Eduardo; CARLOS, Ana Fani Alessandri; CRUZ, Rita de Cássia Ariza da (Org.). **Turismo: espaço, paisagem e cultura**. São Paulo: Hucitec, 1996.
- BAUMAN, Zygmund. **Vida líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2009.
- BOECHAT, Patrícia Teresa Vaz; SANTOS, Jaqueline Lima. Feira livre: dinâmicas espaciais e relações identitárias. In: VIII Encontro Baiano de Geografia e X Semana de Geografia da UESB, Vitória da Conquista, 2011. **Anais...** Vitória da Conquista, 2011.
- BRAGA, Rhalf Magalhães. O espaço geográfico: um esforço de definição. São Paulo: Geosp, **Espaço e Tempo**, n.122, p. 65-72, 2007. Disponível em: <http://www.geografia.fflch.usp.br/publicacoes/Geosp/Geosp22/Artigo_Rhalf.pdf>. Acesso em: 8 out. 2016.
- BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Texto constitucional promulgado em 5 de outubro de 1988, com as alterações adotadas pelas Emendas Constitucionais n.º 1/1992

a 68/2011, pelo Decreto Legislativo n.º 186/2008 e pelas Emendas Constitucionais de Revisão n.º 1 a 6/1994. 35. ed. Brasília: Câmara dos Deputados, Edições Câmara, 2012.

BRASIL. Lei n.º 10.257, de 10 de julho de 2001. Regulamenta os arts. 182 e 183 da Constituição Federal que estabelece diretrizes gerais da política urbana e dá outras providências. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 2001. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/LEIS_2001/L10257.htm>. Acesso em: 20 jun. 2016.

BRUGGER, Aline. **A feira da Avenida em Juiz de Fora – MG: um lugar do encontro sob a luz da informalidade**. I SIMPÓSIO MINEIRO DE GEOGRAFIA DAS DIVERSIDADES À ARTICULAÇÃO GEOGRÁFICA. Universidade Federal de Alfenas – MG, 26 a 30 de maio de 2014.

BUSSO, Mariana. Las férias comerciales: también um espacio de trabajo y socialización. Aportes para su estudio. **Núcleo Básico de Revistas Científicas Argentinas del Conicet**, Verano, Santiago del Estero, Argentina, n. 16, v. XV, 2011.

CALADO, Lenita Maria Rodrigues. **Campo grande e sua feira livre central: conhecendo a cidade através da feira**. 2010. 133 f. Dissertação (Mestrado em História) – Universidade Federal da Grande Dourados, Faculdade de Ciências Humanas, Dourados, 2010.

CÂMARA LEGISLATIVA DO DISTRITO FEDERAL – CLDF. Lei n.º 4.748, de 2 de fevereiro de 2012. Dispõe sobre a regularização, a organização e o funcionamento das feiras livres e permanentes no Distrito Federal. Brasília, 2012. Disponível em: <<http://www.conteudojuridico.com.br/?artigos&ver=712.41552&seo=1>>. Acesso em: 9 mai. 2016.

CÂMARA LEGISLATIVA DO DISTRITO FEDERAL – CLDF. Lei Orgânica do Distrito Federal promulgada em 8 de junho de 1993, atualizado até a Emenda à Lei Orgânica n.º 60, 20 de dezembro de 2011. Disponível em: <<http://www2.senado.leg.br/bdsf/handle/id/70442>>. Acesso em: 12 de nov. 2016.

CAMPOS, Neio. A segregação planejada. In: PAVIANI, Aldo (Org.). **A conquista da cidade**. 2. ed. Brasília: UnB, 1998.

CARLOS, Ana Fani Alessandri. **Espaço-tempo na metrópole: a fragmentação da vida cotidiana**. São Paulo: Contexto, 2001.

_____. **O espaço urbano: novos escritos sobre a cidade**. São Paulo: FFLCH, 2007.

CARVALHO, Leandro. Índios do Brasil. In: **Portal Brasil Escola**, 2016. Disponível em: <<http://brasilecola.uol.com.br/historiab/indios-brasil1.htm>>. Acesso em: 26 set. 2016.

CASSILHA, Gilda Amaral; CASSILHA, Simone Amaral. **Planejamento urbano e meio ambiente**. Curitiba: Iesde Brasil S. A., 2009.

CASTELLS, Manuel. **A questão urbana**. São Paulo: Editora Paz e Terra, 2000.

CASTILLO, Ricardo; FREDERICO, Samuel. Espaço geográfico, produção e movimento: uma reflexão sobre o conceito de circuito espacial produtivo. **Sociedade & Natureza**, Uberlândia,

v. 22, n. 3, p. 461-474, dez. 2010. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/sn/v22n3/04.pdf>>. Acesso em: 10 out. 2016.

CLAVAL, Paul. “A volta do cultural” na geografia. **Mercator – Revista de Geografia da UFC**, Fortaleza, ano 1, n. 1, p. 19-28, 2002. Disponível em: <http://geografias.net.br/pdf/01_A_volta_do_cultural_na_Geografia.pdf>. Acesso em: 20 jun. 2016.

CLEPS, Geisa Daise Gumiero. **Comércio Informal e a produção do espaço urbano em Uberlândia – MG**. Revista Sociedade & Natureza, Uberlândia, 2009.

CORRÊA, Roberto Lobato. **O espaço urbano**. São Paulo: Editora Ática S. A., 1989.

_____. **Trajelórias geográficas**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1997.

_____. Diferenciação sócio-espacial, escala e práticas espaciais. **Cidades**, v. 4, n. 6, p. 62-72, 2007. Disponível em: <<http://revista.fct.unesp.br/index.php/revistacidades/article/viewFile/570/601>>. Acesso em: 20 jun. 2016.

COSTA, Lúcio. **Relatório do Plano Piloto de Brasília**. Brasília, 1991. Disponível em: <<http://doc.brazilia.jor.br/plano-piloto-Brasilia/relatorio-Lucio-Costa.shtml>>. Acesso em: 20 jun. 2016.

_____. Brasília revisitada 1956/1987. Documento que trata da preservação, complementação, adensamento e expansão urbana de Brasília. 31 jan.1986. **Revista Projeto**, jun. 1987. p. 115-122.

DUPAS, Gilberto. **Tensões contemporâneas entre o público e o privado**. São Paulo: Paz e Terra, 2003.

DISTRITO FEDERAL. Decreto n.º 32.847, de 8 de abril de 2011. Dispõe sobre a transferência para suas novas instalações e o processo de regularização dos expositores da Feira de Artesanato da Torre de Televisão de Brasília e dá outras providências. **Diário Oficial [do] Distrito Federal**, Brasília, DF. 11 abr. 2011. Disponível em: <<https://www.legisweb.com.br/legislacao/?id=125727>>. Acesso em: 20 jun. 2016.

DISTRITO FEDERAL. CODEPLAN / DF. **Pesquisa distrital por amostra de domicílios PDAD – 2015**. Ceilândia, 2015a. Disponível em: <http://www.codeplan.df.gov.br/images/CODEPLAN/PDF/pesquisa_socioeconomica/pdad/2015/Apresentacao_PDAD_Ceilandia_2015.pdf>. Acesso em: 17 set. 2016.

DISTRITO FEDERAL. CODEPLAN / DF. **Pesquisa distrital por amostra de domicílios PDAD – 2015**. Guará, 2015b. Disponível em: <http://www.codeplan.df.gov.br/images/CODEPLAN/PDF/pesquisa_socioeconomica/pdad/2015/Apresentacao_PDAD_Guara.pdf>. Acesso em: 18 set. 2016.

DISTRITO FEDERAL. CODEPLAN / DF. **Pesquisa distrital por amostra de domicílios PDAD – 2015**. Núcleo Bandeirante, 2015c. Disponível em: <http://www.codeplan.df.gov.br/images/CODEPLAN/PDF/pesquisa_socioeconomica/pdad/2016/Apresentacao_PDAD_NB.pdf>. Acesso em: 20 set. 2016.

DISTRITO FEDERAL. CODEPLAN / DF. **Pesquisa distrital por amostra de domicílios PDAD – 2015**. Planaltina, 2015d. Disponível em: <http://www.codeplan.df.gov.br/images/CODEPLAN/PDF/pesquisa_socioeconomica/pdad/2015/Apresentacao_PDAD_Planaltina.pdf>. Acesso em: 20 set. 2016.

ERIG, Geruza Aline; MELO, Stella Maria Carvalho de. **Feira livre como um atrativo cultural**: o caso da feira do bosque em Palmas – TO. IX FÓRUM INTERNACIONAL DE TURISMO DO IGUASSU. Foz do Iguaçu, Paraná, Brasil, 17 a 19 de junho de 2015.

FAUSTO, Boris. **História do Brasil**. 2. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo: Fundação do Desenvolvimento da Educação, 1995.

FELIN, Ricardo Vargas; MIORIN, Vera Maria Favila. *Ações para o Fortalecimento das atividades da Feira livre em Santa Maria – RS*. Relatório de Extensão ‘Características da organização da feira livre em Santa Maria –RS: busca de ações para o fortalecimento da atividade’, FIEEX/UFSM, dez, 2006.

FERNANDES, Luiz Jr. Caminho por uma feira livre em Harare – Zimbabwe. In: **Portal Boaviagem, 2014**. Disponível em: <<http://www.boaviagem.org/posts/zimbabwe-euroafrica/passeio-feiralivre-harare.html>>. Acesso em: 20 set. 2016.

FERRARA, Lucrécia D’Aléssio. O turismo dos deslocamentos virtuais. In: YÁZIGI, Eduardo; CARLOS, Ana Fani Alessandri; CRUZ, Rita de Cássia Ariza da (Org.). **Turismo: espaço, paisagem e cultura**. São Paulo: Hucitec, 1996.

FERREIRA, Jair César Maturano. **Praça Roosevelt**: possibilidades e limites de uso do espaço público. 2009. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade de São Paulo, Departamento de Geografia, Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, São Paulo.

FONSECA, João José Saraiva. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002.

FORGUS, Ronald Henry. **Percepção**: o processo básico do desenvolvimento cognitivo. Tradução de Nilce Pinheiro Mejias. São Paulo: EPU, 1981.

FRANCO JUNIOR, Hilário. **O feudalismo**. São Paulo: Brasiliense, 1983.

FREITAS, Tânia Maria de; FERREIRA, Cleison Leite. A produção do espaço urbano: formação de território e governança urbana, o caso da quadra 50 da cidade Gama – DF. **Anais... I Circuito de Debates Acadêmicos, Code, 2011**.

GOLLEDGE, Reginald George; STIMSON, Robert Joseph. **Spatial behavior**: a geographic perspective. Editora Guilford Press, 1997.

GOMES, Paulo Cesar da Costa. **O lugar do olhar**: elementos para uma geografia da visibilidade. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2013.

GOUVÊA, Luiz Alberto. A capital do controle e da segregação social. In: PAVIANI, Aldo (Org.). **A conquista da cidade**. 2. ed. Brasília: UnB, 1998.

GUEDES, Éllida Neiva. **Espaço público contemporâneo**: pluralidade de vozes e interesses. São Luís: Universidade Federal do Maranhão, 2010. Disponível em:

<<http://www.bocc.ubi.pt/pag/guedes-ellida-espaco-publico-contemporaneo.pdf>>. Acesso em: 2mai. 2016.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna**: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural. Tradução Adail Ubirajara Sobral; Maria Stela Gonçalves. 25. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2014.

HUBERMAN, Leo. **História da riqueza do homem**. Trad. de Waltensir Dutra. 15. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.

LE GOFF, Jacques. **A civilização do ocidente medieval**. Trad. de José Rivair de Macedo. Bauru, SP: Edusc, 2005.

LEFEBVRE, Henri. **A revolução urbana**. Tradução Sérgio Martins. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1999.

_____. **O direito à cidade**. Trad. de Rubens Eduardo Frias. São Paulo: Centauro, 2001.

LIMA, Bruno Luiz Philip de; COSTA, Ademir Araújo da. **O espaço urbano**: perspectiva teórico-metodológica da análise espacial. Natal – RN: Seminário Nacional Governança Urbana e Desenvolvimento Metropolitano, 2010. Disponível em: <http://www.cchla.ufrn.br/seminariogovernanca/cdrom/ST5_Bruno_Ademir.pdf>. Acesso em: 20 out. 2016.

LISBOA, Jocenal do. Civilização inca. In: **Portal Povos da Antiga América**, 2013. Disponível em: <<http://povosdaantigaamerica.blogspot.com.br/2013/02/civilizacao-inca.html>>. Acesso em: 26 de sete. 2016.

MAIKON, Luiz Conceição; LEMONJE, Suellen de Souza. Redescobrimo o continente africano. In: **Portal Estudando o Continente Africano**, 2011. Disponível em: <<http://estudandoocontinenteafricano.blogspot.com.br/2011/06/reinos-africanos-sociedades-e-comercio.html>>. Acesso em: 20 set. 2016.

MELO, Silas Nogueira de *et al.* Espaço geográfico, turismo e crescimento econômico: o caso de Olímpia – SP. **Geo UERJ**, ano 11, v. 2, n. 19, p. 179-199, 2009. Disponível em: <<file:///C:/Users/Cliente/Downloads/1409-5448-1-PB.pdf>>. Acesso em: 15 out. 2016.

MENEZES, Marilda Aparecida de. Migrações e mobilidade: repensando teorias, tipologias e conceitos. In: TEIXEIRA, Paulo Eduardo *et al.* (Org.). **Migrações**: implicações passadas, presentes e futuras. Marília: Oficina Universitária; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2012.

MOREIRA, Ruy. **Pensar e ser em geografia**: ensaios de história, epistemologia e ontologia do espaço geográfico. São Paulo: Contexto, 2008.

NARCISO, Carla Alexandra Filipe. Espaço público: ação política e práticas de apropriação. Conceitos e procedências. **Estudos e Pesquisas em Psicologia**, Rio de Janeiro, v. 9, n. 2, p. 265-291, 2009. Disponível em: <<http://www.revispsi.uerj.br/v9n2/artigos/pdf/v9n2a02.pdf>>. Acesso em: 2 mai. 2016.

NEMER, Sylvia Regina Bastos. **Feira de São Cristóvão: contando histórias, tecendo memórias**. 2012. Tese (Doutorado em História) – Programa de Pós-Graduação em História da Cultura, PUC/Rio, Rio de Janeiro, 2012.

OLIVEIRA, Juliane Nascimento. **O planejamento da infraestrutura urbana para o desenvolvimento do turismo, baseado nos conceitos descritos no Estatuto da cidade e na boa forma da cidade**. Paraná. V FÓRUM INTERNACIONAL DE TURISMO DO IGUASSU, 2011. Disponível em: <<http://festivaldeturismodascataratas.com/wp-content/uploads/2014/01/3.-O-PLANEJAMENTO-DA-INFRA-ESTRUTURA-URBANA-PARA-O-DESENVOLVIMENTO-DO-TURISMO.pdf>>. Acesso em: 6 out. 2016.

OLIVEIRA, Maria A. J. de *et al.* Caracterização dos (as) erveiros (as) e das plantas sagradas vendidas nas feiras livres de Salvador. **Revista Candombá**, v. 10, n. 1, 2014.

PAIVA, Ricardo Alexandre; VARGAS, Heliana Comin. **Os agentes produtores e consumidores do ‘espaço turístico’**. III COLÓQUIO INTERNACIONAL SOBRE COMÉRCIO E CIDADE UMA RELAÇÃO DE ORIGEM, 2010. Disponível em: <http://www.labcom.fau.usp.br/wp-content/uploads/2015/05/3_cincci/045-ricardo-paiva.pdf>. Acesso em: 20 out. 2016.

PAVIANI, Aldo. **Brasília: a metrópole em crise: ensaios sobre urbanização**. Brasília: UnB, 1989.

_____. Brasília no contexto local e regional: urbanização e crise. **Revista Território**, Rio de Janeiro, ano VII. n. 11, p. 12-13, set./out. 2003. Disponível em: <http://www.revistaterritorio.com.br/pdf/11_12_13_5_brasilia.pdf>. Acesso em: 26 set. 2016.

PELUSO, Marília Luiza. A questão fundiária no Distrito Federal: desafios para a sustentabilidade urbana. In: SILVA, Raquel Coutinho Marques da. (Org.). **Desafios urbanos para a sustentabilidade ambiental nas cidades brasileiras**, Rio de Janeiro: Proureb/UFRJ, 2012.

PINSKY, Jaime. **As primeiras civilizações**. 21. ed. São Paulo: Contexto, 2003.

PORTAL BRASIL. **Torre de TV é reaberta em Brasília (DF)**. 2014. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/turismo/2014/06/torre-de-tv-e-reaberta-em-brasilia-df>>. Acesso em: 1º jun. 2016.

PORTAL BRASIL EVENTOS RIO. **Feira de São Cristóvão** – Centro de Tradições Nordestinas. 2013. Disponível em: <<http://brasileventosrio.com.br/produto/feria-de-sao-cristovao-centro-de-tradicoes-nordestinas/>>. Acesso em: 25 set. 2016.

PORTAL BUENOS AIRES TURISMO. **Feira e artesanato de recoleta**. 2016. Disponível em: <<http://www.buenosairesurismo.com.br/feiras/feirinha-recoleta.php>>. Acesso em: 25 set. 2016.

PORTAL DO DIÁRIO ONLINE DO PARÁ. **Ver-o-peso: muito mais que um local de trabalho**. 2015. Disponível em: <<http://www.diarioonline.com.br/noticias/para/noticia-324812-.html>>. Acesso em: 25 set. 2016.

PORTAL EXPORT NEWS. Portal do Exportador Brasileiro. **Centro de feiras de colônia está completando 90 anos.** 2014. Disponível em: <<http://www.exportnews.com.br/2014/02/centro-de-feiras-de-colonia-esta-completando-90-anos/>>. Acesso em: 22/11/2016.

PORTAL FEIRA DOS IMPORTADOS. **Histórico:** Feira dos Importados de Brasília – DF. 2014. Disponível em: <<http://www.feiradosimportados.net.br/historico>>. Acesso em: 30 set. 2016.

PORTAL IDÍLICA. **Feiras livres na Europa.** 2015. Disponível em: <<http://idilica.com.br/2015/07/07/feiras-livres-na-europa/>>. Acesso em: 20 set. 2016.

PORTAL IPHAN/PA. O mercado e a cidade de Belém: um pouco da história do Ver-o-Peso. In: **Portal UFPA, 2010.** Disponível em: <<http://www.ufpa.br/cma/verosite/historico.html>>. Acesso em; 25 set. 2016.

PORTAL IPHAN/PE. **Feira de Caruaru.** Pernambuco, 2014. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/61>>. Acesso em: 25 set. 2016.

PORTAL MOCHILAOTRIPS. **Feirinhas de artesanato em Chichicastenango.** 2013. Disponível em: <<http://mochilaotrips.com/feirinha-de-artesanato-em-chichicastenango/>>. Acesso em: 25 set. 2016.

PORTAL OFICIAL DA FEIRA DA TORRE DE TV. **Feira de artesanato da Torre de TV.** 2012. Disponível em: <<http://www.feiradatorredf.com.br/>>. Acesso em: 20 set. 2016.

RÉGIS, Camila. Maior feira de design contemporâneo do oriente médio, design days Dubai reúne estúdios consolidados e jovens talentos do design árabe e internacional. In: **Portal Bamboonet, 2015.** Disponível em: <<http://www.bamboonet.com.br/posts/maior-feira-de-design-contemporaneo-do-oriente-medio-design-days-dubai-reune-estudios-consolidados-e-jovens-talentos-do-design-arabe-e-internacional>>. Acesso em: 20 set. 2016.

REINA, Myrian Tatiana Guerrero. **Gran reportaje de la feria libre de la Ofelia como muestra de apropiación del espacio urbano.** Tesis previa a la obtención del título de licenciada en comunicación social. Quito, Ecuador, Universidad Central del Ecuador, 2012.

SANTOS, Alzinete Ferreira; MAIA, Talita Alves. **A feira livre, um olhar para a cidade de Teixeira de Freitas 1960 a 2009.** 2010. Trabalho de Conclusão de Curso. Campus X da Universidade do Estado da Bahia – Uneb, Colegiado de História do Departamento de Educação, 2010.

SANTOS, Cilícia Dias dos. A formação e produção do espaço urbano: discussões preliminares acerca da importância das cidades médias para o crescimento da rede urbana brasileira. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional, G&DR,** Taubaté, SP, v. 5, n. 1, p. 177-190, jan./abr, 2009.

SANTOS, Julyana Gomes dos. Perspectivas do trabalho na atualidade e relevância da feira livre na cidade – o caso da feira de gêneros alimentícios de casa amarela – Recife – PE. **Revista Movimentos Sociais e Dinâmicas Espaciais,** Recife, v. 3, n. 2, 2014.

SANTOS, José Erimar dos. Feiras livres: (re) apropriação do território na / da cidade, neste período técnico – científico – informacional. **Geografia Ensino & Pesquisa,** v. 17, n. 2,

maio/ago. 2013. Disponível em:

<<https://periodicos.ufsm.br/geografia/article/viewFile/10771/pdf>>. Acesso em: 15 ago. 2016.

SANTOS, Milton. **A cidade nos países subdesenvolvidos**. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira S. A., 1965.

_____. **Espaço e sociedade: ensaios**. Petrópolis: Vozes, 1979.

_____. **Por uma geografia nova: da crítica da geografia a uma geografia crítica**. 3 ed. São Paulo: Editora Hucitec, 1986.

_____. **Espaço e método**. 4 ed. São Paulo: Nobel, 1997.

_____. **O espaço dividido: os dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos**. Trad. de Myrna T. Rego Viana. São Paulo: USP, 2004.

_____. **O espaço do cidadão**. 7 ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2007.

_____. **Técnica, espaço, tempo: globalização e meio técnico-científico-informacional**. 5 ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008.

_____. **Técnica e tempo, razão e emoção**. 4. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2009.

SATO, Leny. Processo cotidianos de organização do trabalho na feira livre. Universidade de São Paulo. **Psicologia & Sociedade**, v. 19, edição especial, n. 1, p. 95-102, 2007.

SERPA, Ângelo. **O espaço público na cidade contemporânea**. São Paulo: Contexto, 2011.

SEVERO, Denise de Sousa. **Planejamento Urbano no Distrito Federal: o caso de Ceilândia**. Brasília: Monografia apresentada ao curso de Geografia da Universidade de Brasília, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Geografia, 2014. Disponível em: <http://bdm.unb.br/bitstream/10483/9826/1/2014_DenisedeSousaSevero.pdf>. Acesso em: 29 out. 2016.

SILVA, Daciane *et al.* Caracterização e análise da feira livre de Cruz das Almas – BA sob a ótica do planejamento e gestão municipal. Instituto de Geografia – UFU, Programa de Pós-graduação em Geografia, **Revista Online Caminhos de Geografia**, 2014. Disponível em: <<http://www.seer.ufu.br/index.php/caminhosdegeografia/>>. Acesso em: 24 ago. 2016.

SILVA, Diego Vernille da. Mercados Municipais de São Paulo: Equipamentos essenciais ou excentricidade urbana? XVI ENANPUR. Espaço, Planejamento e Insurgências. Belo Horizonte, 2015. Disponível em: < http://xviananpur.com.br/anais/?wpfb_dl=634 >. Acesso em: 24 de abr. de 2017.

SOBARZO, Oscar. A produção do espaço público: da dominação à apropriação. São Paulo: Geosp, **Espaço e Tempo**, n. 19, p. 93-111, 2006. Disponível em: <http://www.geografia.ffe.usp.br/publicacoes/Geosp/Geosp19/Artigo_Sobarzo.pdf>. Acesso em: 25 out. 2016.

SOJA, Edward William. **Geografias pós-modernas: a reafirmação do espaço na teoria social**. Tradução Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.

SOUSTELLE, Jacques. **A civilização asteca**. Rio de Janeiro: Zahar Editora, 1987.

SOUZA, Carolina Rezende de. As feiras livres como lugares de produção cotidiana de saberes do trabalho e educação popular nas cidades: alguns horizontes teóricos e analíticos no campo trabalho–educação. **Trabalho Necessário**, ano 13, n. 22, 2015.

SOUZA, Helia Camilo Alves de; SANTOS, Jacilene Barbosa dos; RAMOS, Silvana Pirillo. Rio São Francisco e feira livre de Penedo – AL: limites e possibilidades enquanto atrativos turísticos culturais. **Revista de Desenvolvimento Econômico – RDE**, Salvador –BA, ano XVII, edição especial, dez. 2015.

SOUZA, Jessé. **Os batalhadores brasileiros: nova classe média ou nova classe trabalhadora?** 2. ed. rev. e ampl. Belo Horizonte: UFMG, 2010. 404 p.

STEINBERGER, Marília. Formação do aglomerado urbano de Brasília no contexto nacional e regional. In: PAVIANI, Aldo. **Brasília – Gestão urbana: conflitos e cidadania**. Brasília: UnB, 1999.

TARTUCE, Terezinha de Jesus Afonso. **Métodos de pesquisa**. Fortaleza: Unice – Ensino Superior, 2006.

TOLEDO, Geraldo Luciano; VALDÉS, Jesus Álvarez; POLLERO, Álvaro Castroman. Empresas turísticas en ambiente globalizado: marketing y competitividad – estudio de casos de *clusters* turísticos. **REAd**, v. 9, n. 3, p. 1-25, maio/jun. 2003. Disponível em: <<http://seer.ufg.br/index.php/read/article/view/42679/27064>>. Acesso em: 20 jun. 2016.

TUAN, Yi-Fu. **Espaço e lugar: a perspectiva da experiência**. São Paulo: Difel, 1983.

_____. **Topofilia: um estudo da percepção, atitudes e valores do meio ambiente**. Tradução Lívia de Oliveira. São Paulo / Rio de Janeiro: Editora Difusão – Difel, 1980.

VALVERDE, Rodrigo Ramos Hospodar Felipe. Transformações da feira de São Cristóvão: recriando o lugar do migrante. **Revista Mercator**, Fortaleza, v. 10, n.21, p. 81-90, jan./abr. 2011. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/269681621_TRANSFORMACOES_DA_FEIRA_D_E_SAO_CRISTOVAO_recriando_o_lugar_do_migrante>. Acesso em: 20 set. 2016.

WEATHERFORD, Jack McIver. **A história do dinheiro: do arenito ao cyberspace**. Trad. de June Camargo. São Paulo: Negócio, 1999.

WEBER, Max. **Textos selecionados: Max Weber**. Sel. de Maurício Tragtenberg. Trad. de Maurício Tragtenberg *et al.* 2. ed. São Paulo: Abril Cultural, 1980.

YOKOTA, Paulo. As feiras livres em todo o mundo. In: **Portal asia comentada**, 2011. Disponível em: <<http://www.asiacomentada.com.br/2011/06/as-feiras-livres-em-todo-o-mundo/>>. Acesso em: 20 set. 2016.

APÊNDICE A – Pré-questionário de pesquisa: feirante



Universidade de Brasília - UnB
Departamento de Geografia
Programa de Pós – Graduação em Geografia

Pré-Questionário para Pesquisa

Prezado (a), solicito a sua contribuição no preenchimento deste pré-questionário que visa compreender as relações de trabalho da feira de artesanato da Torre de Televisão (mestrando de geografia, Luana Sousa Damasceno, da Universidade de Brasília – UnB). Toda a informação coletada neste questionário será utilizada mantendo em sigilo a identidade dos participantes, com a única função de estudos acadêmicos.

DADOS DO FEIRANTE

1. Sexo

Feminino Masculino Outro

2. Idade

- 15 a 20 anos
 20 a 25 anos
 25 a 30 anos
 30 a 40 anos
 40 a 50 anos
 50 a 60 anos
 60 a 70 anos
 Mais de 70 anos

3. Qual é o seu estado civil?

- Casado(a)
 Divorciado(a)
 Solteiro(a)
 Desquitado(a) ou Separado(a) judicialmente
 Viúvo(a)

4. Você tem filho (s)?

Sim Não

5. Se sim, quantos filhos você têm?

- 1 filho
 2 filhos
 3 filhos
 4 filhos
 Mais de 4 filhos

6. Você tem dependente?

- Sim Não

7. A sua cor ou raça é:

- Branca
 Amarela
 Negra
 Indígena

8. Qual é a percepção da pesquisadora em relação à classificação do entrevistado (a)?

- Branca
 Preta
 Amarela
 Indígena

9. Qual a sua etnia ou o povo a que pertence?

10. Nasceu em Brasília?

- Sim Não

11. Cidade em que Reside?

ESCOLARIDADE

12. Qual o seu grau de escolaridade?

- Analfabeto
- Alfabetização incompleta
- Alfabetização completa
- Ensino Fundamental incompleto
- Ensino Fundamental completo
- Ensino Médio incompleto
- Ensino Médio completo
- Ensino Superior incompleto
- Ensino Superior completo

TRABALHO NA FEIRA DA TORRE DE TELEVISÃO

12. Há quanto tempo você trabalha na feira de Torre de Televisão?

- 2 a 6 meses
- 6 meses a 1 ano
- 1 a 3 anos
- 3 a 6 anos
- 6 a 9 anos
- 10 a 15 anos
- 15 a 20 anos
- 20 a 25 anos
- 25 a 30 anos

14. No trabalho da feira você é:

- Empregado(a) com Carteira de Trabalho assinada
- Empregado(a) sem Carteira de Trabalho assinada
- Empregador(a)
- Não remunerado(a)

15. Você executa a mesma atividade desde quando começou a trabalhar na feira?

- Sim
- Não

16. Se não, qual (ais) foi (ram) a (s) outra (s)?

17. Que tipo de trabalho você exerce na feira?

- Trabalho familiar
- Sem nenhum vínculo familiar

18. Quantas pessoas trabalham com você?

- 1 a 3 pessoas
- 3 a 6 pessoas
- 6 a 9 pessoas
- 9 a 15 pessoas
- Mais de 15 pessoas

19. Quantas horas de trabalho você executa na feira por semana?

- 5 a 10 horas
- 10 a 15 horas
- 15 a 20 horas
- 20 a 25 horas
- 25 a 30 horas
- 30 a 35 horas
- 35 a 40 horas
- Mais de 40 horas

20. Qual o seu rendimento mensal enquanto feirante?

- 1 salário mínimo (R\$ 880,00)
- 2 salários mínimos (R\$ 1.760,00)
- 3 salários mínimos (R\$ 2.640,00)
- 4 salários mínimos (R\$ 3.520,00)
- 5 salários mínimos (R\$ 4.400,00)
- 6 salários mínimos (R\$ 5.280,00)
- 7 salários mínimos (R\$ 6.160,00)
- Mais de 7 salários mínimos

21. As taxa (s) de ocupação e uso da feira são iguais para todos?

Sim Não

22. Se não, o preço da taxa varia de acordo com:

Tamanho do Box (m²)

Produto comercial

Tempo de feirante

Localização do Box

EM RELAÇÃO À FEIRA

23. Por que você escolheu trabalhar na feira da Torre de Televisão?

24. Você se sente pertencente à feira?

Sim Não

25. A feira representa para você:

Trabalho

Trabalho e lazer

Família

Sobrevivência

Trabalho e família

26. De acordo com você, o que falta melhorar na feira da Torre de Televisão?

Arborização

Acessibilidade

Administração eficiente do Governo

Infraestrutura

Limpeza

Organização entre os feirantes

Segurança

27. De acordo com você, quem deve administrar a feira?

- Associação de Artesãos da feira
- Administração Pública
- Estado
- Todos aqueles que comercializam na feira
- Visitantes e fregueses

APÊNDICE B – Pré-questionário de pesquisa: visitante



Universidade de Brasília - UnB
Departamento de Geografia
Programa de Pós – Graduação em Geografia

Pré-Questionário para Pesquisa

Prezado (a), solicito a sua contribuição no preenchimento deste pré-questionário que visa compreender as relações de trabalho da feira de artesanato da Torre de Televisão (mestrando de geografia, Luana Sousa Damasceno, da Universidade de Brasília – UnB). Toda a informação coletada neste questionário será utilizada mantendo em sigilo a identidade dos participantes, com a única função de estudos acadêmicos.

DADOS DO VISITANTE

1. Sexo

Feminino Masculino Outro

2. Idade

- 15 a 20 anos
- 20 a 25 anos
- 25 a 30 anos
- 30 a 40 anos
- 40 a 50 anos
- 50 a 60 anos
- 60 a 70 anos
- Mais de 70 anos

3. Qual é o seu estado civil?

- Casado(a)
- Divorciado(a)
- Solteiro(a)
- Desquitado(a) ou Separado(a) judicialmente
- Viúvo(a)

4. Você tem filho (s)?

Sim Não

5. Se sim, quantos filhos você têm?

- 1 filho
- 2 filhos
- 3 filhos
- 4 filhos
- Mais de 4 filhos

6. Você tem dependente?

Sim Não

7. A sua cor ou raça é:

- Branca
- Preta
- Amarela
- Negra
- Indígena

8. Qual é a percepção da pesquisadora em relação à classificação do entrevistado (a)?

- Branca
- Preta
- Amarela
- Negra
- Indígena

9. Qual a sua etnia ou o povo a que pertence?

10. Nasceu em Brasília?

Sim Não

11. Cidade em que Reside?

ESCOLARIDADE

12. Qual o seu grau de escolaridade?

- Analfabeto
- Alfabetização incompleta
- Alfabetização completa
- Ensino Fundamental incompleto
- Ensino Fundamental completo
- Ensino Médio incompleto
- Ensino Médio completo
- Ensino Superior incompleto
- Ensino Superior completo

TRABALHO

13. Qual a sua ocupação profissional?

- Autônomo
- Empresário
- Estudante
- Funcionário Público
- Iniciativa privada
- Não trabalha

14. Quantas horas de trabalho você executa na feira por semana?

- 5 a 10 horas
- 10 a 15 horas
- 15 a 20 horas
- 20 a 25 horas

- 25 a 30 horas
- 30 a 35 horas
- 35 a 40 horas
- Mais de 40 horas

15. Qual o seu rendimento mensal enquanto feirante?

- Nenhum
- 1 salário mínimo (R\$ 880,00)
- 2 salários mínimos (R\$ 1.760,00)
- 3 salários mínimos (R\$ 2.640,00)
- 4 salários mínimos (R\$ 3.520,00)
- 5 salários mínimos (R\$ 4.400,00)
- 6 salários mínimos (R\$ 5.280,00)
- 7 salários mínimos (R\$ 6.160,00)
- Mais de 7 salários mínimos

EM RELAÇÃO À FEIRA

16. Você escolheu visitar a feira da Torre de Televisão por ser:

- Um lugar para fazer compras
- Um lugar para visitar e conhecer Brasília
- Um lugar para passear com a família e amigos
- Um lugar para comer pratos típicos das diferentes regiões do país
- Um lugar de encontro e diversidade

17. Você acha que a feira faz parte da identidade de Brasília?

- Sim Não

18. Quantas vezes você já visitou a feira?

- É a primeira vez
- Mais de 5 vezes
- Mais de 10 vezes
- Mais de 20 vezes
- A vida inteira

19. Você vai à feira para:

- Comprar artesanatos
- Comprar móveis
- Comprar bijuterias
- Comprar utensílios domésticos
- Comprar roupas
- Comprar objetos de decoração
- Comprar brinquedos
- Comer

20. De acordo com você, o que falta melhorar na feira da Torre de Televisão?

- Infraestrutura
- Segurança
- Acessibilidade
- Realização de festivais e eventos culturais
- Limpeza
- Arborização

21. De acordo com você, quem deve administrar a feira?

- Associação de Artesãos da feira
- Administração Pública
- Estado
- Todos aqueles que comercializam na feira
- Visitantes e fregueses

APÊNDICE C1 – Questionário de pesquisa: feirantes



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
CURSO DE PÓS – GRADUAÇÃO DE GEOGRAFIA

FEIRA DE ARTESANATO DA TORRE DE TELEVISÃO

Prezado (a) feirante, este questionário será usado com o intuito de obtenção de dados para a realização da dissertação de mestrado no Departamento de Geografia da Universidade de Brasília pela mestrandia Luana Sousa Damasceno.

- 1) Você sabe como a Feira da Torre de Televisão começou, surgiu?
- 2) Há quanto tempo trabalha na Feira da Torre de Televisão?
- 3) Por que você escolheu trabalhar na feira?
- 4) Você trabalha em outro lugar além da feira?
- 5) O que você vende?
- 6) Você produz o que você vende ou você compra para revender? Se você compra, onde?
- 7) Qual a sua renda mensal trabalhando na feira?
- 8) Na feira tem a Associação dos Feirantes?
- 9) O que a Associação dos feirantes faz?
- 10) A Associação dos feirantes é boa e ajuda os feirantes?
- 11) Todo mundo participa e faz parte da Associação dos Feirantes?
- 12) O que o governo faz na e pela feira?

- 13) Qual é a função do governo na feira?
- 14) A localização da feira na cidade é boa?
- 15) A organização da feira é boa?
- 16) Existem problemas na feira?
- 17) Como é a relação com os fregueses (clientes)?
- 18) Como você vê a feira? O que ela representa para você?
- 19) Mudou alguma coisa com a transferência de lugar da antiga feira para nova?
- 20) A nova feira está melhor que a antiga? Por quê?
- 21) O que precisa mudar na feira?
- 22) A feira da Torre de Televisão é importante para Brasília?
- 23) Qual é a função da feira?
- 24) Onde você mora? Há quanto tempo você mora lá?
- 25) Onde você nasceu?

APÊNDICE C2 – Questionário de pesquisa: visitantes



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
CURSO DE PÓS – GRADUAÇÃO DE GEOGRAFIA

FEIRA DE ARTESANATO DA TORRE DE TELEVISÃO

Prezado frequentador (a), este questionário será usado com o intuito de obtenção de informação para a realização da dissertação de mestrado no Departamento de Geografia da Universidade de Brasília pela mestrandia Luana Sousa Damasceno.

- 1) Há quanto tempo frequenta a Feira da Torre de Televisão?
- 2) Quantas vezes por mês você vai à feira da Torre de Televisão?
- 3) Por que você vai à Feira da Torre de Televisão?
- 4) O que você faz na feira?
- 5) Você frequenta outra feira além da Feira da Torre de Televisão?
- 6) A localização da feira na cidade é boa?
- 7) A organização da feira é boa?
- 8) O acesso para chegar à feira é bom?
- 9) Existem problemas na feira?
- 10) Como é a relação com os feirantes?
- 11) Como você vê a feira? O que ela representa para você?
- 12) Teve alguma mudança na feira?

- 13) O que precisa mudar na Feira da Torre de Televisão?
- 14) A Feira da Torre de Televisão é importante para Brasília? Por quê?
- 15) Qual é a função da feira da Torre de Televisão?
- 16) Qual é a sua profissão ou ocupação?
- 17) Qual a sua renda mensal?
- 18) Onde você mora? Há quanto tempo você mora lá?
- 19) Onde você nasceu?

APÊNDICE C3 – Questionário de pesquisa: associação dos artesãos



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
CURSO DE PÓS – GRADUAÇÃO DE GEOGRAFIA

FEIRA DE ARTESANATO DA TORRE DE TELEVISÃO

Prezado (a), este questionário será usado com o intuito de obtenção de dados para a realização da dissertação de mestrado no Departamento de Geografia da Universidade de Brasília pela mestranda Luana Sousa Damasceno.

- 1) Quando a Associação dos Feirantes foi fundada?
- 2) Quantos feirantes participam da Associação dos Feirantes?
- 3) Quais são as funções da Associação dos Feirantes?
- 4) Quem é o presidente da Associação dos Feirantes?
- 5) Como é a relação da Associação dos Feirantes com os feirantes da Feira da Torre de Televisão?
- 6) Como é a relação da Associação dos Feirantes com o governo?
- 7) A Feira da Torre de Televisão é importante para Brasília? Por quê?
- 8) Quais são os problemas existentes na Feira da Torre de Televisão?
- 9) O que precisa mudar na Feira?
- 10) O que os feirantes podem fazer para melhorar a qualidade da Feira da Torre de Televisão?
- 11) O que o governo pode fazer para melhorar a qualidade da Feira da Torre de Televisão?

APÊNDICE C4 – Questionário de pesquisa: administração pública



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
CURSO DE PÓS – GRADUAÇÃO DE GEOGRAFIA

FEIRA DE ARTESANATO DA TORRE DE TELEVISÃO

Prezado (a), este questionário será usado com o intuito de obtenção de dados para a realização da dissertação de mestrado no Departamento de Geografia da Universidade de Brasília pela mestranda Luana Sousa Damasceno.

- 1) Qual o órgão público responsável pela feira da Torre de Televisão?
- 2) Quais são as funções do Estado em relação à Feira da Torre de Televisão?
- 3) Como é a relação do governo com os feirantes da Feira da Torre de Televisão?
- 4) Como é a relação da Associação dos Feirantes com o governo?
- 5) A Feira da Torre de Televisão é importante para Brasília? Por quê?
- 6) Quais são os problemas existentes na Feira da Torre de Televisão?
- 7) O que precisa mudar na Feira?
- 8) O que o governo pode fazer para melhorar a qualidade da Feira da Torre de Televisão?
- 9) O que os feirantes podem fazer para melhorar a qualidade de Feira da Torre de Televisão?
- 10) O que a Associação dos Feirantes pode fazer para melhorar a qualidade da Feira da Torre de Televisão?