



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CEARÁ
CENTRO DE ESTUDOS SOCIAIS APLICADOS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO
MESTRADO ACADÊMICO EM ADMINISTRAÇÃO

FELIPE GERHARD PAULA SOUSA

RESILIÊNCIA EM SISTEMAS DE VAREJO URBANO:
ANÁLISE DE UMA FEIRA LIVRE

FORTALEZA – CEARÁ

2015

FELIPE GERHARD PAULA SOUSA

RESILIÊNCIA EM SISTEMAS DE VAREJO URBANO:
ANÁLISE DE UMA FEIRA LIVRE

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado Acadêmico em Administração do Centro de Estudos Sociais Aplicados da Universidade Estadual do Ceará, como requisito parcial para obtenção do título de mestre em Administração.

Área de concentração: Pequenos e Médios Negócios.

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Verónica Peñaloza.

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Estadual do Ceará
Sistema de Bibliotecas

Sousa, Felipe Gerhard Paula.

Resiliência em sistemas de varejo urbano:
análise de uma feira livre [recurso eletrônico] /
Felipe Gerhard Paula Sousa. 2015.

1 CD-ROM: il.; 4 1/2 pol.

CD-ROM contendo o arquivo no formato PDF do
trabalho acadêmico com 88 folhas, acondicionado em
caixa de DVD Slim (19 x 14 cm x 7 mm).

Dissertação (mestrado acadêmico) 1/2
Universidade Estadual do Ceará, Centro de Estudos
Sociais Aplicados, Mestrado Acadêmico em
Administração, Fortaleza, 2015.

Área de concentração: Pequenos e Médios
Negócios.

Orientação: Prof.ª Ph.D. Verônica Lã-dia
Peñalosa Fuentes.

1. Feiras Livres. 2. Sistemas de varejo urbano.
3. Resiliência. 4. Teoria Geral dos Sistemas. 5.
Teoria das Representações Sociais. I. Título.

FELIPE GERHARD PAULA SOUSA

RESILIÊNCIA EM SISTEMAS DE VAREJO URBANO:
ANÁLISE DE UMA FEIRA LIVRE

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado Acadêmico em Administração do Centro de Estudos Sociais Aplicados da Universidade Estadual do Ceará, como requisito parcial para obtenção do título de mestre em Administração.

Área de concentração: Pequenos e Médios Negócios.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Verónica Peñaloza.

Aprovada em:

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Dr^a. Verónica Lída Peñalola Fuentes
Presidente

Prof^a. Dr^a. Fátima Regina Ney Matos

Prof. Dr. Daniel Rodriguez de Carvalho
Pinheiro

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer inicialmente ao nosso criador por nos ter trazido à vida, esta oportunidade insigne de aprendizado e evolução.

Um agradecimento diferenciado à universidade na qual tive a oportunidade de estudar por inesquecíveis sete anos, a querida Universidade Estadual do Ceará.

Agradeço também sobremaneira a todo o Mestrado Acadêmico em Administração da UECE, todo o seu corpo docente, discente e aos colaboradores que fazem as engrenagens do aprendizado girar, em especial a estimada Srta. Germana Fontenele e ao Sr. Fernando.

Um agradecimento especial à minha orientadora Professora Dra. Verónica Peñalosa por me trazer e guiar nesta senda acadêmica que, apesar de desafiadora, me é muito aprazível. Agradeço também por ter me ensinado e treinado, mesmo antes de fazer parte do mestrado, à enfrentar as dificuldades que me esperavam no porvir.

À Professora Dra. Fátima Regina, gostaria de transladar meu muitíssimo obrigado. Agradeço a paciência, solicitude, comentários, sugestões e críticas que a senhora gentilmente teceu ao longo do processo de produção da minha dissertação. Sem a sua colaboração professora, não teria sido capaz de concluí-la a contento.

Ao Professor Dr. Daniel Rodrigues que cordialmente atendeu ao meu pedido de última hora e teceu sugestões hegelianas importantíssimas à melhoria da dissertação.

Ao Professor Dr. Heber José, igualmente, por me guiar na construção da parte inicial do trabalho, conduzindo a dissertação por caminhos teóricos mais sólidos e seguros.

Ainda circunscrito pela esfera acadêmica, não poderia deixar de estender meu agradecimento a todos os egrégios mestrados da turma 10, por me ajudarem a segurar a barra nos momentos mais difíceis, além de terem me proporcionado momentos inesquecíveis, como a viagem a João Pessoa, o churrasco na casa de praia do Professor Dr. Samuel, o qual também deixo um agradecimento mais do que especial por nos ter sido mais do que um Professor, mas um verdadeiro pai, dentre outras oportunidades.

Agradeço, igualmente, aos Professores com os quais tive a oportunidade edificante de trabalhar e aprender, seja em projetos vinculados ao mestrado ou na produção de artigos: Professora Dra. Ana Augusta, Professora Dra. Ana Batista, Professor Dr. Márcio Mota, Professor Dr. Paulo César e Professor Dr. Roberto Pinto.

Deixo também um agradecimento mais do que especial aos colegas de mestrado e, acima de tudo, irmãos Luquitas Lopes, Alex Xande Brasil, Helder Belezinha Araújo, Sr. John Linhares,

ao Presidente João Paulo e, logicamente, ao grande Elnivanzim Sousa. Amizades que, creio eu, tenham sido a minha verdadeira conquista nesse mestrado. Gostaria de lembrar aos caríssimos colegas, ademais, que continuamos na torcida para que a nossa queridíssima Verônica Oliveira se recupere logo e possa retornar o quanto antes ao seio da sua família e do mestrado.

Agradeço, e de forma destacada, aos meus pais Sr. Raimundo Nonato e Sra. Maria do Livramento, que sempre me apoiaram, inclusive nessa difícil decisão de enveredar pela área acadêmica. A eles devo tudo, inclusive qualquer título acadêmico, conquista e, acima disso, todo amor e carinho. A eles dedico essa dissertação.

Também não poderia deixar de agradecer aos meus irmãos Caio Victor e Thiago Matheus e aos amigos Jadson Leão, Adriana Rodrigues, Natalia Liberato e Lucas Barros pelas dicas, sugestões de livros e ajuda essencial nas pesquisas em campo. Quantos domingos não acordamos cedo e indispostos para encarar mais um dia de pesquisa... E ao meu outro irmão, é claro, Marcos Vinícius, de oito anos, que um dia vai crescer já sabendo o quanto é dura essa vida de pesquisador.

E por fim, mas não menos importante, à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), pelo indispensável apoio financeiro.

RESUMO

O processo de resiliência das feiras livres, exemplos de sistemas de varejo urbano, as permitiu sobreviver ao desenvolvimento das civilizações desde o surgimento das primeiras vilas até às cidades atuais. Superando alterações ocorridas nas formas de produção, nos sistemas político-econômico das sociedades, na dinamização dos mercados e na ampliação e formalização do sistema mercantil, as feiras vêm acompanhando o processo de evolução das práticas de comércio, bem como das relações sociais. Destarte, esta pesquisa objetiva analisar o processo de resiliência desses mercados, orientando-se pela seguinte questão de pesquisa: como ocorre o processo de resiliência econômica em sistemas de varejo alternativos? Como propósitos secundários, pretende-se analisar as práticas diárias, normas e lógicas subjacentes que orientam a evolução da feira. Ademais, será examinado, através das lentes teóricas da Teoria Geral dos Sistemas e da Teoria das Representações Sociais, como suas vulnerabilidades e fortalezas secundam ou prejudicam o processo de resiliência desses mercados. Para tal, foram realizadas duas pesquisas de natureza qualitativa e de caráter exploratório na Feira da Parangaba, o mercado alternativo mais popular da cidade de Fortaleza-CE. Utilizou-se, em um primeiro momento, a técnica de observação participante e, por conseguinte, a técnica de redes semânticas naturais. Como principais resultados da pesquisa destaca-se que, embora os vendedores não se entendam como responsáveis pelo desenvolvimento da feira, o processo de resiliência é constituído por fatores que transcendem a visão mercadológica tradicional. As perspectivas social e cultural, as quais são compostas por valores intangíveis que destoam do racionalismo econômico clássico, também são responsáveis pela construção do ambiente e imagem das feiras livres. Dessa forma, pode-se concluir que o processo de resiliência das feiras livres ocorre devido ao fato de serem constituídas por um amálgama de valores, práticas e lógicas entrelaçadas que, além de serem capazes de erigir e orientar o seu cotidiano, as diferenciarem do pragmatismo econômico convencional.

Palavras-chave: Feiras livres. Sistemas de varejo urbano. Resiliência. Teoria Geral dos Sistemas. Teoria das Representações Sociais.

ABSTRACT

The resilience process of flea markets, examples of urban retail systems, permitted them to survive in spite the development of the civilizations since the appearance of the first villages until the current cities. Overcoming changes in production systems, economic-political conjunctures of the societies, the dynamic of markets and the enlargement and formalization of the mercantile system, flea markets followed the evolutionary process of trade practices as well as the social relationships. Therefore, this research aims to analyze the resilience process of those markets, guided by the following research question: how does the resilience process occur in alternative retail systems? As secondary purposes, we analyze the daily practices, rules and underlying logics responsible to guide the evolution of the fair. Moreover, we examine, through the theoretical lenses of the general system theory and the social representation theory, how its vulnerabilities and strengths support or undermine the resilience process of these environments. To this end, two exploratory and qualitative researches were conducted at Parangaba Fair, the most popular alternative market at the city of Fortaleza-CE. The techniques of participant observation, at the first time, and semantic networks, consequently, were used. As main results, we stand out that, despite the fact the vendors do not point themselves as responsible by the development of the fair, the resilience process is not restricted to purely financial factors; the resilience of flea markets is subordinate not only by a marketing vision, but also by social and cultural perspectives. Those perspectives, which are constituted by intangible values contrary to classical economic rationalism, are also related to the building of the environment and image of the fair. Thus, we can conclude that the resilience process of flea markets occurs due a multitude of interlaced values, practices and logics, capable to create and guide their quotidian, besides differentiate them from the conventional economic pragmatism.

Keywords: Flea Markets. Urban Retail Systems. Resilience. General System Theory. Social Representation Theory.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FOTOGRAFIA 1 –	51
FOTOGRAFIA 2 –	52
FOTOGRAFIA 3 –	55
FOTOGRAFIA 4 –	56
FOTOGRAFIA 5 –	59
FOTOGRAFIA 6 –	60
FOTOGRAFIA 7 –	61
FIGURA 1 – Rede semântica da feira livre - vendedores	68
FIGURA 2 – Rede semântica da feira livre - consumidores	76
GRÁFICO 1 – Processo de resiliência - retorno ao equilíbrio dinâmico inicial	31
GRÁFICO 2 – Processo de resiliência - equilíbrios dinâmicos inferiores ao inicial	32
GRÁFICO 3 – Processo de resiliência - equilíbrios dinâmicos superiores ao inicial	33
GRÁFICO 4 – Possibilidade de equilíbrio no processo de resiliência em sistemas	34
de varejo	
QUADRO 1 – Definições de resiliência	25
QUADRO 2 – Forças de resiliência de sistemas de varejo urbano	29

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – Conjuntos definidores, valores J e M e expressões principais - vendedores	63
TABELA 2 – Conjunto SAM e conjunto FMG - vendedores	67
TABELA 3 – Conjuntos definidores, valores J e M e expressões principais - consumidores	71
TABELA 4 – Conjunto SAM e conjunto FMG - consumidores	74

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	11
2	REFERENCIAL TEÓRICO	15
2.1	TEOORIA GERAL DOS SISTEMAS	15
2.1.1	Definição de Sistemas	16
2.1.2	Totalidade	17
2.1.3	Sistemas Abertos	19
2.1.4	Equilíbrio e Crescimento	20
2.2	RESILIÊNCIA	22
2.2.1	Origens do Conceito de Resiliência	22
2.2.2	Quadro Conceitual da Resiliência	24
2.2.3	Resiliência em Sistemas Econômicos e de Varejo	27
2.3	VAREJO	35
2.3.1	Fatores utilitários relacionados à escolha de um sistema de varejo como local de compra	35
2.3.2	Fatores emocionais pertinentes à escolha de um sistema de varejo como local de compra	36
2.4	FEIRAS LIVRES	38
3	DESENHO E MÉTODO DE PESQUISA	42
3.1	AMBIÊNCIA DA PESQUISA	42
3.2	COLETA DE DADOS, CORPUS DE PESQUISA, AMOSTRA E EXAME DOS DADOS	43
3.3	TÉCNICAS DE ANÁLISE DOS DADOS	44
3.3.1	Observação Participante	44
3.3.2	Redes Semânticas	45
4	ANÁLISE DOS RESULTADOS	49
4.1	AMBIENTE INTERNO E INTERCÂMBIO COM O AMBIENTE EXTERNO	49
4.2	PROPÓSITOS QUE ORIENTAM AS ATIVIDADES DO SISTEMA	55
4.3	PRESERVAÇÃO DA IDENTIDADE ESTRUTURAL E DESENVOLVIMENTO	57
4.4	REDES SEMÂNTICAS DO SISTEMA DE VAREJO URBANO	62
4.4.1	Redes semânticas naturais dos vendedores da feira	62
4.4.2	Redes semânticas naturais dos consumidores da feira	70
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	78
	REFERÊNCIAS	82

1 INTRODUÇÃO

Devido à interconexão em termos de sociedade, economia e tecnologia, nenhuma organização ou sistema pode sobreviver a adversidades e mudanças ou reter uma posição competitiva como uma entidade independente (MEDD; MARVIN, 2005; BHAMRA; DANIAB; BURNARDA, 2011; BURNARD; BHAMRA, 2011). Com o intuito de se manter vantagem competitiva, a mudança e a adaptação são exigidas dos sistemas atuais como um movimento obrigatório, em resposta às flutuações ambientais (BURNARD; BHAMRA, 2011). Destarte, tornar-se resiliente, em vista das adversidades que ocasionam ciclos deletérios de retrocesso, é um movimento recomendado a todos os agentes presentes no mercado; porquanto se caracteriza como mecanismo capaz de habilitar indivíduos, organizações ou sistemas a se adaptar a novos riscos advindos do ambiente externo (BURNARD; BHAMRA, 2011; OZUDURU; VAROL; ERSCOSKUN, 2012; PETRESCU; BHATLI, 2013).

Ao longo das últimas décadas, os trabalhos voltados ao aprofundamento nos estudos referentes à resiliência vêm ganhando notoriedade, tanto no meio acadêmico, dispersos nos mais variados campos teóricos, quanto na aplicação em políticas públicas (MEDD; MARVIN, 2005; SOUMAGNE et al., 2009; STUMPP, 2013). O conceito de resiliência, originalmente cunhado nas ciências naturais, vem sofrendo adaptações teóricas para abranger um escopo de pesquisa cada vez maior (HERRMAN et al., 2011). Embora tenha ganhado maiores proporções especialmente nas ciências médicas e comportamentais (SMITH et al., 2008), o conceito pôde transitar nas mais distintas ciências, auxiliando disciplinas e instituições a enfrentarem os problemas teóricos e práticos que lhes são próprios.

Apesar de se caracterizar como um conceito importante para a avaliação de diferentes sistemas, não há consenso quanto às definições existentes, uma vez que a literatura concernente ao tema ainda permanece incerta quanto ao acesso da resiliência em contextos distintos (HERRMAN et al., 2011; BUENO, 2012). Para a aferição do processo de resiliência, de forma análoga, não há consenso acadêmico quanto ao instrumento de pesquisa ideal. Mesmo na psicologia, uma das ciências que mais se aprofundaram nos estudos da temática, tem havido um longo debate sobre o rigor das escalas existentes, uma vez que tais instrumentos não atendem de fato a todas as propriedades psicométricas de validação de escala (AHERN et al., 2006; WINDLE; BENNETT; NOYES, 2011). Tal entrave se deve, principalmente, à complexidade em se conceituar o construto e à dificuldade em se

desenvolver uma definição operacional que possa ser aplicada a todos os casos (WINDLE; BENNETT; NOYES, 2011).

Do mesmo modo, no que concerne aos sistemas de varejo urbano, i.e., aglomerados de negócios interdependentes que compartilham o mesmo espaço físico, infraestrutura e imagem (MEDD; MARVIN, 2005; SOUMAGNE et al., 2009; KÄRRHOLM; NYLUND; FUENTE, 2010; ERKIP; KIZILGÜN; AKINCI, 2013), ainda não há consenso quanto à definição ideal de resiliência para análises empíricas (HERRMAN et al., 2011; BUENO, 2012). Contudo, um movimento judicioso a tais sistemas é o de autoanálise contínua, cuja função principal é a ciência das vulnerabilidades e fortalezas que permitem a sua sobrevivência (HOLLING, 2001; BHAMRAA; DANIAB; BURNARDA, 2011; FRANCIS; BEKERA, 2013). O exame dos principais pontos fracos e fortes de um sistema de varejo urbano, dessa forma, coadjuvaria na construção da ideia de resiliência.

As rápidas mudanças que vêm ocorrendo no contexto socioeconômico exigem reestruturações frequentes dos sistemas de varejo urbano tanto formais quanto informais, com pena de perda de participação de mercado ou até mesmo de extinção (BURNARD; BHAMRA, 2011). Há, contudo, maior vulnerabilidade vinculada aos mercados ditos informais por não usufruírem do mesmo poder financeiro e da mesma amplitude mercadológica exercida pelo setor formal (OZUDURU; VAROL; ERSCOSKUN, 2012).

Muito embora as pesquisas em setores formais tenham se intensificado ao longo dos últimos anos, a frequência dos estudos acadêmicos versados aos mercados informais não tem demonstrado o mesmo crescimento (RAJAGOPAL, 2010a; PETRESCU; BHATLI, 2013). Ademais, é possível asseverar que o arcabouço teórico construído pelos trabalhos voltados a tais mercados ainda é muito insípido (RAJAGOPAL, 2010a, 2010b; PETRESCU; BHATLI, 2013; OZUDURU; VAROL; ERSCOSKUN, 2012).

As feiras livres, exemplos de mercados ou sistemas de varejo urbano informais, são tão antigas quanto à sociedade. Segundo Pirenne (1997), registros do seu surgimento remontam aos primeiros agrupamentos humanos, tendo elas nascido ao redor de aldeias, vilas e cidades; razão pela qual adquiriu a rotulação de anacronismo funcional (PYLE, 1971; SHERRY, 1990a). Este é principal motivo pelo qual as feiras têm sido omitidas das pesquisas científicas em ciências sociais aplicadas, porquanto são consideradas uma curiosidade ou retrocesso, ao invés de um objeto sério de pesquisa. Os trabalhos acadêmicos têm explorado o significado sociocultural destes mercados desde uma perspectiva tempocêntrica e, portanto, tratam os mercados alternativos como um sistema de comercialização de segunda ordem

deixando implícita a afirmação de sua inferioridade (SHERRY, 1990b; SHERMAN; MCCROHAN; SMITH, 1985).

Apesar de atualmente representarem uma oportunidade ao mercado ilegal (e.g., produtos piratas e roubados), as feiras livres contribuem para o ciclo lateral de comercialização de produtos novos e reutilização de itens de segunda mão, razão pela qual também receberam a denominação de mercado alternativo (BELK; SHERRY; WALLENDORF, 1988; SHERRY, 1990b).

Mesmo na era de templos de consumo cada vez mais suntuosos, uma multidão permanece fervorosa e fiel às suas origens e ao hábito cultural de frequentá-las (PANDOLFO, 1987; RAJAGOPAL, 2010a; OZUDURU; VAROL; ERSCOSKUN, 2012); o que destaca a propriedade desses ambientes em resistir e se adaptar às adversidades e mudanças na conjuntura mercadológica que vêm ocorrendo ao longo do tempo. Sua resiliência é destacada ao se analisar a sua evolução histórica. As feiras resistiram a alterações ocorridas nos sistemas econômicos, do feudalismo para o mercantilismo e, atualmente, para o capitalismo, mudanças na dinamização dos mercados, ampliação do sistema de comércio, por meio da internet e da evolução nos transportes, dentre outros.

Do mesmo modo, também destaca-se a resiliência das feiras livres ao se avaliar a capacidade desses mercados em se adaptarem aos avanços do setor formal, que tem na imagem do *shopping center* o seu principal representante. Deste modo, os mercados alternativos encontraram soluções para evitar a bancarrota anunciada pela evolução dos grandes centros de consumo modernos (OZUDURU; VAROL; ERSCOSKUN, 2012).

Destarte, tendo em vista a carência de aportes conceituais mais profundos concernentes à resiliência em sistemas de varejo urbano alternativos (OZUDURU; VAROL; ERSCOSKUN, 2012; PETRESCU; BHATLI, 2013), esta pesquisa objetiva analisar o processo de resiliência desses mercados, representados aqui pela feira livre, orientando-se pela seguinte pergunta de pesquisa: como ocorre o processo de resiliência em sistemas de varejo alternativos? Como propósitos secundários, pretende-se, com supedâneo na Teoria Geral dos Sistemas, analisar as práticas diárias, normas e lógicas subjacentes que orientam a evolução da feira. Ademais, será examinado como suas vulnerabilidades e fortalezas secundam ou prejudicam o processo de resiliência desses mercados

Esta dissertação está dividida em quatro seções além desta introdução. Inicialmente, apresenta-se uma revisão dos principais aspectos teóricos referentes aos temas tratados. Dessa forma, serão levantadas as propriedades teóricas mais importantes referentes à resiliência em sistemas econômicos; logo após, abordar-se-á o contexto empírico em questão,

com uma breve contextualização sobre feiras livres. Serão abordadas, por conseguinte, as questões metodológicas, evidenciando as estratégias e técnicas de pesquisa que possibilitaram a consecução do estudo. Em seguida, serão analisados e evidenciados os resultados mais importantes da pesquisa. Por fim, tratar-se-ão das considerações finais do estudo, bem como das limitações e sugestões para trabalho futuros.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

No referencial teórico do trabalho, com o intuito de fornecer sustentação ao desenvolvimento da pesquisa, buscou-se sintetizar os principais elementos teóricos referentes às áreas de interesse pesquisadas. Dessa forma, apresenta-se uma breve revisão de estudos relacionados à Teoria Geral dos Sistemas, à resiliência, ao varejo e às feiras livres.

2.1 TEORIA GERAL DOS SISTEMAS

Desde o seu surgimento de suas bases conceituais, em meados da década de 1940 por Ludwig von Bertalanffy, a Teoria Geral dos Sistemas tem ganhado notoriedade e atravessado as fronteiras das ciências. Muito embora apresentem especificidades próprias de seus campos de estudo, ao longo das últimas décadas diferentes disciplinas têm sido auxiliadas pela teoria a enfrentar problemas que compartilham elementos teóricos comuns à perspectiva sistêmica (SKYTTNER, 1996; FARIA, 2004).

Valendo-se do arcabouço teórico erigido pela teoria, a abordagem dos sistemas tem sido largamente utilizada em ciências de perspectivas paradigmáticas distintas. A Teoria Geral dos Sistemas foi originalmente concebida com o intuito de transcender os limites das ciências naturais – utilizadas como suporte por Bertalanffy (2009) para o desenvolvimento da perspectiva, alcançando também o escopo das demais searas do conhecimento (THOMPSON, 1976).

Fundamentalmente, a abordagem representa um modo de pensar a respeito dos componentes constituintes dos denominados sistemas, figuras genéricas que se materializam em organismos ou fenômenos que variam desde espécimes unicelulares até mesmo à biosfera de todo o planeta (WOODWORTH, 1976; BERTALANFFY, 2009). A perspectiva unificadora na qual objetos de diferentes ciências podem ser analisados por elementos teóricos similares representa um olhar diferenciado à realidade (BERTALANFFY, 1976). Dessa forma, a Teoria Geral dos Sistemas representa mais do que a definição científica de teoria reserva ao termo, atingindo, com efeito, o patamar de uma perspectiva paradigmática ou uma metodologia (RAPOPORT, 1976).

Segundo Bertalanffy (1976; 2009), os paralelismos em concepções e leis gerais encontrados em objetos de estudos de diferentes campos da ciência são decorrentes do fato de todos se referirem a sistemas. De acordo com o autor, os sistemas compartilham determinados

princípios e propriedades que independem de suas naturezas e das características específicas de seus componentes (RAPOPORT, 1976).

O arquétipo estrutural dos sistemas é a preocupação central da teoria (BERTALANFFY, 2009). As relações apresentadas pelas partes do sistema entre si e com o ambiente que o circunda são o escopo da Teoria Geral dos Sistemas. Os resultados das interações do sistema, tanto interna quanto externamente, determinam o seu comportamento dinâmico de evolução, bem como o delinear da sua história e do seu próprio desenvolvimento (RAPOPORT, 1976).

2.1.1 Definição de Sistemas

Conforme aduz Bertalanffy (1976; 2009), um sistema é definido como um complexo conjunto de elementos em constante e ordenada interação. Tais elementos, acrescenta o autor, interagem tanto entre si quanto com o meio externo a fim de alcançar propósitos específicos. Skyttner (1996) aquiesce as acepções de Bertalanffy (1976; 2009) ao conceituar um sistema como um conjunto de unidades ou elementos interativos que formam um todo integrado destinado a desempenhar determinadas funções.

Quanto às disposições compartilhadas pelos sistemas, Ackoff (1981) define sistema como um conjunto de dois ou mais elementos que satisfazem três condições, quais sejam: (i) O comportamento de cada elemento tem um efeito sobre o comportamento do todo; (ii) O comportamento dos elementos e seus efeitos no todo são interdependentes; (iii) Embora subgrupos de elementos sejam formados, todos tem um efeito sobre o comportamento do todo, mas nenhum tem um efeito independente sobre ele. Tal característica apontada por Ackoff (1981) é denominada de independência condicionada por Bertalanffy (2009), uma vez que, segundo o autor, as partes constituintes do sistema possuem a liberdade de atuar livremente; sofrendo, contudo, efeitos das reações decorrentes de suas ações.

Nesse enfoque, partindo-se de uma perspectiva geral para uma dimensão específica, qualquer organismo se caracterizaria como um sistema, uma vez que apresenta uma ordem dinâmica de elementos e processos que subsistem em interação mútua (BERTALANFFY; 2009). É importante, entretanto, que se possua cautela ao se expandir a concepção indiscriminadamente. Deve-se acentuar a evidente diferença, assim como salienta Bertalanffy (2009), da unificação de um organismo individual e a frouxidão de uma associação vegetal, por exemplo. O mesmo raciocínio pode ser estendido à concepção de sistemas sociais e humanos.

Dessa forma, Skyttner (1996) enfatiza que um conjunto de elementos que desempenham funções similares e que não possuem uma interação ordenada, ou seja, uma divisão e coordenação funcional do trabalho, não formam um sistema, mas apenas um agregado de partes. Segundo o autor, uma assembleia randômica de elementos uniformes não são capazes de erigir um sistema que alcance um determinado objetivo, mas somente uma grande massa sem estrutura. Do mesmo modo, deve-se acentuar que um arranjo incapaz de preservar sua estrutura em meio às mudanças do ambiente não deve ser reconhecido como um sistema (SKYTTNER, 1996).

Com efeito, apropriando-se da perspectiva do sistema natural para a análise das estruturas sociais, destaca-se a similaridade sistêmica que apresentam as organizações com a denominada abordagem organísmica desenvolvida por Bertalanffy (2009). Assim como ocorre com os organismos, as organizações são definidas, nesta abordagem, como um complexo conjunto de partes interdependentes com funções e prerrogativas específicas em relação ao todo, que, por sua vez, faz parte de um ambiente ainda mais amplo (THOMPSON, 1976).

Ideias centrais para a análise dos sistemas, desse modo, seriam: propósito, pluralidade de elementos, interação recorrente e contínua, tanto interna quanto com o meio, identidade e preservação estrutural em relação às mudanças ambientais e ordem (ACKOFF, 1981; SKYTTNER, 1996; BERTALANFFY; 2009). Cumpre destacar que tais ideias compartilham elementos teóricos similares aos imperativos funcionais dos sistemas sociais e organizacionais propostos por Pearsons (1960), quais sejam: latência – reprodução e transmissão de valores e padrões culturais; integração – coerência e coordenação entre os seus indivíduos e grupos constituintes; gerar e atingir objetivos – estabelecimento de metas e a implementação de meios para atingi-las; adaptação – busca de recursos à sua sobrevivência.

2.1.2 Totalidade

A perspectiva sistêmica move-se para além do estudo dos componentes isoladamente, alcançando, acima de tudo, a totalidade estrutural (WOODWORTH, 1976). A abordagem parte da premissa de que o todo é maior do que a soma das partes, depositando, assim, maior importância na estrutura do que em suas unidades (RAPOPORT, 1976; BERTALANFFY, 2009).

O comportamento do todo não é deduzível da soma das partes isoladas, uma vez que ao se tomar um a um os elementos e subsistemas constituintes não são relevadas as

relações e interações entre eles (BERTALANFFY, 2009). Infere-se o comportamento das partes, ao contrário, das leis gerais que governam o comportamento do todo (RAPOPORT, 1976). Assim, a estrutura do sistema é, de certa forma, reificada, representando mais do que um simples conglomerado de peças independentes. A estrutura assume, portanto, importância central no estudo sistêmico (RAPOPORT, 1976; WOODWORTH, 1976; BERTALANFFY, 2009).

Com base nas características dos sistemas, destarte, três princípios fundamentais são deduzidos: 1) o todo é maior do que a soma das partes; 2) o todo define a natureza das partes; 3) as partes são dinamicamente inter-relacionadas e interdependentes (BERTALANFFY, 1976, 2009; RAPOPORT, 1976; WOODWORTH, 1976; SKYTTNER, 1996).

Desse modo, a teoria parte de uma estrutura dada, procurando compreender, inicialmente, suas leis gerais e seu padrão de comportamento para, a partir daí, examinar os seus subsistemas, elementos e relações (RAPOPORT, 1976; WOODWORTH, 1976; FARIA, 2004). O estudo sistêmico é, sobretudo, uma ação sintetizadora, ao invés de um ato analítico elementar (RAPOPORT, 1976; BERTALANFFY, 2009).

O exame dos sistemas assume, a princípio, uma perspectiva totalizante, de construção de sua estrutura sistêmica, estudo das normas e princípios que governam o comportamento de seus elementos, bem como o levantamento das suas relações internas e com o meio. O sistema comporta-se como um todo, no qual as variações de qualquer elemento dependem de todos os outros. Do mesmo modo, a variação de um elemento também altera a ordem do todo.

Por conseguinte, o estudo sistêmico adquire postura analítica, levando-se em consideração o funcionamento de seus subsistemas, o seu comportamento, as suas interações individuais e o exame de suas finalidades e papéis desempenhados; variáveis impactadas pelas leis gerais que governam o todo (WOODWORTH, 1976; RAPOPORT, 1976; FARIA, 2004).

Tal concepção, dessa forma, rompe as delimitações teóricas impostas pela posição mecanicista, revelando a inadequação dessa vertente de pensamento (RAPOPORT, 1976). “A abordagem dos sistemas sugeriria ir além do nível mecânico ou clássico para uma maneira bastante diferente de encarar os mesmos fenômenos, mas enxergando alguma coisa a mais” (WOODWORTH, 1976, p. 14). Esta habilidade para olhar e para organizar os fenômenos e objetos, diferentemente da abordagem mecanicista, é que caracteriza o chamado de pensamento de sistemas (WOODWORTH, 1976).

2.1.3 Sistemas Abertos

Ainda que não sofram influência recorrente de estímulos externos, os sistemas não são organismos passivos, mas, ao contrário, são intrinsecamente ativos (BERTALANFFY, 1976). Os estímulos, ou seja, alterações nas disposições externas que, de alguma forma, são sentidas pelo sistema, não originam novos processos; uma vez que, desse modo, o sistema se caracterizaria pela inércia. Tais estímulos apenas modificariam processos existentes em um sistema autônomo e ativo.

Nesse sentido, surgem particularidades presentes apenas em sistemas abertos. Segundo Bertalanffy (1976), os sistemas desfrutam de certa independência em relação à influência de fatores externos, dependendo, principalmente, da capacidade de seus processos e da robustez de sua estrutura para progredir. Dessa forma, os sistemas teriam a propriedade de alcançar estágios finais de desenvolvimento independente de seu estágio inicial, dependendo somente das condições do próprio sistema. A essa propriedade, comum aos sistemas abertos, Bertalanffy (1976) cunhou a expressão equifinalidade.

Embora seja imperativo destacar a sua autonomia, as propriedades dos sistemas os têm levado, sobretudo, à perspectiva de sistemas abertos (WOODWORTH, 1976). Os sistemas abertos se mantêm em constante importação e exportação de elementos com o ambiente que o circunda, bem como em contínua construção e destruição de componentes (BERTALANFFY, 2009).

A abordagem de sistemas abertos rompe, portanto, com os pressupostos da posição mecanicista ao mover-se além da concepção tradicional de sistema fechado (WOODWORTH, 1976). A dissonância entre as perspectivas ocorre, principalmente, devido à abordagem convencional dos sistemas fechados, em certa medida ainda presentes nas ciências naturais, não prever o intercâmbio de materiais entre o sistema e o ambiente (BERTALANFFY, 1976; 2009). Ademais, um sistema completamente mecanizado não seria capaz de se reconfigurar a fim de reagir às constantes mudanças no mundo exterior (BERTALANFFY, 1976).

A análise das propriedades dos sistemas abertos conduz a uma de suas características fundamentais, a inexistência de fronteiras rígidas entre a sua estrutura e o ambiente que o cerca (BERTALANFFY, 1976). Nessa perspectiva, os sistemas possuem delimitações dinâmicas, que se diferenciam pela flexibilidade com a qual os permitem manter

uma estreita relação com o meio externo (BERTALANFFY, 1976; 2009). Tais fronteiras transcendem a simples definição de perímetro espacial, atingindo patamares superiores de interação e contato com os elementos presentes fora do sistema (BERTALANFFY, 1976).

2.1.4 Estabilidade e crescimento

A estabilidade na perspectiva sistêmica é um tópico controverso entre os teóricos da Teoria Geral dos Sistemas, razão pela qual tem sido um dos pontos de inflexão mais discutidos dentro da teoria. Embora o tema ainda cause embates acalorados, a vertente sistêmica tem acenado a um consenso.

Destarte, a opinião na qual os sistemas abertos podem se aproximar de um estado independente de tempo, ou seja, o chamado estado estável, tem sido bem aceita. Em tal circunstância, por meio da ação do que se convencionou chamar de energia livre, ou seja, uma força capaz de alterar a tendência para a destruição, “o sistema permanece constante em sua composição, a despeito de contínuos processos irreversíveis, importação e exportação, construção e demolição, estarem em ação” (BERTALANFFY, 2009, p. 186).

Contudo, uma ressalva deve ser feita quanto à dessemelhança entre os conceitos de estabilidade homeostática e equilíbrio na visão dos sistemas. Os estados de estabilidade diferem do denominado estado de equilíbrio, uma vez que o sistema pode, sob determinadas condições, alcançar um estado constante e, no entanto, os processos continuarem a ocorrer ininterruptamente. Desse modo, é possível afirmar que os sistemas abertos podem encontrar estágios de estabilidade em determinados momentos, contudo, nunca a um estado de equilíbrio (BERTALANFFY, 1976).

Segundo Bertalanffy (2009), podem haver subsistemas em equilíbrios dentro de um sistema aberto, mas o sistema em si não pode ser considerado um sistema em equilíbrio. De acordo com o autor, o sistema não atinge um estado de descanso, mesmo ao enfrentar um estado de estabilidade; momento no qual seus elementos desempenham suas funções para a manutenção do todo. O autor também comenta as semelhanças compartilhadas entre o estado de equilíbrio e a morte do sistema; tais como: o fim das atividades desenvolvidas por suas partes, total independência do ambiente externo, inalterabilidade e continuidade no tempo.

É possível concluir, com base nas acepções evidenciadas, que o equilíbrio é um patamar inatingível aos sistemas abertos. Por outro lado, os estágios de estabilidade, também denominados de estágios estacionários, podem ocorrer regularmente nos sistemas (PARSONS, 1960). Tais estágios são comenos que concentram informações e demandas

comuns até o ponto de sua eclosão, evento capaz de dinamizar novamente o sistema. (BERTALANFFY, 2009).

De acordo com Rapoport (1976), a capacidade de manter o seu estado organizado em meio à constante turbulência do ambiente é a mais fundamental propriedade dos sistemas. Bertalanffy (2009) corrobora a visão do autor ao asseverar que a disposição suprema dos sistemas é atingir o estágio de estabilidade ao libertar-se das tensões e coações enfrentadas. Tal capacidade traduz-se na tendência dos sistemas em se manterem em estabilidade para o enfrentamento das adversidades externas. Os estímulos são, dessa forma, apreendidos pelos sistemas abertos levando-os, por conseguinte, à anamorfose, i.e. à reestruturação e à busca pelo reordenamento de suas partes. Para a consecução desse processo, ademais, a adaptação, a cooperação e a padronização formam o trinômio basilar à condição interna de manutenção do denominado de estado firme (KATZ; KAHN, 1978).

Deve-se, contudo, se destacar a ordem peculiar apresentada por alguns gêneros de sistemas abertos. Segundo Bertalanffy (2009), os organismos vivos, exemplos clássicos de sistemas, apresentam um arranjo interno que ultrapassa a compreensão da biologia atual, sendo explicado por correntes teóricas antagônicas, como o vitalismo e o existencialismo positivista. Assim, embora por vezes não seja possível compreender completamente a ordem estrutural de certos sistemas, a visão sistêmica contribui para o entendimento das normas gerais que regulam suas atividades.

Consequências decorrentes dos estados de estabilidade dos sistemas abertos incluem fenômenos como: crescimento, desenvolvimento, diferenciação, autorregulação, reprodução e atividade autônoma. Tais fatores compreendem tanto uma questão estática, por se relacionarem aos estados estacionários, como uma questão dinâmica, concernentes ao processo de evolução dos sistemas (BERTALANFFY, 2009).

A abordagem dinâmica dos sistemas abertos, segundo Woodworth (1976), permite que se manipule o problema do crescimento sistêmico ainda que se mantenha um nível estável. Estados estacionários são etapas importantes relacionadas ao desenvolvimento dos sistemas, pois é justamente nessas ocasiões em que o sistema se reorganiza para crescer (BERTALANFFY, 2009; PARSONS, 1960).

O crescimento, na perspectiva sistêmica, é a diferença positiva entre construção e destruição. Contudo, é importante que se ressalte que os sistemas abertos estão em contínua destruição e síntese, decorrente da incessante troca de material com o meio. Quando a construção supera a destruição há um crescimento do sistema, caso contrário, o sistema pode

decrecer, ao se averiguar maior destruição do que construção, ou permanecer estável, quando ambos os processos se equilibram (BERTALANFFY, 2009).

O crescimento do sistema é diretamente proporcional ao número de elementos presentes, assim como da diferenciação desses elementos (BERTALANFFY, 2009). O progresso do sistema é precedido por um estado de relativa homogeneidade das partes para patamares maiores de diferenciação, articulação e ordem (BERTALANFFY, 2009). Independentemente de suas características, se biológico, psicológico, social etc., os sistemas seguem regras diacrônicas de progresso que os levam a uma crescente diferenciação e organização de seus elementos e processos.

2.2 RESILIÊNCIA

A seguir, apresenta-se um breve compêndio de estudos relacionados à resiliência, com obras publicadas em diversos campos do conhecimento. Inicialmente, abordam-se as origens do conceito de resiliência, percorrendo a evolução do conceito ao longo dos anos sob a égide de diversas disciplinas. Logo após, será traçado um quadro conceitual da resiliência, levantando-se as definições apresentadas por vários ramos do conhecimento. Por conseguinte, será apresentada uma análise de seis dentre os principais instrumentos de medida da resiliência na Psicologia, evidenciando-se as suas qualificações e limitações ao se observar os protocolos de validação de escala. Por fim, serão abordados os principais aspectos teóricos da resiliência em sistemas econômicos e de varejo, ressaltando-se a importância do conceito, as similitudes bem como os contrastes na análise da resiliência em tais ambientes.

2.2.1 Origens do Conceito de Resiliência

A etimologia do conceito de resiliência a condiciona como um derivativo do latim *resilientia*, que por sua vez advém do verbo *resilire*¹, o qual possui o significado estrito de saltar para trás; *re* (prefixo que indica retrocesso) e *salire* (pular, saltar) (BRANDÃO; MAHFOUD; GIANORDOLI-NASCIMENTO, 2011). A palavra *resilientia*, dessa forma, apropriando-se do sentido oriundo do verbo, significaria voltar ao normal (SABBAG et al., 2010). Somente a partir do século XVIII, contudo, o conceito passou a ser utilizado com

¹ Definição do *Chambers Dictionary*.

maior ímpeto, devido, principalmente, aos avanços da ciência. *Resilienza*, denominação italiana, designava a capacidade de um material em resistir a choques sem romper-se².

As ciências naturais foram as responsáveis pela popularização do termo resiliência, uma vez que a sua definição inicial se associava, principalmente, a resistência de objetos (YUNES, 2003). Atribuindo a propriedade de resiliente a uma amplitude maior de materiais, como, por exemplo, a corpos elásticos, resiliência passou a significar a capacidade de um corpo físico retornar ao seu estado normal de equilíbrio após tensões ou estresses (YUNES, 2003; SABBAG et al., 2010). Tal definição passou a ser utilizada posteriormente também pela Engenharia (SABBAG et al., 2010).

Um dos primeiros cientistas a utilizar sistematicamente o termo resiliência foi Thomas Young, no século XIX (TIMOSHENKO, 1983; YUNES, 2003). Young realizou diversos experimentos para testar a resistência de barras ao serem submetidas a altas tensões. O cientista também foi um dos precursores no estudo dos estresses suportados por corpos físicos, oriundos de impactos planejados. Young chegou a elaborar métodos para o cálculo desses impactos e a resistência obtida pelos materiais estudados (TIMOSHENKO, 1983).

Cumprido salientar que, embora os conceitos de resiliência, vinculados ao estudo das propriedades de resistência de corpos físicos, possuam características semelhantes nas ciências naturais, tais definições destoam entre si. Entendida originalmente como uma propriedade de retornar ao estado normal inicial (YUNES, 2003; SABBAG et al., 2010), a resiliência também é entendida como a capacidade de um material absorver energia, oriunda de uma externalidade, sem sofrer deformações significativas (SILVA, 1972).

Das ciências naturais, o conceito de resiliência foi adaptado para diversas disciplinas, como a Psicologia, as Ciências Médicas e as Ciências Sociais Aplicadas (YUNES, 2003; SMITH et al., 2008). Na Psicologia, o termo ganha amplitude e passa a se referir à capacidade de indivíduos de se recuperar ou resistir a estresses ou situações adversas (YUNES, 2003). As adversidades, nas áreas de estudo comportamentais, são representadas pelas nuances ou riscos externos ao indivíduo. Dessa forma, em consonância com as definições apresentadas até então pelas Ciências Naturais, os indivíduos resistem, protegem-se e superam a influência de fatores externos. Contudo, é importante que se ressalte que a ideia de resiliência na disciplina passa a ser concebida de forma dinâmica, ou seja, o indivíduo não retroage a um estágio anterior de equilíbrio, mas avança para o alcance, através da experiência e da aprendizagem, de níveis superiores de harmonia (SMITH et al., 2008). Dessa

² Origem apontada pelo *Il Sabatini Coletti – Dizionario della Lingua Italiana*.

forma, ainda que as vicissitudes dos agentes presentes no ambiente externo se lhe apresentem como ameaça, há uma confluência entre indivíduo e ambiente para que se possa atingir patamares mais elevados de equilíbrio (LEE et al., 2013).

Nas Ciências Sociais Aplicadas, o termo resiliência passou a se reportar não somente a indivíduos, mas a grupos, organizações e sistemas econômicos. Contudo, independente do objeto de análise, a resiliência está associada à ideia de se suportar pressões, crises e adversidades (YUNES, 2003). Embora nos últimos anos as ciências econômicas tenham se apropriado grandemente do conceito para embasar análises de mercados, setores e sistemas econômicos (HERRMAN et al., 2011; STUMPP, 2013), foi especialmente nas ciências médicas e comportamentais que a resiliência ganhou maiores proporções (SMITH et al., 2008).

Nos últimos anos, a resiliência também passou a ser estudada no âmbito organizacional, como um fenômeno que fortalece a empresa em meio as tribulações do ambiente externo, tais como crises, mudanças na conjuntura econômica, no contexto legislativo, no cenário social etc. (HAMEL; VALIKANGAS, 2003; POWLEY, 2009). Um dos segmentos que mais concentram estudos sobre resiliência na área organizacional é o de recursos humanos, com pesquisas que analisam o impacto e a influência do conceito no ambiente de trabalho (HAMEL; VALIKANGAS, 2003).

Em consonância com as pesquisas internacionais, os estudos nacionais em resiliência também concentram-se na área de recursos humanos e, em geral, salientam a relevância do conceito para a experiência de socialização em organizações (CARVALHO et al., 2011; SCHERER; MINELLO, 2013). Os artigos ressaltam a importância do suporte psicológico dos colaboradores, facultado pela resiliência individual, para a defesa de ações negativas, bem como mudanças e eventos estressantes nas organizações (CANGUSSU; SACHUK, 2009; BACCHI; PINHEIRO, 2011).

Não obstante seja uma qualidade importante que faculta a indivíduos e sistemas proteção contra a adversidade, não há consenso quanto às definições operacionais existentes, uma vez que a literatura concernente ao tema ainda permanece incerta em relação ao acesso da resiliência em diferentes contextos históricos, sociais e culturais (HERRMAN et al., 2011; BUENO, 2012; LEE et al., 2013).

2.2.2 Quadro Conceitual da Resiliência

Embora tenha se originado nas ciências naturais, o estudo multidisciplinar da resiliência está se expandindo rapidamente (HERRMAN et al., 2011). Dessa forma, o conceito vem sendo amplamente abordado por pesquisadores de diversas disciplinas, incluindo biologia, medicina, psicologia, sociologia e economia (SMITH et al., 2008; HERRMAN et al., 2011; STUMPP, 2013).

Não obstante a ausência de uma definição universal que atenda a todas as ciências, o conceito de resiliência retém-se essencialmente constante dentre os diversos campos de estudo (SIMMIE; MARTIN, 2010; BHAMRAA; DANIAB; BURNARDA, 2011), referindo-se, em geral, à capacidade e habilidade de um elemento de retornar a um estado estável após uma disruptura. Lee et al. (2013), mediante uma análise da literatura referente ao tema, salientam-se a existência de dois pontos de vista pelos quais se pode definir resiliência. O primeiro concebe o conceito como um traço fixo e estável, referindo-se a capacidade de administrar e adaptar-se a fontes significantes de estresse e descontinuidade. Embora recorrente, os autores aduzem como limitações dessa perspectiva a ausência de explicações mais consistentes quanto às interações do elemento com o seu ambiente, como a família, a comunidade ou o sistema social. Na segunda abordagem, a resiliência é vista como um processo permanente, dinâmico e mutável. Configura-se como uma abordagem mais completa, porquanto salienta a dependência do elemento às interações com os vários fatores que o rodeiam. Simmie e Martin (2010) corroboram essa perspectiva ao salientarem que a resiliência, na economia e nas ciências sociais, rejeita abordagens onde um sistema retoma a um equilíbrio inicial, argumentando que ambientes e sistemas estão em perpétua mudança; visão similar à apresentada pela Teoria Geral dos Sistemas (RAPOPORT, 1976; BERTALANFFY, 2009). Para os autores não há estabilidade estática para qualquer elemento, mas um processo dinâmico de equilíbrio.

Com efeito, destaca-se no Quadro 1, a seguir, um recorte de conceitos de resiliência, em ordem das ciências que primeiramente a abordaram, dentre a pluralidade de definições existentes na literatura.

Quadro 1 – Definições de resiliência

(continua)

Autor	Contexto	Definição	Propriedades
Hollnagel, Woods e Leveson (2006)	Engenharia	A capacidade de sentir, reconhecer, adaptar e absorver variações, mudanças, alterações, interrupções e surpresas	Reconhecer; adaptar; absorver

Holling (1973)	Sistemas Ecológicos	A medida da persistência de sistemas e da capacidade de absorver mudanças e perturbação e ainda manter as mesmas relações entre as variáveis de estado	Persistir; absorver; manter
Walker et al. (2004)	Sistemas Ecológicos	A capacidade de um sistema para absorver uma perturbação e reorganizar enquanto passa por uma mudança, mantendo a mesma função, estrutura, identidade e <i>feedback</i>	Absorver; reorganizar; manter
Walker et al. (2002)	Sistemas Socio-ecológicos	A capacidade para manter a funcionalidade de um sistema quando é perturbado ou a capacidade de manter os elementos necessários para renovar ou reorganizar se uma perturbação altera a estrutura da função do sistema	Manter; renovar; reorganizar
Carpenter et al. (2001)	Sistemas Socio-ecológicos	A magnitude de perturbação que um sistema pode tolerar antes da transição para um estado diferente que é controlado por um conjunto diferente de processos	Tolerar

Quadro 2 – Definições de resiliência

(conclusão)

Autor	Contexto	Definição	Propriedades
Luthans, Vogelgesang e Lester (2006)	Psicologia	A capacidade de desenvolvimento para reagir à adversidade	Desenvolver; reagir
Rutter (2006)	Psicologia	Um conceito interativo que se refere à relativa resistência a riscos ambientais ou superação de estresse ou adversidade	Resistir; superar
Coutu (2002)	Psicologia	Indivíduos resilientes possuem três características em comuns. Estas incluem uma aceitação da realidade, uma forte crença de que a vida é significativa e a capacidade de improvisar	Aceitar a realidade; crer no significado da vida; improvisar
Lee et al. (2013)	Psicologia	A resiliência pode ser considerada como um processo dinâmico, que tanto protege o indivíduo em situações adversas quanto aumenta os seus resultados terapêuticos contra fatores de risco	Proteger; incrementar resultados
Herrman et al. (2011)	Psicologia	Resiliência é entendida como referindo-se a adaptação positiva, ou a capacidade de manter ou recuperar a saúde mental, apesar de experimentar adversidade	Adaptar; manter; recuperar
Paton et al. (2000)	Gestão de desastres - individual	Resiliência descreve um processo ativo de “autoendireitamento”, desenvoltura e crescimento aprendidos. O conceito se relaciona à capacidade de funcionar em um alto nível psicológico, dado a capacidade do indivíduo e experiências anteriores	Endireitar-se; desenvolver-se; crescer; aprender; funcionar em alto nível
Hamel e Valikangas (2003)	Organizacional	Resiliência se refere à capacidade de reconstrução contínua	Reconstruir
Horne e Orr (1998)	Organizacional	Resiliência é a qualidade fundamental para responder de forma produtiva a alteração significativa que perturba o padrão esperado de um evento sem a introdução de um período prolongado de comportamento regressivo	Responder de forma produtiva
McDonald (2006)	Organizacional	Resiliência transmite as propriedades de ser capaz de se adaptar aos requisitos do ambiente e de ser capaz de controlar a variabilidade ambiental	Controlar; organizar; adaptar
Burnard e Bhamra (2011)	Sistemas organizacionais	Resiliência é a propriedade emergente de sistemas organizacionais que se relaciona com as qualidades e capacidades inerentes e adaptáveis que permitem uma capacidade de organização adaptativa desses sistemas durante períodos turbulentos, adotando uma	Organizar; adaptar; adotar abordagem proativa; mitigar

abordagem proativa à ameaça e mitigação de riscos			
Briguglio et al. (2009)	Sistemas econômicos	Resiliência é a capacidade induzida pela política de uma economia de resistir ou se recuperar dos efeitos de choques ocorridos	Resistir; recuperar
Soumagne et al. (2009)	Varejo urbano	A resiliência de um sistema de varejo urbano é definida como a capacidade de diferentes tipos de varejo em se adaptarem às mudanças, crises ou choques que desafiam o equilíbrio do sistema sem deixar de desempenhar as suas funções de forma sustentável	Adaptar; desempenhar funções de forma sustentável

Fonte: Elaboração própria.

Como é possível visualizar no Quadro 1, o conceito é retratado, amiúde, como uma capacidade ou processo, cujas principais propriedades são: adaptar, manter, absorver, recuperar, reorganizar e resistir. Da mesma forma, embora menos reiteradas, no entanto, outras importantes propriedades são: superar, aprender, crescer, desenvolver, reagir e renovar. Quanto às variáveis para as quais a resiliência versa diligência, destacam-se: vulnerabilidade, risco, mudança, variabilidade, turbulência, perturbação, adversidade, choque e estresse.

Os conceitos retratados estão consonantes, principalmente, com a segunda perspectiva observada por Lee et al. (2013), a qual aborda a resiliência como um processo dinâmico. Dessa forma, observa-se que a qualidade de ser resiliente indica uma habilidade de se manter ou atingir um equilíbrio dinâmico e sustentável em harmonia com a reorganização e a aprendizagem advinda da superação da adversidade enfrentada (HOLLING, 1973; PATON et al., 2000; WALKER et al., 2002; HAMEL; VALIKANGAS, 2003; WALKER et al., 2004; LUTHANS; VOGELGESANG; LESTER, 2006; MCDONALD, 2006; RUTTER, 2006; BRIGUGLIO et al., 2009; SOUMAGNE et al., 2009; HERRMAN et al., 2011; LEE et al., 2013). Ademais, embora a inobservância de um conceito que englobe todas as características necessárias para a sua definição em todas as ciências, as propriedades da resiliência permanecem praticamente uniformes.

2.2.3 Resiliência em Sistemas Econômicos e de Varejo

Ao longo dos últimos anos, vem crescendo a quantidade de estudos relacionados à resiliência tanto em sistemas econômicos, de forma geral, quanto mais especificamente em sistemas de varejo urbano (e.g., KÄRRHOLM; NYLUND; FUENTE, 2010; OZUDURU; VAROL; ERSCOSKUN, 2012; ERKIP; KIZILGÜN; AKINCI, 2013). Contudo, ainda são

escassos os estudos relevantes sobre a temática. A carência de trabalhos é justamente a principal lacuna apontada nas pesquisas voltadas ao exame da resiliência em sistemas econômicos; seguida pela importância do conceito para a manutenção e desenvolvimento de tais sistemas (KÄRRHOLM; NYLUND; FUENTE, 2010; ERKIP; KIZILGÜN; AKINCI, 2013).

No que concerne às características da resiliência em sistemas econômicos, é importante destacar que a análise do conceito nesses ambientes se apropria de elementos vinculados a aspectos individuais. Ponomarov e Holcomb (2009) elencam como elementos imprescindíveis à resiliência individual as seguintes propriedades: prontidão e preparo, resposta e adaptação e recuperação e ajuste; ao passo que Keong e Mei (2010) pontuam como quatro importantes traços de resiliência, de indivíduos em organizações, a flexibilidade, a motivação, a perseverança e o otimismo. É possível observar que tais conceitos se adequariam, com alguma variação, ao escopo econômico.

Contudo, embora comunidades e sistemas urbanos se apropriem desses traços e elementos, a interconexão entre a profusão de agentes que os compõem altera a concepção de resiliência, porquanto dá margem ao surgimento de fatores emergentes que inexistem no espectro individual (BHAMRAA; DANIAB; BURNARDA, 2011; BURNARD; BHAMRA, 2011); dado que se caracterizariam como sistemas complexos (DOOLEY 1997; COMFORT et al. 2001; CRICHTON et al. 2009; ERKIP; KIZILGÜN; AKINCI, 2013).

Cumprе salientar, todavia, que, em consonância com as abordagens de resiliência na Psicologia, embora as vicissitudes dos agentes presentes no ambiente externo se apresentem como ameaça, há uma confluência entre o sistema e o ambiente para que se possa atingir patamares mais elevados de equilíbrio dinâmico (CRICHTON et al. 2009; ERKIP; KIZILGÜN; AKINCI, 2013). Assim, fatores emergentes que, aparentemente, influenciam negativamente o contexto mercadológico, tais como risco, mudanças, crises econômicas, emergência de concorrentes, instalação de competidores nas cercanias, dentre outros, são importantes para a solidificação da resiliência de um determinado sistema (ERKIP; KIZILGÜN; AKINCI, 2013; FRANCIS; BEKERA, 2013).

Fatores emergentes, dessa forma, cumprem um destacado papel na exposição das vulnerabilidades de um sistema, uma vez que põe à prova as suas qualidades. A vulnerabilidade, definida como o grau com o qual um sistema está propenso a experimentar dificuldade devido à exposição a ameaças e perturbações, é um conceito inerente aos sistemas econômicos (HOLLING, 2001; BHAMRAA; DANIAB; BURNARDA, 2011). Uma avaliação das próprias vulnerabilidades é capaz de indicar as diretrizes apropriadas às ações

que devem ser implementadas, com o objetivo de se ampliar a resiliência sistêmica (FRANCIS; BEKERA, 2013). Tais ações podem ser direcionadas no sentido de se reforçar a resistência a eventos externos, reorganizar recursos e realizar ajustes estruturais, acomodar prováveis mudanças ou intensificar a preparação para operações de recuperação (FRANCIS; BEKERA, 2013). Dessa forma, não prescinde a tais sistemas a identificação de suas vulnerabilidades, extraindo o aprendizado necessário de suas fraquezas para a superação das futuras disrupções que se lhes apresentarão (HOLLING, 2001; BHAMRAA; DANIAB; BURNARDA, 2011; FRANCIS; BEKERA, 2013).

Do mesmo modo, para que se sobreleve as adversidades incorridas no curso de atuação dos mercados, também faz-se necessário a ciência de suas próprias fortalezas. A compreensão e desenvolvimento de suas capacidades e diferenciais competitivos possibilitam uma posição privilegiada de mercado, o que, invariavelmente, compete para a adaptação, manutenção, recuperação e crescimento desses sistemas; ações indissolúvelmente associadas ao conceito de resiliência (HOLLING, 2001; BHAMRAA; DANIAB; BURNARDA, 2011; FRANCIS; BEKERA, 2013).

A importância do estudo da resiliência em sistemas de varejo urbano reside, portanto, no fato de que tal análise, além de expor as fortalezas, é capaz de identificar possíveis vulnerabilidades, apontar prováveis riscos vinculados ao sistema e auxiliar na implementação de ações importantes para a continuidade e desenvolvimento desses mercados (FRANCIS; BEKERA, 2013).

Ao passo que na Psicologia ações para a cristalização da resiliência em âmbito individual são voltadas à ampliação da esfera social, intensificação dos laços familiares, autoconhecimento, dentre outras, a literatura referente à resiliência elenca medidas importantes de incremento dessa propriedade em sistemas com características culturais diferentes (MEDD; MARVIN, 2005; SOUMAGNE et al., 2009; OZUDURU; VAROL; ERSCOSKUN, 2012; PETRESCU; BHATLI, 2013; ERKIP; KIZILGÜN; AKINCI, 2013). No Quadro 2, a seguir, são apontadas as forças de resiliência erigidas a partir da interseção entre a Teoria Geral dos Sistemas e o arquétipo teórico relacionado aos sistemas de varejo urbano. Dessa forma, três subsistemas foram destacados, quais sejam: político, relacionado à esfera governamental; econômico, referente ao sistema de varejo em si, ou seja, ao conjunto de comerciantes, e; de inovação, relacionado especificamente aos comerciantes, unidades constituintes elementares.

Quadro 2 – Forças de resiliência de sistemas de varejo urbano

(continua)

Subsistema Político	
i.	Imagem positiva do ambiente
ii.	Acessibilidade
iii.	Segurança
iv.	Higiene
v.	Instalações apropriadas
vi.	Defesa contra concorrentes
vii.	Educação financeira e empresarial
viii.	Turismo
Subsistema Econômico	
i.	Crescimento econômico

Quadro 2 – Forças de resiliência de sistemas de varejo urbano

(conclusão)

Subsistema Econômico	
ii.	Oferta de atrações de cultura e lazer
iii.	Planejamento
iv.	Liderança comprometida
v.	Festivais
vi.	Estética/Plástica
Subsistema de Inovação	
i.	Aprendizagem com os erros
ii.	Competitividade
iii.	Relações amistosas
iv.	Estratégias de promoção
v.	Auto-organização
vi.	Inovação

Fonte: Elaboração própria.

No entanto, embora sistemas varejistas urbanos sejam caracterizados como sistemas econômicos, é importante que se distingam os dois conceitos. Sistema econômico é uma expressão que se refere a qualquer arranjo produtivo ou de distribuição de bens ou serviços, assim como a alocação de recursos em uma sociedade, que tenha como escopo o

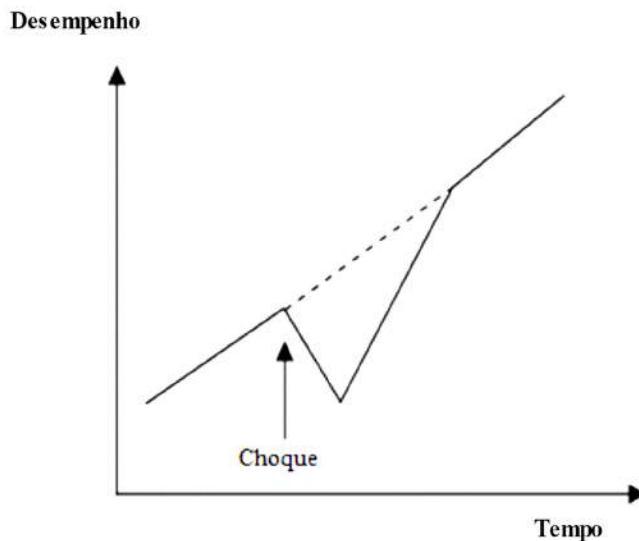
superávit financeiro. Exemplos como *clusters*, setores da economia, a economia de um país e sistemas de varejo urbano se enquadram nessa definição.

Sistemas de varejo urbanos, por seu turno, são ambientes que comportam vários negócios distintos que compartilham uma mesma infraestrutura e imagem; o que ocasiona, dessa forma, interdependência entre os seus agentes (MEDD; MARVIN, 2005; SOUMAGNE et al., 2009; KÄRRHOLM; NYLUND; FUENTE, 2010; ERKIP; KIZILGÜN; AKINCI, 2013). O termo urbano inserido à expressão tem o intuito de restringir a ideia de sistemas de varejo ao espaço físico onde se situam, em detrimento de uma percepção em termos macroeconômicos, como setores e segmentos de varejo de uma nação.

O conceito de equilíbrio para sistemas econômicos não é entendido de maneira estática, dado que permanecer estagnado em um mesmo patamar, qualquer que seja o indicador econômico, se taxa de crescimento, estrutura econômica, índice de emprego, acesso a financiamento para investimento, competitividade, inovação, cultura empreendedora, dentre outros, não representa desenvolvimento (SIMMIE; MARTIN, 2010; MARTIN, 2012). Ao invés de retornarem a um estado anterior de equilíbrio, as regiões, setores e países estão se reconfigurando e se adaptando constantemente ao ambiente econômico global.

Resiliência econômica, dessa forma, é entendida não como uma habilidade ou capacidade de um sistema, mas como um processo inelutavelmente presente no contexto dos sistemas econômicos; representando o processo de superação de choques, em detrimento do equilíbrio paralisante. O processo de resiliência de um sistema econômico pode ter como parâmetro um ou a combinação de alguns dos indicadores supracitados (SIMMIE; MARTIN, 2010; MARTIN, 2012). Tal dinâmica é evidenciada no Gráfico 1, a seguir.

Gráfico 1 – Processo de resiliência - retorno ao equilíbrio dinâmico inicial

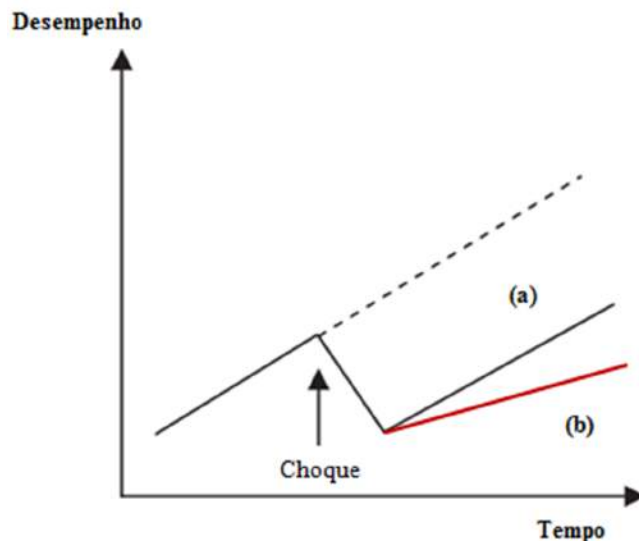


Fonte: Adaptado de Martin (2012).

Como é possível observar, o sistema voltou a apresentar, após o período de abalo, o mesmo desempenho que demonstrará anteriormente, dado que passou a exibir coeficiente angular idêntico. Esse período de queda e recuperação do desenvolvimento, até atingir os índices novamente positivos, é conceituado por Martin (2012) como histerese; conceito resgatado das ciências naturais que significa atraso ou retardamento do efeito sobre um objeto devido à variação, aumento ou diminuição, das forças externas que atuam sobre ele.

Embora o processo de resiliência que atua sobre sistemas econômicos os impele ao crescimento em algum ponto futuro, nem sempre esse crescimento consegue acompanhar a taxa de desenvolvimento inicial. A variação do coeficiente angular do desempenho apresentado pelo sistema, após a retomada do crescimento, pode ser nula ou negativa, como é possível observar no Gráfico 2, a seguir.

Gráfico 2 – Processo de resiliência - equilíbrios dinâmicos inferiores ao inicial



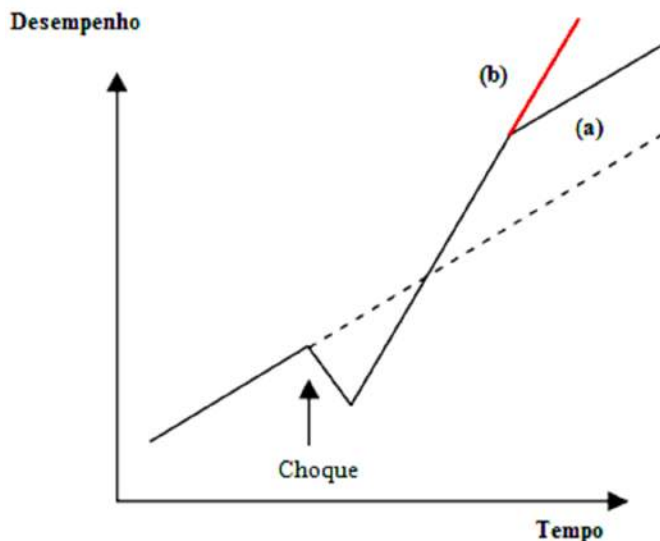
Fonte: Adaptado de Martin (2012).

Quando o equilíbrio dinâmico é inferior ao inicial, duas situações podem ocorrer ao se alcançar novamente o desenvolvimento. Na situação (a), a variação do coeficiente angular é nula e a reta é, simplesmente, deslocada para baixo. Tal circunstância indica que o índice de desenvolvimento continuará o mesmo, embora a cifras menores. Por outro lado, ao se obter uma variação negativa do coeficiente angular, demonstrada pela situação (b), observa-se que o sistema voltou a apresentar crescimento, contudo, com uma menor variação percentual.

A retomada do crescimento pelo sistema, no entanto, pode alcançar valores que superem a taxa inicial apresentada antes do choque. Em tal contexto, o equilíbrio dinâmico exprimido pelo sistema é superior ao preliminar, porquanto revele, após ultrapassar a taxa inicial, uma variação do coeficiente angular nula ou positiva. Essa relação pode ser visualizada no Gráfico 3, a seguir.

De acordo com o gráfico, ao se ultrapassar a taxa inicial de crescimento, o sistema pode apresentar uma dentre duas situações. Caso o sistema atinja uma variação do coeficiente angular positiva, como evidenciado pela situação (a), a reta é deslocada para cima, indicando a estabilidade da taxa de crescimento; no entanto, com valores superiores. Contudo, se o sistema continuar com a variação positiva de desempenho após a retomada do crescimento, revelado pelo contexto (b), obter-se-á uma situação de desenvolvimento superior ao nível inicial.

Gráfico 3 – Processo de resiliência - equilíbrios dinâmicos superiores ao inicial



Fonte: Adaptado de Martin (2012).

Contudo, quanto à resiliência de mercados e outros sistemas econômicos, uma ressalva deve ser feita, haja vista que a economia das nações, por exemplo, embora enfrentem crises periódicas, simplesmente não declaram bancarrota e desaparecem; ao contrário do que pode ocorrer com os sistemas urbanos. Com efeito, crescer é um movimento não somente necessário, mas obrigatório a sistemas econômicos nacionais. Dessa forma, manter-se estável, ao se selecionar um ou alguns dos indicadores econômicos como parâmetro, pode indicar, para os mercados, resiliência frente à ruína e à insolvência.

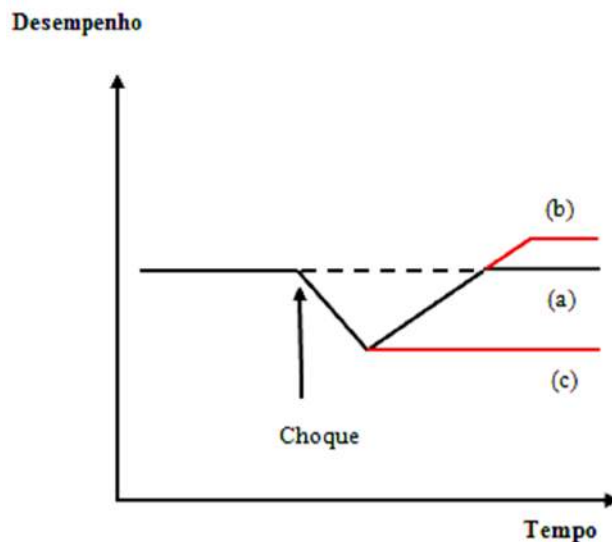
Um modelo gráfico com as proposições apresentadas, ou seja, com um sistema apresentando desempenho constante após a influência de algum estressor externo, pode ser visualizado no Gráfico 4, a seguir.

Na situação (a), não há variação dos coeficientes angular e linear, levando o sistema a permanecer no mesmo patamar registrado antes do choque. Por outro lado, uma vez apresentada uma variação negativa do coeficiente linear, demonstrada pela situação (c), observa-se que a reta é deslocada para baixo, levando o sistema a permanecer em equilíbrio, porém a valores menores. Por fim, a situação (b) demonstra uma variação positiva no coeficiente linear, ocasionando o deslocamento vertical da reta a um nível superior ao registrado no período inicial.

É importante se ressaltar que, embora seja possível ter como parâmetro indicadores de ordem puramente econômica, como taxa de crescimento, infraestrutura, índice de emprego, acesso a financiamento, dentre outros, há fatores não diretamente vinculados a aspectos econômicos que favorecem o processo de resiliência do sistema. Dessa forma, de

acordo com as acepções levantadas, o equilíbrio dinâmico não adviria do simples crescimento pecuniário ou do acréscimo de eficiência de qualquer outro parâmetro de análise, uma vez que a reta de desenvolvimento do sistema de varejo pode permanecer constante.

Gráfico 4 - Possibilidade de equilíbrio no processo de resiliência em sistemas de varejo



Fonte: Elaboração própria.

Segundo Simmie e Martin (2010) e Martin (2012), indicadores como competitividade e inovação também contribuem para que se solidifiquem as fortalezas de determinado sistema. Destarte, cabe ser evidenciada a importância de fatores implícitos ao processo de desenvolvimento e resiliência como a aprendizagem, tanto individual quanto sistêmica, decorrente do enfrentamento de forças exógenas e a coesão de seus agentes constituintes, advinda das adversidades enfrentadas conjuntamente.

Desse modo, um sistema de varejo pode apresentar volume de venda ou receita total constante ao longo de vários períodos. No entanto, há sempre fatores implícitos sendo incrementados durante esses longos períodos, como a aprendizagem, inovação, coesão entre os agentes, competitividade etc.

2.3 VAREJO

Para Levy e Weitz (2004, p. 6), varejo seria “um conjunto de atividades de negócio que adicionam valor aos produtos e serviços vendidos aos consumidores para seu uso pessoal ou familiar”. Brito, Vieira e Espartel (2011), ao analisarem as definições hodiernas referentes ao varejo, caracterizam-no como um campo de grande abrangência ao afirmá-lo como um setor que inclui uma abundante diversidade de produtos e serviços, além de uma extensa cadeia de suprimentos e de inúmeros canais de distribuição. Ademais, observa-se uma extensa rede de relacionamentos entre varejistas e membros do canal através de uma infinidade de formas de marketing direto.

Aquiescendo à importância do campo delimitado pelo comércio varejista, Terra (2004) aduz que o setor é responsável por grande parte da comercialização de bens no Brasil. Já há muito, o segmento varejista vêm expandindo os seus ramos de atuação e ampliando o sortimento dos produtos oferecidos; suas atividades, outrora restritas à comercialização de produtos alimentares e de higiene e limpeza, estão sendo estendidas para outros segmentos, como os relacionados a bens duráveis, semiduráveis e têxteis, entre outros (FÁVERO, 2004).

Contudo, além da oferta de uma cartela de produtos ampla e diversificada, os estabelecimentos varejistas estão cada vez mais preocupados com o ambiente no interior da loja (GATTO, 2002). De acordo com Zorrilla (2002), a criação dos ambientes de varejo devem proporcionar uma experiência de compra adequada ao consumidor, sendo-lhe aprazível ao passo que lhe auxilia na consecução da compra com objetividade. Os aspectos emocionais relacionados à compra, segundo o autor, não podem mais ser menosprezados pelos estabelecimentos varejistas, pois representam uma característica contundente no processo de tomada de decisão do cliente quanto à escolha do local de compra e dos produtos em oferta; tais fatores inculcem valor agregado ao valor funcional oferecido inicialmente pelas empresas.

2.3.1 Fatores Utilitários Relacionados à Escolha de um Sistema de Varejo como Local de Compra

Diversos fatores estão associados à perspectiva utilitária de consumo, orientada à realização de uma tarefa com eficiência. Limpeza, encontrar com facilidade um produto que se procura (decorrente de um desenho funcional da loja), cartela de produtos, cortesia no atendimento ao cliente, *crowding* e preço, são apontados por Carpenter e Moore (2006) e Sampaio et al. (2009) como os atributos mais importantes dentre os responsáveis por levar os consumidores a um estabelecimento varejista. Ademais, a localização, a conveniência e o

hábito também são ressaltados por Hernandez (2009) como aspectos relevantes na escolha do local de compra.

O preço se caracteriza como um dos fatores mais relevantes para a tomada de decisão do consumidor (LUPPE; ANGELO, 2010). O fator está fortemente relacionado à escolha do local de compra, representando um dos principais parâmetros de comparação e avaliação entre estabelecimentos. Aliado ao preço, os varejistas têm há muito focado em disponibilizar uma grande variedade e sortimento de marcas e produtos como uma estratégia para atender as necessidades específicas de determinados nichos de mercado (JONES; REYNOLDS; ARNOLD, 2006). Possuir uma boa variedade, aliada à disponibilidade imediata dos produtos oferecidos é o limiar mínimo para a competição (JONES; REYNOLDS; ARNOLD, 2006; HERNANDEZ, 2009).

Além do preço e da variedade, o desempenho de um estabelecimento varejista também depende grandemente de sua localização e facilidade de acesso, pois a maior parte de suas vendas advém de clientes que moram em um perímetro relativamente pequeno em torno ao local (PARENTE; KATO, 2001). Hamilton (2003) corrobora a aceção de Parente e Kato (2001) ao demonstrar que a estratégia de localização é um dos principais diferenciais do estabelecimento varejista, pois permite à empresa um melhor relacionamento com seus consumidores.

2.3.2 Fatores Emocionais Pertinentes à Escolha de um Sistema de Varejo como Local de Compra

A compra no varejo também pode gerar valor a partir de uma experiência na forma de gratificação pessoal, englobando aspectos mais intangíveis e emocionais (BAGDARE; JAIN, 2013). Tais aspectos estariam delimitados no campo das experiências de compra hedônicas, capazes de proporcionar ao consumidor algo a mais do que a simples utilidade oferecida pelo produto (BATRA; AHTOLA, 1991).

A sobrevivência no competitivo ambiente de varejo atual, aliada às nuances da conjuntura econômica, requer mais do que simplesmente preços baixos (GREWAL; LEVY; KUMAR, 2009; NUTTAVUTHISIT, 2014). Verhoef et al. (2009) afirmam que criar experiência de compra superior parece ser um dos objetivos centrais do ambiente de varejo atual. Com efeito, Peñaloza, Quezado e Gordiano (2011) evidenciam que o valor de compra hedônico, ou seja, relacionada ao lazer e à experiência emocional, é predominante entre os consumidores do pequeno varejo de vestuário. Grewal, Levy e Kumar (2009) afirmam ser

fundamental focar nas experiências de compra dos clientes para competir eficientemente, pois criar uma distinta experiência de compra no consumidor provê enormes valores econômicos (PINE; GILMORE, 1999).

Para Grewal, Levy e Kumar (2009), a experiência de consumo inclui o contato com o qual o consumidor interage com uma companhia, produto ou serviço, o qual provoque uma reação. Essa experiência, de acordo com Gentile, Spiller e Noci (2007), é estritamente pessoal e implica em envolvimento do consumidor em diferentes níveis, tais como racional, emocional, sensorial, físico, cultural e espiritual. Ademais, Verhoef et al. (2009) entendem que a experiência de consumo engloba a interação total do consumidor à empresa, incluindo as fases de procura, compra, consumo e pós-venda, podendo incluir também múltiplos canais de varejo.

O ambiente de venda cumpre papel imprescindível para a valoração do produto ofertado, pois estimula a experiência de compra por parte dos clientes (GROVE; FISK, 1992; GATTO, 2002; NUTTAVUTHISIT, 2014). Ele é caracterizado, segundo Gatto (2002), por uma série de componentes materiais e imateriais que consentem em instaurar uma sólida e duradoura relação com o cliente. O ambiente de venda, chamado de atmosfera da loja por Feijó e Botelho (2012), está fortemente associado à ampliação da experiência de consumo. Para os autores, o efeito de fatores como *layout*, comunicação, disposição do imobiliário, espaço de circulação, volume e localização dos produtos, bem como o posicionamento e combinação de cores e itens, são extremamente relevantes à estruturação da atmosfera local, pois são capazes de proporcionar valores emocionais de compra aos clientes, sem desconsiderar o valor funcional.

Da mesma forma, Parente, Barki e Kato (2007) indicam que sensações de bem-estar podem ser despertadas a partir da combinação de fatores como organização, ambiente, variedade e sortimento de mercadorias em exposição, contanto que adequadamente trabalhados. A combinação desses vetores é uma poderosa estratégia para a formação ou modificação de valores e símbolos.

Vale ressaltar, contudo, que, além dos fatores mencionados, um conceito clássico de atmosfera de loja, proposto por Eroglu e Machleit (1989), coloca em evidência a importância, além do relacionamento com outros clientes no ambiente de loja, do contato do consumidor com os funcionários da empresa; tais conclusões são corroboradas por Khare (2013), que destaca o comportamento dos empregados e as relações sociais facultadas pela atmosfera do ambiente.

Entretanto, de acordo com Grewal, Levy e Kumar (2009) e Biamiatzi e Kirchmaier (2014), para se amplificar a experiência superior de compra, bem como visitas mais frequentes à loja e maiores lucros, a empresa deve dirigir atenção tanto a fatores hedônicos como utilitários de consumo. O ambiente e o desenho do local de compra, para Zorrilla (2002), devem ser pensados com o intuito de proporcionar tanto utilidade quanto prazer.

2.4 FEIRAS LIVRES

Embora estejam presentes em todo o mundo, fazendo parte da rotina das mais diversificadas culturas, é nas regiões menos desenvolvidas onde as feiras livres geralmente costumam erguer as suas tendas e barracas. Dispostas geralmente em ruas transversais afastadas das grandes avenidas, o cotidiano da população, geralmente menos abastada, é influenciado pela venda dos diversos produtos ofertados nas feiras livres, a preços mais acessíveis e ao alcance de seu orçamento (SHERRY, 1990b).

Além de constituírem a realidade diária de pessoas e cidades, as feiras livres tiveram uma importância fundamental para o nascimento dos primeiros povoados, destaca Pirenne (1997), pois exerceram um papel imprescindível no desenvolvimento das relações comerciais entre diferentes localidades. As feiras arregimentavam os elementos básicos capazes de impulsionar o desenvolvimento dos antigos agrupamentos humanos em grandes centros urbanos, ao supri-los com os bens necessários à sua manutenção e ao proporcionar-lhes vínculos econômicos com diferentes regiões (PANDOLFO, 1987; PIRENNE, 1997).

As feiras livres são exemplos de sistemas de varejo urbanos que sobreviveram a mudanças históricas na sociedade (PANDOLFO, 1987; PIRENNE, 1997). Mudanças de sistemas econômicos, como a passagem do feudalismo para o capitalismo; alterações no sistema de produção, da manufatura e artesanato para o industrial; transformações na legislação das nações; aumento da formalidade dos mercados; além da dinamização dos sistemas econômicos, da ampliação sistêmica do comércio por meio da globalização e da internet, dentre outros. Dessa forma, é possível observar que as feiras livres são sistemas resilientes, que sobrevivem e se multiplicam, principalmente em países subdesenvolvidos ou em desenvolvimento, em detrimento ao avanço dos mercados modernos.

Contudo, cabe ressaltar que, apesar de terem se desenvolvido juntamente com as primeiras cidades, um processo inverso ocorreu a partir da segunda metade do século XX,

momento em que se acentuou a dinâmica de formalização dos mercados, relegando-as às regiões rurais mais pobres ou subúrbios dos grandes centros urbanos (OLAVARRIETA et al., 2008; PANDOLFO, 1987; RAJAGOPAL, 2010a). Como resultado desse processo, as feiras livres têm recebido a denominação de anacronismo funcional, uma vez que se caracterizaram como mercados ultrapassados em uma era de modernos templos de consumo (PYLE, 1971; SHERMAN; MCCROHAN; SMITH, 1985; SHERRY, 1990a).

Ainda que outrora representassem os únicos locais de comércio para a população, as feiras livres vêm disputando espaço com os modernos centros de consumo em grandes centros urbanos. Para Pandolfo (1987), embora esta prática mercantil seja tradicional em países subdesenvolvidos, as feiras livres continuam a desafiar a economia moderna, porquanto desenvolvem-se paralelamente ao comércio dos armazéns, lojas, supermercados e *shopping centers*. As feiras livres são sistemas de comércio que não somente resistiram e sobreviveram ao avanço dos mercados modernos, mas também se multiplicaram. Tal fenômeno é explicado, em grande parte, pelos benefícios que as feiras oferecem aos seus clientes, bem como pela identificação dos indivíduos com tais ambientes.

As feiras se caracterizam por possuir pouca regulação governamental e baixas barreiras à entrada, pois não requerem capital muito elevado para instalar o negócio, operam em pequena escala congregando atividades comerciais de baixo capital e, em geral, fazem uso intensivo de mão de obra geralmente de propriedade familiar (OLAVARRIETA et al., 2008; BUSSO, 2010).

Classificar estes mercados como informais, segundo Sherry (1990a), não é estritamente correto, pois, embora ocasionalmente trabalhem comerciantes ilegais, grande parte dos vendedores em tais locais estão devidamente registrados nos órgãos públicos responsáveis. O autor propõe que esses ambientes devam ser denominados de mercados alternativos, uma vez que contribuem para a manutenção de um ciclo econômico alternativo de transações, a despeito do canal convencional de compra e venda.

Menezes (2005, p. 12) vale-se da expressão polissemia urbana para designar as mais variadas manifestações das feiras, que abrigam “acontecimentos, encontros, seus personagens, suas mercadorias, seus ritos, sons, cores e cheiros, sua atualidade e atemporalidade que se conjugam formando enfim um complexo mosaico de contradições”. O autor expõe a realidade da feira salientando a predominância da população menos abastada, atuando tanto como consumidores quanto como vendedores dentre as vielas da feira. Contudo, há uma miscelânea de agentes sociais interagindo a todo momento, representando todos os tipos urbanos. Ademais, é facilmente perceptível a atuação de um componente

transgressor na feira, pois, devido ao seu caráter díspar, caracteriza-se por uma resistência que preserva hábitos antigos e uma cultura atemporal própria (STEWART, 1982; BELK; SHERRY; WALLENDORF, 1988; SHERRY, 1990b).

As feiras livres são a forma mais antiga de comercialização de produtos alimentícios. Em sua origem, as feiras eram um espaço de troca e constituíam a solução para o intercâmbio do excedente de produção. Foi sob o Império Romano que as feiras se consolidaram, sendo introduzidas no norte da Europa para promover o comércio com os territórios conquistados (PANDOLFO, 1987; PIRENNE, 1997). No entanto, estes espaços universais e históricos de intercâmbio são hoje algo mais do que simples espaços de provisão. Em cada lugar adquirem características particulares, com seus aromas, suas músicas, suas cores, seus produtos, sua gente e, portanto, suas culturas (MENEZES, 2005; BUSSO, 2010).

Os mercados alternativos são vistos como locais que servem, predominantemente, a consumidores de baixa renda, tanto pelas condições de negociação e interação social com vendedores, pessoas que podem estar mais próximas da condição social do cliente, mas, principalmente, devido ao fato de oferecerem preços menores do que os praticados por supermercados e outros concorrentes (RAJAGOPAL, 2010b; PETRESCU; BHATLI, 2013).

Ainda que historicamente vinculadas à satisfação de necessidades primárias de seus consumidores, dentre as quais destaca-se a oferta de produtos alimentares básicos (ZINKHAN; FONTENELLE; BALAZ, 1999; COMPANION, 2008; RAJAGOPAL, 2010b), diversos estudos têm demonstrado que as feiras livres atendem não somente a fatores utilitários, mas também a fatores simbólicos de consumo (RAZZOUK; GOURLEY, 1982; MCCREES, 1984; BELK; SHERRY; WALLENDORF, 1988; SHERRY, 1990a, 1990b; RAJAGOPAL, 2010a). Do mesmo modo, as feiras também se caracterizam por apresentar uma rica variedade de produtos, fortes interações sociais, vívidas impressões éticas, práticas de comercialização diferenciadas como a barganha e a pechincha e experiências de compra excitantes (BELK; SHERRY; WALLENDORF, 1988; SHERRY, 1990b; RAJAGOPAL, 2010a).

Segundo Belk, Sherry e Wallendorf (1988) e Sherry (1990a, 1990b), as interações que ocorrem nas feiras transcendem às frias relações unilaterais de compra e venda dos mercados formais. Para os autores, tais interações são expandidas nesses locais. O consumidor, dessa forma, estaria livre para negociar, trocar e, até mesmo, barganhar produtos que lhe aprazem, municiado pela lógica coletiva de ganhos mútuos. Da mesma forma, além de variedade e produtos a preços acessíveis, Peñaloza, Gerhard e Souza (2013) salientam que os

consumidores de feiras livres são atraídos por atributos menos utilitários, como diversão, lazer, amizade e animação. Ademais, Rajagopal (2010a), ressalta o elemento étnico como razão motivadora para se frequentar as feiras livres. Segundo o autor, tais ambientes preservam as raízes históricas de seus frequentadores, o que pode ser comprovado pela grande quantidade de itens típicos que detém da região, tais como comidas, bebidas, a musicalidade, os produtos específicos de determinada cultura, dentre outros.

Cumprido, no entanto, que embora estejam presentes nas mais diversificadas culturas e representem uma visão mercadológica distinta da apresentada por seus concorrentes modernos, as feiras livres não têm sido objeto de muita reflexão por parte dos pesquisadores acadêmicos. Ademais, como é possível constatar por meio de pesquisa em bases de dados como Emerald, Science Direct, Ebsco, Sage, dentre outras, são raros os estudos que procuram abordar as feiras de forma holística, englobando toda a sua dimensão social, e que busquem analisar os principais atributos e agentes que facultaram o seu processo de formação e evolução ao longo dos anos, após o avanço dos modernos tempos de consumo.

Por fim, como é possível depreender das análises de literatura realizadas, os sistemas de varejo urbano, em especial as feiras livres, compartilham diversas propriedades com os sistemas abertos. Além de apresentar um inevitável e contínuo intercâmbio de materiais entre o sistema e o meio exterior (WOODWORTH, 1976; BERTALANFFY, 1976; 2009), expressos na forma de objetos tangíveis ou intangíveis, os sistemas de varejo urbano também possuem qualidades outras que os definem como sistemas abertos, tais como: propósitos que orientam as atividades do sistema (ACKOFF, 1981; SKYTTNER, 1996; BERTALANFFY; 2009), ordenamento interno de suas partes (KATZ; KAHN, 1978; BERTALANFFY, 2009), interdependência de seus muitos elementos constituintes (THOMPSON, 1976; ACKOFF, 1981; BERTALANFFY, 1976, 2009), princípios diacrônicos de progresso (BERTALANFFY, 2009), estágios de estabilidade em seu desenvolvimento (PARSONS, 1960; BERTALANFFY, 1976, 2009), preservação da identidade estrutural ao longo do tempo em detrimento das variações externas (ACKOFF, 1981; BERTALANFFY; 2009), e a ideia de que a totalidade do sistema é maior do que a soma de suas unidades (WOODWORTH, 1976; RAPOPORT, 1976; BERTALANFFY, 2009).

3 DESENHO E MÉTODO DE PESQUISA

Com o intuito de analisar o processo de resiliência de sistemas de varejo alternativos, foi realizado, segundo a taxonomia de Merriam (2009), um estudo de natureza qualitativa de caráter básico ou genérico. Tal desenho foi escolhido dado que a pesquisa qualitativa básica ou genérica além de pretender descrever, interpretar e entender a realidade de maneira não quantificável, permite ao pesquisador identificar padrões reiterados à guisa de temas e categorias (VERGARA, 2005; MERRIAM, 2009). Deve-se acentuar, do mesmo modo, que a abordagem é adequada ao se buscar o delineamento de processos (MERRIAM, 2009).

A pesquisa, ademais, classificada como trabalho de campo uma vez que as investigações empíricas foram realizadas no local de ocorrência dos fenômenos estudados (VERGARA, 2005), divide em duas etapas. Inicialmente, realizou-se uma pesquisa de fim exploratório e, logo após, um estudo de fim exploratório-descritivo (VERGARA, 2005).

3.1 AMBIÊNCIA DA PESQUISA

A pesquisa foi desenvolvida em um único mercado popular da cidade de Fortaleza-CE. A Feira da Parangaba foi escolhida pelo fato de ser a maior e mais famosa feira livre do Estado. Apesar de existir um cadastro dos comerciantes na Prefeitura de Fortaleza, há centenas de ambulantes ilegais que superpovoam os espaços da feira, vendendo todo tipo de produto, que variam desde objetos pessoais, animais e frutas frescas até televisões, aparelhos de som e automóveis (MENEZES, 2005). Quanto à quantidade de feirantes legais, de acordo com os últimos registros da Prefeitura de Fortaleza, que datam de 2013, haveria cerca 2.500; o número total de vendedores informais, no entanto, incrementa sobremaneira essa quantidade. Por outro lado, não há dados precisos sobre o número de consumidores que frequentam o local. Ademais, vale destacar que a feira ocorre somente aos domingos, de 6:00h às 15:00h.

A população considerada para esta pesquisa compreendeu os vendedores e frequentadores do mercado descrito. Quanto à amostra da pesquisa para a aplicação da técnica de redes semânticas utilizou-se a técnica de amostragem não probabilística por conveniência (HAIR et al., 2005; MALHOTRA, 2006).

É relevante que se ressalte a circunstância pela qual a Feira da Parangaba passa no momento de realização da pesquisa. Nos últimos três anos, dois grandes *shoppings centers*

foram inaugurados nas cercanias. Localizando-se exatamente entre os dois empreendimentos, a feira dista cerca de 1 km de ambos. Dessa forma, deve-se destacar que ela enfrenta uma séria ameaça mercadológica capaz de enfraquecer o fluxo de clientes e, conseqüentemente, o volume de vendas. Tal evento é ideal para a emergência e análise das capacidades de adaptação e enfrentamento das adversidades da feira (KÄRRHOLM; NYLUND; FUENTE, 2010; ERKIP; KIZILGÜN; AKINCI, 2013).

3.2 COLETA DE DADOS, *CORPUS* DE PESQUISA, AMOSTRA E EXAME DOS DADOS

O processo de coleta de dados foi realizado em três momentos. A primeira etapa da pesquisa consistiu em um estudo de cerca de três anos, entre 2012 e 2014, realizado por meio da observação participante. Nesse período a feira foi visitada pelo pesquisador em mais de 80 oportunidades, o que constitui um total de aproximadamente 180 horas *in loco*. Mais de 30 páginas de material escrito foi levantado com observações em campo e entrevistas informais. Além disso, 10 entrevistas semiestruturadas em profundidade (BAUER; GASKELL, 2002), com duração média de cerca de 30 minutos, foram realizadas com vendedores (5 entrevistas) e consumidores (5 entrevistas) da feira, totalizando cerca de 140 páginas de transcrição.

Em um segundo momento, foram realizadas entrevistas estruturadas de curta duração com 232 vendedores da Feira da Parangaba, aos quais foram realizadas, além das questões de caráter sociodemográfico, as seguintes perguntas: “Nos últimos anos, a feira cresceu, diminuiu, ou permaneceu constante? Por quais motivos?”; “E para os próximos anos, a tendência será crescer, diminuir ou permanecer constante? Você poderia apontar os principais motivos para a sua resposta?”. A pesquisa foi realizada aos domingos de 8:00h às 12:00h entre os meses de março a junho de 2014. Cumpre salientar que não se fez distinção entre os entrevistados, buscando-se ao máximo diversificar os indivíduos através da abordagem dos entrevistados em diferentes departamentos da feira.

Por fim, foram pesquisados 168 frequentadores da feira, aos quais foram realizadas as mesmas perguntas. Os consumidores foram entrevistados aos domingos de 8:00h às 12:00h entre os meses de setembro a dezembro de 2014. Assim como ocorreu com os vendedores, não se fez distinção entre os respondentes.

Quanto ao desenho das entrevistas, uma ressalva deve ser feita. Embora se delimitasse e direcionasse as respostas de vendedores e frequentadores, os entrevistadores não tolhiam o discurso dos respondentes, possibilitando a coleta de informações adicionais sobre o processo de escolha da feira como local de compra. Em geral, os entrevistados se detinham na explicação das razões apontadas, o que levava as entrevistas a se estenderem por cerca de oito a dez minutos, permitindo aos entrevistados discorrer com maior profundidade sobre percepções e opiniões que nutriam a respeito da feira. O tempo total das entrevistas, vale destacar, ultrapassou 40 horas. Dessa forma, embora fossem levantadas palavras ou expressões para a criação do quadro semântico das opiniões dos entrevistados, foi possível aferir as impressões dos consumidores e frequentadores a respeito da feira e, de forma comparativa, a relação da feira com outros locais.

3.3 TÉCNICAS DE ANÁLISE E TRATAMENTO DOS DADOS

A seguir, são apresentadas as técnicas de análise de dados utilizadas para se extrair as informações necessárias para a consecução dos objetivos da pesquisa.

3.3.1 Observação Participante

Observação participante é um modo de pesquisar que insere o pesquisador, em um esforço a longo prazo, no interior da comunidade estudada (MINAYO, 2004; ANGROSINO, 2009). O pesquisador, desse modo, mantém-se em estreita relação com os seus observados, tornando-se parte de sua vida social (MINAYO, 2004). É uma técnica sistemática e planejada de obtenção de dados que implica em fazer uso de todos os sentidos para adquirir conhecimentos claros e precisos sobre o campo de estudo (BARROS; LEHFELD, 1994; MINAYO, 2004; ANGROSINO, 2009).

Grandemente utilizadas em diversas áreas da ciência, a observação participante, segundo Becker e Geer (1957), é a técnica de pesquisa mais completa em ciências sociais, uma vez que permite ao pesquisador sentir profundamente as nuances de uma determinada comunidade, ou grupo duradouro, discriminando-se suas normas, valores e ordens subjacentes que a orientam. Auxiliado pela observação participante, ademais, é possível se analisar a realidade social da comunidade que o rodeia, captando os conflitos e tensões existentes em seu cotidiano (QUEIROZ et al., 2007).

A observação participante não lida com indivíduos isolados, mas com pessoas em sentido coletivo; o que faz refletir sobre o uso de entrevistas formais (ANGROSINO, 2009).

A realização de entrevistas com os membros do grupo pesquisado deve ser utilizada com cautela, principalmente porque há uma discrepância significativa entre o que é expresso e o comportamento demonstrado pelos indivíduos (QUEIROZ et al., 2007; ANGROSINO, 2009). Dessa forma, é necessário aprender quando perguntar e que perguntas devem ser feitas na hora certa.

Assim, a coleta de informações não deve ser reduzida à realização de entrevistas (ANGROSINO, 2009). Mais importante seria a imersão do pesquisador no campo de estudo, ação capaz orientá-lo na obtenção de dados que, com o tempo, emergem sem que seja necessário grandes esforços (HAGUETTE, 1987; MINAYO, 2004). Quanto ao tempo de permanência em campo, ademais, o período mínimo de pesquisa para que sejam alçadas informações pertinentes e confiáveis da sociedade deve ser de seis meses (ROSS; KYLE, 1982).

A observação participante preocupa-se com o estudo de pessoas em grupos organizados que podem ser chamados de comunidades ou sociedades (ANGROSINO, 2009). O pesquisador participa da vida dos sujeitos da sociedade estudada, colhendo dados em seu cenário cultural, analisando suas práticas cotidianas e, ao mesmo, tempo modificando e sendo modificado por eles (MINAYO, 2004; ANGROSINO, 2009).

Diversos pontos positivos estão relacionados à técnica de observação participante. Dentre eles destacam-se a possibilidade do investigador obter informações no momento da ocorrência do evento, as informações serem decorrentes de comportamentos espontâneos dos indivíduos, permitir um acesso direto a uma ampla quantidade de variáveis e fenômenos e o fato de um grande número de aspectos do comportamento humano poderem ser analisados somente mediante observação (RICHARDSON, 1999; MINAYO, 2004; ANGROSINO, 2009).

Dessa forma, a imersão no ambiente de estudo, compromisso longitudinal, acúmulo descritivo e detalhado de informações, construção de um retrato mais completo do grupo estudado e tornar-se parte da comunidade pesquisada são os princípios fundamentais da observação participante (MINAYO, 2004; QUEIROZ et al., 2007; ANGROSINO, 2009).

3.3.2 Redes Semânticas

O uso de gráficos para a representação do conhecimento possuído por uma pessoa, uma instituição ou uma comunidade, tem sido habitual, embora tenha adquirido as mais diversificadas nomenclaturas ao longo dos anos (PERICÁS, 2005). Com efeito, as Redes

Semânticas, técnica diagramas de conceitos ou rede de significados, são conjuntos de concepções que as pessoas estruturam de qualquer objeto a sua volta. São assim denominadas por descreverem e comunicarem as relações entre diversos conceitos que os indivíduos têm incorporados em sua memória (NORIEGA; PIMENTEL; ALBUQUERQUE, 2005). Ademais, acrescentam Zermeño, Arellano e Ramírez (2005), o valor das redes semânticas naturais reside justamente nessas taxonomias, geradas de maneira direta através da memória semântica do sujeito.

Poder-se-á definir a técnica de redes semânticas como uma representação gráfica constituída por um conjunto de conceitos e conhecimentos levantados através do discurso dos indivíduos (PERICÁS, 2005). Trata-se, portanto, de uma abordagem do senso comum, elevando à categoria de conhecimento legítimo e, acima disso, situando-o enquanto teia de significados, capaz de portar consigo material conceitual suficiente para se captar determinado recorte da realidade social (GEERTZ, 1983; MOSCOVICI, 1984; SPINK, 1994). Dessa forma, a ideia central da técnica de Redes Semânticas insere-se no âmago da análise das representações sociais, ou seja, desvendar a associação de ideias subjacentes à determinado grupo de indivíduos.

Muito embora o conhecimento do homem comum seja epistemologicamente questionado, pois não há garantias de se acessar a realidade apenas por meio da visão de um ou de um conjunto de pessoas (FULLER, 2002), as consequências das situações por ele definidas como real o serão em alguma circunstância (MERTON, 1995). Assim como aduz o teorema de Thomas, uma vez atribuído algum sentido à situação tida como real, o comportamento subsequente do indivíduo, e algumas das suas consequências, é determinado por este sentido anteriormente atribuído (MERTON, 1995).

O intuito de se estudar as representações sociais reside na busca por se conhecer a forma como um determinado grupo humano constrói seu conjunto de saberes (MOSCOVICI, 1984). Tais conhecimentos, uma vez compartilhados e responsáveis por constituir a consciência do grupo social, expressam a sua identidade (OLIVEIRA; WERBA, 2008). Vantagens associadas à teoria de representações sociais são a sua capacidade de descrever um fenômeno bem como a eficiência em evidenciar uma realidade social subjacente. Dessa forma, é imperativo o estudo das representações sociais para a compreensão do modo como o social consubstancia a motivação das pessoas a ações do dia a dia, como comprar, votar, agir, escolher um local de consumo, dentre outros (OLIVEIRA; WERBA, 2008). Uma das contribuições da teoria das representações sociais é a ampliação na forma de abordar tais ações, entendidas não somente por razões lógicas, racionais ou cognitivas, mas por origens,

principalmente, afetivas, simbólicas, míticas e culturais (OLIVEIRA; WERBA, 2008). É importante que se ressalte, portanto, que os conceitos emersos pelos indivíduos devem ser analisados de acordo com o contexto em que estejam inseridos, ou seja, considerando-se a cultura, a época, aspectos sociais, dentre outros (BOURDIEU, 2003; CRESCITELLI; FIGUEIREDO, 2011).

Em contraste às abordagens que buscam acessar as representações a respeito de determinado fenômeno por meio de um levantamento individual, o acesso às representações sociais na perspectiva dos grupos busca tanto a coerência e a homogeneidade quanto a diversidade e a incoerência naquilo comum e compartilhado. A estrutura da representação social é, neste caso, fruto da somatória da análise de associação de ideias de vários indivíduos a uma ou mais perguntas (SPINK, 1994). Geertz (1983) ratifica tal perspectiva ao sustentar que, dada a impossibilidade de se buscar o estável e o consensual na análise do senso comum, não há como traçar estruturas lógicas subjacentes uniformes a todos os sujeitos sociais simplesmente porque inexistem. Porquanto seus conteúdos sejam essencialmente heterogêneos, não depara-se tão somente com a lógica da coerência no estudo das representações sociais, mas também com a contradição.

Quanto à operacionalização da técnica de Redes Semânticas propriamente, uma maneira adequada de definir o contexto para um mapa conceitual, segundo Novak e Cañas (2008), é construir uma questão foco, isto é, uma questão que claramente especifique o problema e que emita um mapa conceitual que poderia ajudar a resolvê-lo; deve-se também, segundo Valdez (1998), definir com muita clareza e precisão os objetivos gerais e específicos da investigação. Outra medida importante, acrescentam Novak e Cañas (2008), é identificar os conceitos chave que caracterizam o domínio da problemática de pesquisa; em geral, de 15 a 25 conceitos serão suficientes. Estes conceitos, aduzem os atores, podem ser listados e ordenados de acordo com as suas respectivas prioridades, de forma a estruturá-los desde o mais geral, mais inclusivo conceito para este problema particular ou situação, para o mais específico, conceito menos geral.

Quanto ao cálculo da distância semântica, ou seja, do relacionamento entre a palavra evocada e a palavra estímulo, ou pergunta orientadora, se for o caso, Valdez (1998) desenvolve o método do cálculo do valor FMG, com o intuito de incutir mais rigor à criação de redes semânticas. A técnica consiste, inicialmente, em auferir-se o valor J, obtido através do levantamento do total de palavras definidoras que foram geradas pelos sujeitos – representa a riqueza semântica da rede conceitual. Logo após obtém-se o valor M, alcançado por meio da multiplicação da frequência de aparição pela hierarquia de cada palavra

definidora – representa um indicador do peso semântico aferido para cada uma das palavras definidoras. Por conseguinte, cria-se o conjunto SAM, ou seja, o conjunto das 15 palavras definidoras que obtiveram maiores valores M totais. Por fim, desenvolve-se o cálculo FMG, tomando-se como ponto de partida a palavra definidora com o maior valor M. Após o trabalho dos dados, inicia-se a construção da rede semântica preliminar (NOVAK; CAÑAS, 2008).

Devido à mudança constante de contexto, Novak e Cañas (2008) assinalam que um mapa conceitual pode nunca estar finalizado. Ademais, segundo os autores, após a construção de um mapa preliminar é sempre necessário revisá-lo, observando-se a possibilidade de inserção de outros conceitos. O rigor atribuído à técnica, concluem os autores, se deve ao fato dos mapas conceituais representarem não somente poderosas ferramentas para capturar, representar e arquivar o conhecimento de indivíduos, mas também uma poderosa ferramenta para criar novos conhecimentos.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Nesta seção serão analisados os dados obtidos por meio da coleta de campo. O exame dos resultados alcançados será dividido em duas partes: inicialmente, serão analisados, com base na Teoria Geral dos Sistemas, as informações coletadas mediante a técnica de observação participante, auxiliado pela realização de entrevistas semiestruturadas; por conseguinte, por meio da técnica de redes semânticas, analisa-se os dados coletados a partir da pesquisa com os vendedores e consumidores da feira da Parangaba.

4.1 AMBIENTE INTERNO E INTERCÂMBIO COM O AMBIENTE EXTERNO

Os sistemas de varejo se caracterizam, a despeito de sua complexidade organizada, como simples unidades de atividade funcional inseridas em uma espiral de sistemas gradualmente mais complexos. O fato de possuírem uma grande quantidade de elementos dentro de outros sistemas permite com que os sistemas de varejo possam interagir e realizar trocas incessantes com as demais partes e com o meio externo (BERTALANFFY, 1976; 2009; WOODWORTH, 1976). O sistema como um todo realiza câmbios com o ambiente ao se estruturar de acordo com as informações e representações advindas dos agentes externos. Do mesmo modo, os sistemas de varejo urbano necessitam de materiais tangíveis para desenvolver suas atividades, tais como valores monetários, bens para comercialização, mão-de-obra, investimentos governamentais, segurança pública etc. Tais aspectos revelam a relativa dependência que tais sistemas possuem do meio.

Assim, é possível destacar que valores monetários, ou mesmo itens com potencial financeiro, informações pertinentes ao desenvolvimento das práticas diárias, força de trabalho, influência social e as relações com setores públicos e privados são algumas das principais moedas correntes que dinamizam as atividades dos sistemas de varejo urbano. Tais recursos possuem importância fundamental para a criação, estabilidade e crescimento dos sistemas de varejo, dado que facultam o desenvolvimento das operações realizadas pelos seus agentes. A carência de algum desses elementos, ademais, acarretaria em perda de competitividade e no surgimento de problemas estruturais ao sistema, prejudicando o processo de resiliência desses ambientes.

Todos os fatores chave levantados são decorrentes, de alguma forma, da relação do sistema com o ambiente externo; acentuando-se ainda mais as características de sistema

aberto apresentadas por esses locais (WOODWORTH, 1976; BERTALANFFY, 1976; 2009). Outros fatores, provenientes de fontes diversificadas, ademais, também ressaltam a influência dos estímulos externos no cotidiano do sistema de varejo. As intempéries climáticas, por exemplo, impactam fortemente o sistema, uma vez que em dias de chuva o movimento decai consideravelmente, inclusive o número de barracas. Tal fenômeno ocorre devido ao fato de se estar a céu aberto e as barracas não possuem estrutura para proteger as mercadorias e consumidores da chuva. Do mesmo modo, o assoalho não é adequado aos dias de chuva, dado que a água empoeada e os rios de lama se instalam por toda parte.



Fotografia 1 – Agentes da prefeitura, consumidores e mercadorias dividem os corredores da feira, em meio às poças d’água, em uma manhã de chuva.

Fonte: Elaboração própria.

Grandes eventos como a copa do mundo também prejudicam as vendas na feira, uma vez que, segundo Dona Amélia, 43 anos, a compra dos consumidores menos abastados foram canalizadas para produtos a ela relacionados. “A copa só veio para prejudicar as vendas da gente. De lá pra cá, as vendas ainda não melhoraram [...] Os acontecimentos só vêm para prejudicar, nunca para melhorar”.

A inserção de *shoppings centers* e supermercados nas cercanias foi outro fator que, segundo ela, prejudicou o comércio. Embora outros vendedores não acreditem que a concorrência dessas plataformas de compra tenham afetado as vendas na feira, Dona Amélia,

aduz que para o segmento de vestuário, no qual trabalha, o impacto foi significativo. O fato de se poder comprar com cartão de crédito, segundo o Sr. Rubinho, 48 anos, Sr. Miguel, 64 anos, e Dona Amélia, é uma vantagem que distancia o consumidor da feira. Os vendedores concordam que o aluguel e o pagamento das taxas exigidas pelas operadoras de cartão reduziriam bastante o lucro obtido por peça.

Por outro lado, a feira também pode ser prejudicada por ações causadas por seus próprios elementos constituintes. A desorganização dos vendedores, fruto da forma de organização habitual das pessoas, e que se revela como uma limitação institucionalizada, se faz presente e se transmite como um *ethos* aos jovens e novos vendedores. Segundo alguns frequentadores da feira, tal característica não é exclusiva dos vendedores, mas faz parte da cultura da sociedade como um todo.

Para Dona Amélia, suas vendas dependem grandemente de consumidores frágeis e desprotegidos em meio a uma conjuntura que os impele ao endividamento no cartão de crédito. Dessa forma, embora se caracterizem como elementos inevitáveis à estrutura dos sistemas de varejo urbano, os consumidores apresentam uma estabilidade delicada, decorrente, principalmente, do seu pequeno poder aquisitivo; o que instabiliza todo o sistema. Uma prática de comércio sedimentada no cotidiano da feira que reduz as incertezas e a tenuidade provenientes dos consumidores é a venda a vista, embasada na desconfiança dos vendedores. Observa-se que o sistema, dessa forma, cria normas e regulamentos para reduzir os riscos e aumentar a sua consistência interna.

Sr. Miguel, contudo, encontrou uma solução simples e viável para contornar esse problema. Para o feirante, uma associação de cerca de cinco vendedores poderia ser formada para repartir os custos de aquisição da maquineta de cartão de crédito. Embora seja necessário que se implemente a venda a crédito, a confiança entre os vendedores ainda não atingiu esse estágio. A mesma lógica de desconfiança que orienta os vendedores na relação com o cliente os orienta na relação com outros vendedores.

A feira é um grande sistema de cooperação implícita. Embora muitas vezes não se tome conhecimento disso, cada vendedor tem uma parcela importante para a manutenção e desenvolvimento da feira, uma vez que se constitui em mais um negócio com potencial de atração de clientes tanto para si quanto para os seus colegas concorrentes; o que revela a interdependência das partes constituintes do sistema (KATZ; KAHN, 1978; ACKOFF, 1981; SKYTTNER, 1996; BERTALANFFY, 2009).



Fotografia 2 – Uma infinidade de produtos ao alcance das mãos, o convite para o início da dinâmica de compra e venda.

Fonte: Elaboração própria.

Quando se está em uma feira livre se está em vários locais ao mesmo tempo, observando, pesquisando, aprendendo, economizando tempo e dinheiro, interagindo com diversos vendedores, reencontrando amigos, divertindo-se, pechinchando e negociando produtos de toda sorte. Assim, não é exagero dizer que a feira é uma plataforma muito atrativa de lazer e consumo. Nesse contexto, essa reunião de negócios somente toma forma devido ao fato de ser composta pela congregação do esforço individual de cada consumidor e vendedor.

A dinâmica da relação entre vendedores, bem como entre estes e os clientes, é embasada no bom-humor e na amizade. Mas isso não quer dizer que tudo é permitido. Embora haja, em alguns aspectos, uma conduta solidária entre vendedores e consumidores, que se reflete em práticas como empréstimos, presentes, auxílio nas vendas etc., o dinheiro é uma das molas mestras que fazem girar a mecânica do trabalho na feira, bem como os objetivos e interesses dos indivíduos. O dinheiro seria um dos fins possíveis, uma vez que se busca maximizar ganhos e reduzir custos; contudo, há dezenas de outros objetivos, componentes e processos no meio.

A luta contra as marcas de grife, elementos alheios ao cotidiano dos vendedores, é outro imperativo na feira. Segundo Dona Amélia, é necessário que os consumidores entendam que os produtos da feira possuem qualidade similar a dos caros produtos dos shoppings. O

que os difere, na verdade, são os altos preços dos produtos de marca. Os consumidores, complementa Dona Amélia, preferem comprar produtos mais caros porque são tolos, influenciados pelo *status* e ideologias sociais; aspectos que acentuariam a instabilidade desses elementos em relação à feira. De fato, dentre os elementos constituintes da feira, os consumidores possuem uma das menores aderências ao sistema. Eles podem transitar entre diversos sistemas sem um comprometimento formal. A estrutura dos sistemas de varejo urbano possuem essa peculiaridade em relação aos demais sistemas, sua estrutura é formada por elementos fixos e móveis e, acima de tudo, tem a função de integralizar esses elementos transitórios.

As estratégias de venda são, dessa forma, artifícios imprescindíveis para a captação e fidelização dos clientes. Promoções, brindes, bom atendimento, são exemplos de ações indispensáveis para o alcance de tal intento. Do mesmo modo, há uma maior versatilidade na forma de comercialização dos produtos. O final do processo não está engessado na possibilidade única de se realizar uma compra convencional. O consumidor está livre para barganhar, trocar e/ou negociar o produto que deseja. Essa atividade, difícil de se tributar ou mesmo de se inserir sob o crivo da fiscalização, representa uma vantagem sobre o modelo convencional de compra e venda praticado, em geral, pelo mercado formal.

A instabilidade da estrutura econômica, na qual a feira encontra-se circunscrita, também exerce influência significativa sobre os sistemas de varejo urbano. De acordo com o Sr. Fernando, 32 anos, a falta de emprego, questões de ordem salarial, instabilidade no trabalho e a exploração laboral, são motivos pelos quais os vendedores buscam desenvolver o próprio negócio e instalar suas barracas na feira. “Problemas com emprego nos fazem feirantes. Eu tenho formação em torneiro mecânico, mas nunca exerci minha profissão porque nunca tive uma boa oportunidade [...] Os salários formais também são muito baixos”.

Quanto às fronteiras, que delimitam os espaços físicos e intangíveis dos sistemas de varejo urbano, alguns aspectos devem ser considerados (BERTALANFFY, 1976). A feira é a materialização de um conjunto de atos e práticas que se desenrolam no transcorrer dos dias que a precedem. Tais atividades, desenvolvidas por seus agentes constituintes, não são delimitadas pelas estruturas físicas que restringem o espaço onde a feira ocorre. Elas traspassam o local de evento da feira, adentrando no cotidiano dos seus frequentadores. Ao passo que habitam algum espaço em seus arquétipos cognitivos, os orientando a tomarem determinadas atitudes, expressões concretas se consubstanciam; como, por exemplo, o ato de reservar bens para serem trocados na feira.

Essa ausência de fronteiras rígidas indica haver uma interação muito maior do que se possa intuir entre vendedores, consumidores e a feira. Como exemplo, é possível destacar a conduta do Sr. Messias, que ao surgir uma dúvida ou um interesse relevante é na feira que ele pensa como local de consulta:

Há também uma questão que é importante ser salientada, o fato de se ir à feira para aprender, conhecer coisas novas. Por exemplo, queria muito comprar um aquário, mas não sabia nada sobre aquários ou como criar peixes. Após algumas semanas conversando com vendedores e outros consumidores, pude comprar um razoável e alguns peixes pro meu neto.



Fotografia 3 – Mais do que um simples local de compra, uma plataforma de consulta e aprendizagem para seus frequentadores.

Fonte: Elaboração própria.

A atuação governamental se caracteriza como uma disfunção sistêmica, uma vez que, de acordo com os vendedores, seria um elemento que chega a ameaçar a continuidade da feira. A atuação do setor público, para eles, é tanto mais embotada, e menos percebida, quanto mais se desce nos degraus da escada social. Auxílios governamentais raramente são recebidos, mas nunca esperados. Intervenções públicas ocorrem de forma esporádica e, em geral, não levam em consideração a opinião dos vendedores e consumidores. O embate entre a atuação do setor público e a querela dos “beneficiados” reivindicando as suas ações é diuturno. Segundo alguns vendedores, as possíveis soluções levantadas pela prefeitura para a

correção dos problemas da feira não levam em consideração a opinião dos vendedores, ademais, seriam diametralmente opostas às ideias pensadas por eles. A atuação do setor público deveria ser conjunta, integrada aos demais elementos constituintes do sistema relevando-se a perspectiva dos indivíduos que movem os sistemas de varejo.

Para que esse quadro seja alterado, Sr. Hamilton sugere que seja implantado um sistema de representação na feira, uma liderança que atue em nome dos feirantes junto a órgãos públicos, fornecedores e demais instituições sociais. Para ele, é imprescindível a figura de um líder para que haja desenvolvimento. Em tal sistema, alterado periodicamente ou conforme a situação, a figura central do representante da feira seria auxiliado por diretores responsáveis pelos diversos departamentos que a constituem. Dessa forma, tanto os interesses globais quanto os específicos dos vendedores seriam contemplados pela gestão.

Não prescinde, portanto, que sejam repensadas as formas de interação e de relativa dependência do sistema com o meio no qual está circunscrito, observando-se as relações de sujeição e mutualismo existentes.

4.2 PROPÓSITOS QUE ORIENTAM AS ATIVIDADES DO SISTEMA

As feiras livres se caracterizam como uma manifestação da vontade humana, um encontro de pessoas que compartilham, ao menos *a priori*, objetivos comuns, relacionados à comercialização, i.e. compra, venda e troca, de produtos e serviços. Embora a conduta cotidiana de seus agentes constituintes seja orientada, essencialmente, pela perspectiva financeira, ao realizarem suas práticas diárias sob o signo da comercialização e/ou da aquisição monetária, também há um elemento transgressor na feira que foge a explicações meramente econômicas (BELK; SHERRY; WALLENDORF, 1988; SHERRY, 1990a, 1990b; RAJAGOPAL, 2010a).

Lazer e obrigação se confundem, o bom-humor está presente tanto nas ocasiões de ócio quanto de trabalho, motivando consumidores e vendedores à feira. E é dessa forma que se encara a atividade de compra, polarizada de forma inversa ao que geralmente se imagina, permeada pelo prazer mesmo nas mais simples aquisições. Ao invés de se fatigar ao realizar uma atividade obrigatória, se goza a oportunidade como um acontecimento lúdico e divertido.

O seguinte excerto, extraído da fala de Dona Júlia, 62 anos, retrata bem a imagem da feira aos consumidores: “Tem movimento, tem barraca, tem comida, tem tudo e o povo gosta [...] É muito conhecida essa feira, os turistas sempre vêm praí [sic], é lotada [...] É

como a feira de São Cristóvão [Rio de Janeiro]; vem gente até de fora só pra visitar e comprar na feira”.



Fotografia 4 – “Praça de alimentação”: espaço apropriado para fechar o dia de feira com uma cervejinha e uma mão de vaca quentinha.

Fonte: Elaboração própria.

Sr. João, 71 anos, que mora nas proximidades da feira, complementa: “A melhor feira da região é essa daqui. Não tem outra igual não”. O aposentado, contudo, lamenta a impossibilidade de não poder mais frequentá-la devido a problemas de saúde. “Hoje não posso mais ir. Mas ia todo domingo para ajudar o meu vizinho com a barraca dele e, depois do serviço, tomar uma cervejinha lá mesmo” Do mesmo modo, o carpinteiro Sr. Nonato, 50 anos, ressalta: “é sagrado! Sempre no final da feira paramos (ele e seu cunhado) lá no espetinho pra comer um churrasquinho com cerveja”.

Dessa forma, é possível traduzir o ato de compra dos consumidores da feira como uma atividade que, irrigada pelo bom-humor, traz benefícios de ordem imaterial para o indivíduo. Mais um alento frente às adversidades impostas pela vida.

Os agentes da feira se distanciam da concepção de homem robotizado, com comportamentos mensuráveis e previsíveis (RAPOPORT, 1976 WOODWORTH, 1976). Ao contrário, qualquer tentativa de descrevê-los tomaria sentido diametralmente oposto. Tal acepção deixa de fora todas as formas de criatividade, a expressão cultural, os laços de

amizade, o bom-humor etc., para tomá-lo por um ser movido unicamente pela sua dimensão econômica. Embora o lucro seja peça fundamental na manutenção das engrenagens da feira, encerrar a profundidade de seus agentes nessa perspectiva seria um tanto quanto limitado.

No que concerne à dinâmica de compra dos consumidores, observa-se a ocorrência de um fenômeno que sincretiza bem ambos os valores de compra: enquanto os fatores utilitários servem de base para a construção do palco, o espetáculo da compra é apresentado pelos atributos hedônicos. Em outras palavras, o valor de compra hedônico permeia o processo de compra coadjuvando, e por vezes assumindo o papel principal, na consecução da atividade de compra (BATRA; AHTOLA, 1991; SHERRY, 1990a, 1990b; GATTO, 2002; GREWAL; LEVY; KUMAR, 2009; VERHOEF et al., 2009; RAJAGOPAL, 2010a; NUTTAVUTHISIT, 2014).

Os consumidores da feira formam um grande contingente de consumo que busca ideais diversos daqueles geralmente racionais e simplistas imaginados pelas empresas (ZORRILLA, 2002; VERHOEF et al., 2009; BAGDARE; JAIN, 2013). O que destaca a feira de um mercado formal é a liberdade de ação que há em seu espaço, pois não há um relacionamento bilateral pragmático de compra e venda. Esse conceito é expandido na feira. Os consumidores ora se comportam como simples compradores, ora como negociantes; não há limites de interação entre os seus transeuntes. Para muitos se caracteriza mesmo como uma segunda casa, onde se tem de tudo ao alcance das mãos.

4.3 PRESERVAÇÃO DA IDENTIDADE ESTRUTURAL E DESENVOLVIMENTO

As feiras livres já estão radicadas na rotina principalmente da população menos abastada (OLAVARRIETA et al., 2008; RAJAGOPAL, 2010a). Suas atividades proporcionam o sustento e a sobrevivência diária, ou em forma de emprego e renda ou em forma de produtos acessíveis adequados à realidade por eles enfrentada. De forma análoga, há uma identidade étnica-cultural entre esse arquétipo de mercado e a vida cotidiana de uma grande massa de indivíduos (RAJAGOPAL, 2010a). Dessa forma, a feira representa um modelo que satisfaz muito bem a necessidade de um grande número de pessoas, e alterações mais ou menos profundas em sua estrutura provavelmente seriam vistas como uma tentativa de alterar um processo tradicional e benéfico para a população. Há, nesse sentido, uma forte inter-relação entre consumidores e vendedores; ressaltando-se, sobretudo, a totalidade estrutural da feira.

O desenvolvimento da feira ocorre de forma no mínimo curiosa. Embora se caracterize, tanto para consumidores quanto para vendedores, como a melhor e mais conhecida feira da cidade, a feira da Parangaba se desenvolve sempre à margem, expandindo os limites de compreensão do comércio e dos sistemas de varejo urbano. A feira apresenta características singulares que destoam completamente das encontradas em outras plataformas de comércio, como, por exemplo, funcionar aos domingos, comercializar itens de segunda mão, livres de impostos, permitir a troca, a negociação de produtos, a pechincha, dentre outros.

A troca e a negociação de produtos de segunda mão são comentadas por Reginaldo, 47 anos, que costuma frequentar a feira, principalmente, devido a possibilidade de se “fazer o rolo”, prática comum nos corredores da feira. Segundo ele, “quando se tem uma peça em casa se leva pra ‘fazer rolo’, você tem uma coisa velha em casa e chega e: ‘troca aqui por essa daqui e tal’, ‘tem como a gente fazer um rolo aí?’ Aí fica uma coisa pela outra”.

Contudo, como ele mesmo complementa, o processo de negociação na feira significa a arte de desvalorizar ao máximo o bem alheio. Ademais, Reginaldo define a feira de forma no mínimo curiosa. Para ele, a feira é como um grande jogo,

uns querendo ganhar em cima dos outros [...] o bem e o mal estão unidos alí, estão todos dois juntos alí. É uns fazendo o bem e outros querendo fazer o mal. Deus e o Diabo os dois andam junto, lado a lado. É Deus te chamando para um lado e o demônio ‘vem pro meu’ [...] o jogo da feira é como o jogo da vida.

Essa visão, que assemelha a feira a um grande palco de eventos montado para que sejam desenvolvidos os jogos entre seus elementos constituintes, demonstra a estreita e peculiar relação entre consumidores e vendedores; que, por vezes, permutam de papel atuando tanto à guisa de vendedores quanto de compradores. As interações são intermediadas pela lógica do jogo, da negociação, o que aumenta a eficiência entre as trocas de matérias entre as partes.

A inovação é outra característica presente no cotidiano da feira, constituindo uma norma ou princípio estrutural que orienta as suas atividades. É fácil perceber a influência da inovação como elemento modificador de práticas, atos e hábitos no dia-a-dia da feira. A inovação é sentida, principalmente, nos produtos vendidos, sempre buscando-se atender às necessidades emergentes dos consumidores. Muitos dos itens vendidos foram fragmentados e “subfragmentados”, sempre com o intuito de se atender às mais específicas necessidades dos consumidores: hélice de ventilador, molas, botões, cabo de chave de fenda, pedaços de canos

e toda sorte de barracas cada vez mais exóticas, que vão desde drogarias e bancas de animais, a *sexyshops* e rezadeiras.

Vários entrevistados comentam que ao necessitar comprar itens muito específicos, que dificilmente encontrariam em lojas convencionais, recorrem à feira como o local mais propício para encontrá-los. Peças de eletrodomésticos para a Sra. Júlia, galinhas e cabras para o Sr. Messias, ferramentas ou componentes eletrônicos para o Sr. Nonato, o Sr. Reginaldo; sempre, quando for o caso, com a possibilidade de se encontrar itens de segunda mão bem mais em conta.



Fotografia 5 – Exposição de dezenas de ferramentas e peças “subfragmentadas”.

Fonte: Elaboração própria.

A inovação nos produtos e serviços se reflete também nas novidades trazidas pelos vendedores, sempre atualizados com os últimos lançamentos do mercado; isso não significa que as novidades, diga-se de passagem, necessariamente sejam originais.

É curioso como em meio à profusão de produtos alguma ordem parece emergir. Diante de centenas de barracas vendendo peças de roupas para todos os públicos, parece haver uma intrigante diferenciação dos itens vendidos. Há, de certa forma, uma preocupação em comercializar artigos que difiram, ao menos minimamente, dos já vendidos.

Não obstante a forte presença de artigos modernos e inovadores, os produtos populares ainda são muito comuns e procurados na feira, evidenciando o sincretismo do contemporâneo e do antigo; relação que constrói o cotidiano da feira.

A feira também funciona, por vezes, como uma espécie de vitrine, onde os vendedores expõem os seus produtos para realizarem os seus negócios em outro momento. Rubinho entrega cartões de visita, repassa o endereço e o número de telefone da sua loja de equipamentos eletrônicos. Contudo, a sua loja formal serve apenas de extensão da barraca da feira. Segundo ele, cumpre função de apêndice, um grande almoxarifado para estoque de produtos, uma vez que a plataforma de negócios mais lucrativa é a feira; Rubinho chega a alcançar o lucro de duas ou três semanas corridas na loja em um único dia na feira.



Fotografia 6 – Produtos modernos e tendências de mercado alteram o cenário da feira a cada domingo.

Fonte: Elaboração própria.

Outro tópico que merece ser acentuado como um movimento obrigatório aos sistemas de varejo urbano é a necessidade de integralização (PEARSONS, 1960; BERTALANFFY, 1976; 2009; SKITTNER, 1996). É imperativo ao sistema de varejo a ação de integrar clientes, vendedores, governo, sociedade local, concorrentes, turistas, além de integrar histórias e laços para a solidificação de sua imagem e do seu desenvolvimento.

Contudo, integralizar pressupõe uma ação aparentemente difícil de se realizar: a de pensar no sistema de forma holística e colocar as necessidades do todo acima das pessoais. É possível aferir que, de fato, pensa-se no outro, mas não no coletivo; essa lógica guia ações

que, à primeira vista, aparentam ser contraditórias. Como por exemplo é possível citar o ato comum de ajudar um amigo a limpar a frente da barraca, mas jogar o lixo em uma área inapropriada, prática corriqueira entre os vendedores. A solidariedade está presente, embora não tenha se expandido ao ponto de englobar todo o espectro da feira.

Por outro lado, apesar de dificuldades ocasionais em sua implementação, a integração é um processo que ocorre, até certa medida, de forma inelutável. A sua ação já é sentida, por exemplo, ao promover a associação de plataformas de consumo aparentemente antagônicas. A instalação de um grande supermercadista, a cerca de 50 m das primeiras barracas, foi uma estratégia proveitosa para os dois mercados: a feira ganhou um estacionamento e mais um (grande) feirante, atraindo ainda mais clientes; o supermercado ganhou os lucros do serviço de estacionamento e os clientes queixosos com a falta de higiene ou qualidade de alguns produtos, principalmente perecíveis. Relações mutualistas similares ocorrem com outros empreendimentos da região, como *shopping centers*, restaurantes, dentre outros. Essas relações dão mais uma prova da flexibilidade das fronteiras que a delimitam os sistemas de varejo urbano.



Fotografia 7 – O tradicional também tem o seu espaço cativo na feira.

Fonte: Elaboração própria.

Cumpre destacar, ademais, que assim como evidenciado pela teoria dos sistemas abertos, os estágios estacionários fazem parte do processo de desenvolvimento dos sistemas de varejo urbano (PARSONS, 1960; BERTALANFFY, 1976; 2009). Tais comenos são

importantes para que o sistema consiga acumular potencialidades competitivas e se reordenar com o intuito de reagir às alterações no ambiente externo (RAPOPORT, 1976; WOODWORTH, 1976; BERTALANFFY, 2009). Dessa forma, para sistemas de varejo urbano, desfruir de tais estados é uma propriedade chave para o processo de resiliência.

Os estágios de estabilidade parecem sempre preceder um evento de transformação significativa na feira. Mudanças como a alteração de local, o que já ocorreu em outras oportunidades, e a última vez há cerca de 20 anos, fiscalização e/ou recadastramento realizado pela prefeitura, melhoria da infraestrutura, inserção de um novo empreendimento nas cercanias etc.

4.2 REDES SEMÂNTICAS DO SISTEMA DE VAREJO URBANO

Nesta etapa do estudo, duas pesquisas foram implementadas com agentes que compõem o cotidiano da feira. Embora tenha se empregado a técnica de redes semânticas naturais para a consecução de ambas, a primeira foi realizada unicamente com os vendedores da feira, ao passo que a segunda foi desenvolvida apenas com os seus consumidores.

4.2.1 Redes semânticas naturais dos vendedores da feira

Para a consecução do objetivo da pesquisa, qual seja: analisar o processo de resiliência de sistemas de varejo urbano, representados aqui pela feira livre, inicialmente foi perguntado aos vendedores se acreditavam que a feira cresceu, diminuiu ou se manteve constante nos últimos anos. De 232 respostas, 165 (71,12%) apontavam que a feira cresceu nos últimos anos, contra 19 (8,19%) que indicavam que a feira diminuiu e 48 (20,69%) que afirmaram que a feira se manteve constante.

Os resultados obtidos indicam que a feira, na opinião dos próprios vendedores que a constituem, se caracteriza como um mercado resiliente. Da mesma forma, também foi perguntado aos vendedores qual seria a projeção para os próximos anos, se acreditavam que a feira iria crescer, diminuir ou se manter estável. Dentre as 232 respostas, 139 (59,91%) vendedores acreditam que a feira crescerá, ao passo que apenas 25 (10,78%) vendedores acreditam que a feira diminuirá e 68 (29,31%) creem na estabilidade do ambiente. Embora com números inferiores à pergunta referente aos últimos anos, os vendedores também acreditam no crescimento da feira para os próximos anos.

O processo de resiliência da feira, dessa forma, é resultado não somente do crescimento dos indicadores utilizados como parâmetro pelos vendedores, mas também da manutenção desses índices ao longo do tempo, uma vez que manter-se estável, para sistemas de varejo urbanos, indicaria resiliência frente à evolução dos mercados (MARTIN, 2012). Vale destacar que os entrevistados utilizaram parâmetros subjetivos para embasar suas análises, dado que os vendedores não foram impelidos a responder com base em um indicador específico.

Quanto aos dados descritivos dos respondentes, observa-se que 96 são do sexo feminino e 136 do sexo masculino, com idade média de cerca de 44 anos e 12 anos e 8 meses de trabalho na feira. Ademais, a renda média informada pelos vendedores gira em torno de 1,5 salários mensais.

Por conseguinte, foram iniciados os procedimentos necessários à construção da rede semântica da feira. Com efeito, foram citadas 264 palavras ou expressões diferentes em um total de 414 mencionadas pelos vendedores; classificadas em 19 grupos definidores de acordo com a similaridade semântica das palavras. Cumpre destacar, contudo, que 45 palavras ou expressões não foram agrupadas, uma vez que não apresentavam similaridade semântica com os grupos emersos. Ademais, tais unidades semânticas, em geral, não representavam contribuição contundente para a análise; e.g., porque sim; não mudará; porque é melhor; piorar não pode; restrita; se chover melhora a produção; sistema, dentre outras. Os grupos formados podem ser visualizados na Tabela 1, a seguir.

Tabela 1 – Conjuntos definidores, valores J e M e expressões principais – vendedores

(continua)

Conjuntos definidores	Valor J	Valor M	Palavras ou Expressões Principais
Aumento da quantidade de clientes	19	60	Aumento de clientes; Maior movimento; Mais vendas
Aumento da quantidade de vendedores	36	130	Chegando mais barracas; Aumento de feirantes; Vendedores aumentarão
Aumento populacional	19	68	População está crescendo; Aumento da população; Crescimento populacional
Concorrência	19	59	Concorrência; Supermercados; Shopping; Produtos importados
Conjectura atual do país	16	49	Desenvolvimento; Economia do país; Copa; Aumento da renda da classe baixa
Desemprego	68	243	Desemprego; Dificuldade de emprego; Falta de emprego
Diminuição das vendas	13	44	Vendas diminuirão; Poucas vendas; Vendas diminuirão
Empreendedorismo	28	91	Independência financeira; Próprio negócio; Empreendedor individual

Limitação Espacial	42	159	Espaço; Espaço cheio; Falta de espaço; Falta espaço para crescimento
Falta de estrutura	8	26	Desestruturação; Falta banheiro; Falta de organização; Buraco
Imagem positiva	10	26	O povo gosta da feira; Mais bem vista; Muito conhecida; Muito popular
Insegurança	12	37	Insegurança; Ladrão; Falta de segurança; Violência

Tabela 1 – Conjuntos definidores, valores J e M e expressões principais – vendedores

(conclusão)

Conjuntos definidores	Valor J	Valor M	Palavras ou Expressões Principais
Oportunidade de Emprego e Renda	30	86	Oportunidade de emprego; Fonte de renda; Oportunidade de ganhar dinheiro
Políticas governamentais	19	63	Governo; Falta de interesse político; Falta de investimento; Fiscalização; Prefeitura
Preço baixo	4	9	Preço; Melhores preços; Menor preço
Tradição	7	14	Tradição; Histórica; Tradicional
Transferência da feira	5	16	A feira vai acabar; A feira irá se mudar; Por conta da transferência da feira
Turismo e lazer	9	27	Turismo; Disponibilidade de feira aos domingos; Folga; <i>Hobbie</i>
Variedade e novidade	5	16	Aumento do número de produtos; Busca por variedade; Novidades

Fonte: Elaboração própria.

Como é possível observar, mediante a análise da tabela, diversas razões foram apontadas como as responsáveis pelo crescimento, diminuição ou manutenção da feira. Cumpre salientar que as razões não se restringem a fatores exclusivamente financeiros, como quantidade de clientes ou volume de vendas; porquanto a abordagem dos pesquisadores não condicionou a respostas dos vendedores a tais fatores. Como evidencia a tabela, a feira poderia, de acordo com a opinião dos respondentes, crescer, diminuir ou permanecer estável a partir de uma visão mercadológica, espacial, social e, até mesmo, cultural.

Tais resultados indicam que há uma preocupação conspícua, por parte dos vendedores, que transcende a dimensão puramente econômica da feira. Fatores vinculados às dimensões social e cultural da feira destacam-se no discurso de alguns vendedores, que embasam suas falas em valores intangíveis que destoam do racionalismo econômico tradicional (STEWART, 1982; RAJAGOPAL, 2010a). A feira cumpre um destacado papel

social, proporcionando emprego e renda ao passo que faculta, além de um convencional local de compra a preços baixos, um ambiente de diversão e lazer.

Expressões como “muito popular”, “tradição”, “histórica” e “o povo gosta da feira” demonstrariam uma possível inserção da feira na consciência coletiva da sociedade, porquanto se caracteriza como um ambiente com propriedades que se diferenciam das encontradas em outros mercados. As frias relações de compra e venda são expandidas na feira. “O cliente faz o que quer”, como expressou um dos vendedores, revela a liberdade das ações dos transeuntes, o que amplia as interações entre vendedores e consumidores; incorrendo, por vezes, na amizade entre eles. A troca, a negociação, a barganha são formas paralelas de comercialização que facultam a consecução dos negócios na feira (SHERRY, 1990a, 1990b; RAJAGOPAL, 2010a).

Da mesma forma, a dimensão festiva da feira é evidenciada pelos vendedores. Aquiescendo as acepções teóricas levantadas por Sherry (1990a, 1990b), Rajagopal (2010a) e Peñaloza, Gerhard e Souza (2013), termos como “os ricos têm o *hobbie* de ir à feira”, “não é mais uma feira, mas um polo”, “se divertir”, “por causa do lazer”, foram mencionadas reiteradamente. Destarte, tais considerações corroboram o aspecto transcendente da feira, ao aduzirem a dimensão hedônica, em detrimento dos atributos puramente econômicos, sobrelevada no ambiente (SHERRY, 1990a, 1990b; RAJAGOPAL, 2010a; PEÑALOZA; GERHARD; SOUZA, 2013).

Deve-se ressaltar, do mesmo modo, o destacado mister econômico desempenhado pela feira, porquanto signifique a fonte de emprego e renda e, conseqüentemente, a sobrevivência de um grande número de trabalhadores excluídos do mercado de trabalho. Ressalta-se, outrossim, a importante função social desenvolvida pela feira ao acolher um grande contingente de trabalhadores desempregados que retiram de suas barracas renda suficiente para sobreviver por mais uma semana. Expressões como “falta de qualificação”, “dificuldade de emprego para pessoas acima de 40 anos” e “falta de emprego”, revelam o desespero dos vendedores ante ao desemprego e a recorrência à feira como uma oportunidade de recomeço laboral.

Do mesmo modo, a feira representa a libertação das amarras patronais, uma vez que os vendedores escolhem o trabalho informal, em detrimento do trabalho de carteira assinada, como uma alternativa frente à prisão da vida assalariada. Locuções como “não ter patrão”, “trabalho informal” e “fazer o próprio salário” constituem o conjunto definidor empreendedorismo, o que demonstraria o movimento dos vendedores em recorrer à feira

como uma alternativa redentora que os liberta dos vínculos empregatícios opressores do mercado formal.

Outrossim, é importante que se ressalte a exposição, por parte dos vendedores, de expressões que se referem a características individuais dos vendedores ou a propriedades da própria feira, porquanto se caracterize como um sistema complexo resultante da confluência de diversos agentes sociais, que fazem alusão a aspectos psicológicos ou mercadológicos de resiliência. Sentenças como “a feira vai se adaptar”, “aumentará a quantidade de clientes”, “vai aumentar se Deus quiser”, “permanecer sempre crescendo”, “vai crescer tudo”, “tendência do mercado aumentar”, “as vendas aumentarão”, “a feira é abençoada”, denotam atributos imprescindíveis à resiliência individual e mercadológica como crescimento, adaptação, resposta, perseverança e otimismo (PONOMAROV; HOLCOMB, 2009; KEONG; MEI, 2010; ERKIP; KIZILGÜN; AKINCI, 2013). Cumpre salientar que, no âmbito estritamente individual, muitos vendedores demonstraram possuir otimismo em relação ao futuro. Alguns vendedores até mesmo chegaram a acrescentar: “se não acreditarmos que as coisas vão melhorar, deveríamos rezar”.

Quanto ao atributo políticas governamentais é possível observar que ocorre uma disfunção das funções desempenhadas pelas políticas públicas versadas à feira. Ao contrário do que, por definição, deveria representar, o conjunto definidor políticas governamentais é constituído por termos como “falta de interesse político”, “falta de investimento”, “fiscalização”, “eles interferem em tudo”, indicando haver certa insatisfação com poder público. É importante destacar que a atuação governamental em sistemas urbanos é um aliado imprescindível à resiliência de tais ambientes (KÄRRHOLM; NYLUND; FUENTE, 2010; OZUDURU; VAROL; ERSCOSKUN, 2012; ERKIP; KIZILGÜN; AKINCI, 2013); contudo, as intervenções públicas não têm sido aprovadas pelos vendedores, uma vez que as consideram ou insuficientes ou mal elaboradas.

Concernente à conjectura atual do país, os vendedores demonstram possuir uma perspectiva otimista no contexto hodierno. Expressões como “economia”, “bolsa família”, “copa”, “a classe média também está procurando a feira”, revelam o destacado papel desempenhado pela atual conjectura do país para o crescimento da feira. Dessa forma, é possível observar que os fatores externos à feira secundam no processo de resiliência mercadológica de tais ambientes.

Outros fatores como transferência da feira, variedade e novidade e tradição também foram mencionados na pesquisa. Segundo os vendedores, a perspectiva de mudança de localidade afasta os clientes que, inseguros com a constante ameaça de transferência da

feira, procuram outros locais de compra. Por outro lado, a grande variedade de produtos, as novidades sempre presentes e atualizadas e a tradição da feira atraem e fidelizam os clientes. Tais atributos, como evidenciado por Menezes (2005) e Peñaloza, Gerhard e Souza (2013), demonstram os diferenciais competitivos das feiras livres em relação aos mercados formais.

Por conseguinte, foi criado o conjunto SAM, ou seja, o conjunto dos 15 conjuntos definidores que obtiveram os maiores valores M totais. Por fim, desenvolveu-se o cálculo FMG, fixando-se como ponto de partida o conjunto definidor com o maior valor M. Deve-se destacar que os fatores aumento da quantidade de clientes, aumento da quantidade de vendedores e diminuição das vendas foram excluídos, dado que não aportam contribuições à análise e ao inclui-los examinar-se-iam as causas pelos efeitos. Tais conjuntos são ordenados e evidenciados na Tabela 2, a seguir:

Tabela 2 – Conjunto SAM e conjunto FMG – vendedores

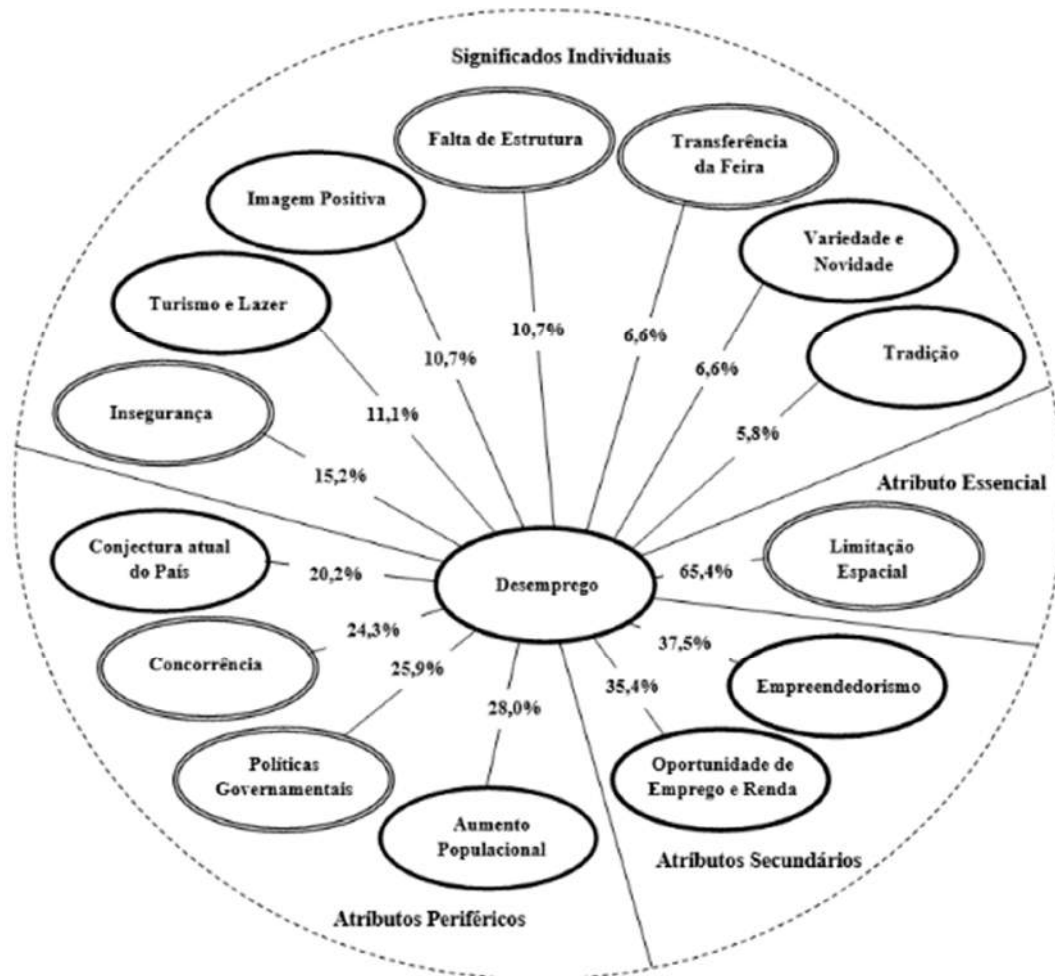
Ordem	Conjunto SAM	Valor M	Cálculo FMG
1	Desemprego	243	100,00%
2	Limitação Espacial	159	65,43%
3	Empreendedorismo	91	37,45%
4	Oportunidade de Emprego e Renda	86	35,39%
5	População	68	27,98%
6	Governo	63	25,93%
7	Concorrência	59	24,28%
8	Conjectura atual do país	49	20,16%
9	Insegurança	37	15,23%
10	Turismo e lazer	27	11,11%
11	Imagem positiva	26	10,70%
12	Falta de estrutura	26	10,70%
13	Variedade e novidade	16	6,58%
14	Transferência da feira	16	6,58%
15	Tradição	14	5,76%

Fonte: Elaboração própria.

Mediante a análise da tabela, observa-se que o conjunto definidor com maior poder explicativo é o fator desemprego. Com 243 citações o conjunto apresenta-se como o principal agente responsável pelo crescimento, diminuição ou estabilidade da feira. Consequentemente, os fatores espaço e aumento da quantidade dos vendedores foram mencionados 159 e 130 vezes pelos vendedores, alcançando, sucessivamente, 65,43% e 53,50% do poder explicativo do fator mais bem posicionado: o conjunto desemprego.

Após o trabalho dos dados, iniciou-se a construção do mapa conceitual, inserindo-se todos os conceitos encontrados e as respectivas interações entre eles. Como é possível observar na Figura 1, a seguir, os conjuntos definidores foram relacionados a partir da força semântica que possuem para explicar o crescimento, diminuição ou estabilidade da feira.

Figura 1 – Rede semântica da feira livre - vendedores



Legendas:

—— Razões que facultam o crescimento ou a estabilidade da feira.

==== Razões que dificultam o crescimento ou a estabilidade da feira.

Fonte: Elaboração própria.

Como é possível constatar, conjuntos definidores que possuíssem acima de 50% de poder explicativo foram classificados como atributos essenciais; dentre 30% e 50% os conjuntos foram denominados atributos secundários; dentre 20% e 30% de atributos periféricos; e os demais, abaixo de 20% de poder explicativos, de significados individuais. Do mesmo modo, os conjuntos definidores foram segregados entre aqueles que representam fortalezas da feira, uma vez que facultam o seu crescimento ou estabilidade, e os que denotavam vulnerabilidades, porquanto dificultam o crescimento ou a estabilidade da feira.

O principal conjunto definidor da resiliência da feira é o fator desemprego. O conjunto faculta o crescimento da feira, porquanto os vendedores que assinalaram essa razão acreditam que a feira tem crescido e continuará crescendo nos próximos anos. A importância atribuída ao fator aquiesce o destacado papel social da feira, dado que representa um mercado de captação de mão de obra alternativo; em contraste ao setor formal.

Por outro lado, o atributo essencial limitação espacial é o segundo fator com maior poder de explicação (65,4%). O fator apresenta-se como um elemento que dificulta o crescimento da feira, dado que os vendedores que assinalaram essa opção indicaram, majoritariamente, que a feira irá diminuir nos próximos anos. Como confidenciaram os próprios vendedores, “não há mais espaço”, “os feirantes estão tomando as calçadas”. A feira é limitada por duas grandes avenidas e uma lagoa, o que impossibilita o crescimento espacial. Contudo, os vendedores fixos e ambulantes se reorganizam encontrando espaços em canteiros, calçadas e às margens da lagoa.

Quanto aos atributos secundários, observa-se que todos representam fatores que favorecem o crescimento ou estabilidade da feira. Os conjuntos definidores empreendedorismo (37,5%) e oportunidade de emprego e renda (35,4%) também são apontados pelos vendedores como fatores responsáveis pela resiliência da feira. Da mesma forma, os atributos periféricos aumento populacional (28,0%) e conjectura atual do país também são apontados como importantes conjuntos definidores que possibilitam a cristalização da resiliência em tais locais. Por outro lado, os fatores concorrência (24,3%), que se refere em grande parte a agentes externos, e políticas governamentais (25,9%) dificultam o processo de resiliência.

Não obstante, é necessário que se alocue, dentre os fatores levantados, maior atenção ao atributo políticas governamentais, uma vez que os vendedores apontam as intervenções públicas como ameaças responsáveis por uma possível diminuição da feira nos próximos anos. É possível observar que há certa disfunção das políticas públicas voltadas à feira, uma vez que deveriam representar um aspecto que facultasse o crescimento do ambiente. Sistemas de varejo dependem grandemente da atuação pública, auxiliando na melhora das vias de acesso, na intensificação da segurança no local, na melhoria das condições de higiene e de infraestrutura, na coibição da inserção de grandes empreendimentos região, dentre outros (MEDD; MARVIN, 2005; SOUMAGNE et al., 2009; OZUDURU; VAROL; ERSCOSKUN, 2012; PETRESCU; BHATLI, 2013; ERKIP; KIZILGÜN; AKINCI, 2013). Salienta-se que tais medidas também são consideradas fatores limitantes à feira nesta pesquisa: concorrência, diminuição das vendas, insegurança e falta de estrutura. Dessa forma ressalta-se a ofuscada intervenção pública nesses aspectos.

Os demais atributos, embora portem grande poder explicativo, se caracterizam como significados individuais por não representarem opiniões generalizadas, mas próprias de grupos específicos dentre os vendedores. Dessa forma, é possível observar que os atributos insegurança (15,2%), falta de estrutura (10,7%) e transferência da feira (6,6%) estão presentes no cotidiano da feira, representando ameaças à sua estabilidade ou crescimento. Por outro lado, os atributos turismo e lazer (11,1%), imagem positiva (10,7%), variedade e novidade (6,6%) e tradição (5,8%) representam oportunidades de crescimento à feira.

Contudo, quanto aos atributos levantados, uma ressalva deve ser feita. Nenhum dos conjuntos definidores é causado por intervenções individuais ou sistêmicas. Ações como planejamento a longo prazo, liderança, criação e divulgação de eventos, preocupação estética, implementação de estratégias mercadológicas, organização, dentre outras, normalmente vinculadas às capacidades dos próprios vendedores (OZUDURU; VAROL; ERSCOSKUN, 2012; PETRESCU; BHATLI, 2013; ERKIP; KIZILGÜN; AKINCI, 2013), não são apontadas pelos vendedores como responsáveis pela resiliência da feira. Tal consideração indicaria uma dependência excessiva de fatores externos para a sua estabilidade ou crescimento.

4.2.2 Redes semânticas naturais dos consumidores da feira

No que concerne aos dados descritivos dos consumidores entrevistados, 126 respondentes (75%) são do sexo masculino e 42 (25%) do sexo feminino, com idade média de 39 anos. A renda média informada é de cerca de 3,5 salários mínimos.

Ao se analisar a opinião dos consumidores sobre o processo de resiliência da feira, assim como ocorreu com os vendedores, a maioria dos respondentes, 108 indivíduos (64,29%), acreditam que a feira cresceu ao longo dos últimos anos, ao passo que 54 consumidores (32,14%) apontam que a feira diminuiu e apenas 6 respondentes (3,57%) indicam que a feira permaneceu constante.

Dessa forma, os consumidores da feira a concebem como um mercado resiliente, uma vez que vem apresentando crescimento ao longo dos anos. Ademais, quando perguntados sobre a projeção para os próximos anos, 101 respondentes (60,84%) acreditam que a feira apresentará crescimento, 52 (31,33%) aduzem que irá diminuir e 13 (7,83%) creem que a feira permanecerá constante.

Quanto aos procedimentos necessários à construção da rede semântica com os consumidores da feira, foram citadas 282 palavras ou expressões diferentes em um total de 422 mencionadas pelos respondentes, alcançando assim uma riqueza semântica maior do que à rede formada pelo alvitre dos vendedores. Tais expressões foram classificadas, inicialmente, em 19 conjuntos definidores. Dentre os termos mencionados, contudo, 67 não foram classificados por não apresentarem semelhança semântica com nenhum dos grupos alçados. Dessa forma, palavras ou expressões como paz, equilíbrio, menos feriados, movimentação, problema social, dentre outras. Os grupos formados são evidenciados na Tabela 3, a seguir.

Tabela 3 – Conjuntos definidores, valores J e M e expressões principais – consumidores

Conjuntos definidores	Valor J	Valor M	Palavras ou Expressões Principais
Aumento da economia e do comércio	16	100	Aumento da atividade comercial; Comercio expandindo; Crescimento do mercado
Aumento da quantidade de clientes	11	76	Maior fluxo de pessoas; mais consumidores; maior volume de pessoas
Aumento da quantidade de vendedores	28	195	Aumento do número de vendedores; Aumento de feirantes; Mais bancas
Aumento da renda dos consumidores	5	20	Aumento da renda; Aumento do poder aquisitivo; Maior poder aquisitivo
Aumento Populacional	34	235	Aumento da população; Crescimento populacional; População crescendo
Concorrência	3	17	Concorrência; Muita concorrência; <i>Shopping center</i>
Desemprego	26	176	Desemprego; Falta de emprego; Falta de trabalho; Índice de desemprego
Empreendedorismo	11	74	Autonomia; Busca pelo próprio negócio; Desenvolver próprio negócio
Facilidade de acesso	13	69	Centralizada; Fácil acesso; Facilidade de transporte; Local acessível; Localização
Falta de estrutura	41	269	Ambiente sujo; Bagunça; Desorganização; Falta de estrutura; Infraestrutura
Fiscalização e atuação	25	155	Falta de fiscalização; Falta de investimento;

governamental	Intervenção pública; Local alternativo		
Imagem positiva	16	98	Boa; Fama; Melhor feira; Mercado popular; O povo gosta; Popularidade
Informalidade	14	97	Aumento da informalidade; Comércio informal; Emprego informal; Informalidade
Insegurança	8	35	Falta de segurança; Índice de criminalidade; Falta de policiamento; Roubo
Limitação Espacial	68	473	Espaço limitado; Falta de espaço; Invadindo as ruas; Ocupando o espaço público
Oportunidade de Emprego e Renda	18	116	Angariar dinheiro; Fonte de renda; Ganhar dinheiro; Meio de vida; Renda; Renda extra
Preço baixo	22	152	Barato; Coisas mais baratas; Preços acessíveis; Preços baixos; Preços em conta
Produtos ilegais	7	42	Ilegalidade; Produtos não confiáveis; Práticas ilícitas; Venda de produtos ilícitos
Variedade	28	191	Tem de tudo; Tem o que se quer; Variedade; Variedade de produtos

Fonte: Elaboração própria.

A Tabela 3 apresenta, em geral, fatores semelhantes aos evidenciados pela Tabela 1, erigida pelas respostas dos vendedores; corroborando a perspectiva de que o processo de resiliência da feira pode ocorrer através de um viés que destoa da simples visão mercadológica.

Assim como mencionado pelos vendedores, fatores como: aumento da quantidade de clientes, aumento da quantidade de vendedores, concorrência, aumento populacional, desemprego, empreendedorismo, falta de estrutura, insegurança, limitação espacial, oportunidade de emprego e renda, preço baixo, imagem positiva e variedade, também fazem parte da representação do processo de resiliência dos consumidores da feira.

O papel social desempenhado pela feira, citado pelos vendedores, é corroborado pelos consumidores, uma vez que tal ambiente representa uma oportunidade de emprego e renda, bem como a subsistência de muitas famílias. A feira, desse modo, representa uma nova chance de ingresso ao mercado de trabalho ou fonte de renda extra para uma grande massa de indivíduos. O mercado formal, ademais, representa um entrave à criatividade e a realização do sonho de desenvolver o próprio negócio. A dificuldade em se conseguir um emprego formal, ademais, culmina na tentativa de uma nova vida profissional na feira, seja como um vendedor fixo ou ambulante.

Tais razões, ademais, contribuíram para a formação do construto informalidade. Constituído por expressões como “aumento da informalidade”, comércio informal, emprego informal e informalidade, o conjunto definidor demonstra a importância do mercado informal para a feira, uma vez que auxilia na retomada laboral dos que buscam na feira uma oportunidade de emprego. Do mesmo modo, facilita a prática comercial entre vendedores e consumidores pela inexistência de rotinas burocráticas e não pagamento de impostos.

Não obstante, é importante que se distinga a informalidade do conjunto semântico produtos ilegais. Formado por termos como “ilegalidade”, “produtos não confiáveis” e “venda de produtos ilícitos”, o grupo evidencia práticas consuetudinárias de desvio de conduta, conspícuas no ambiente da feira. Tal fator, ademais, é responsável por construir o imaginário das feiras livres ao redor do mundo. As feiras são caracterizadas, em geral, pelo comércio de produtos roubados, falsificados, reaproveitados, dentre outros, o que pode prejudicar a formação de sua imagem (BELK; SHERRY; WALLENDORF, 1988; SHERRY, 1990b).

A esperança é outra característica compartilhada por consumidores e vendedores da feira. Expressões como “eu espero”, “esperança”, “espero que cresça”, “torço para que melhore”, revelam a confluência de interesses dos agentes constituintes da feira. Tanto consumidores como vendedores desejam que a feira continue a se desenvolver, uma vez que beneficiaria a ambos. Tal atributo reforça a perseverança e o otimismo de seus frequentadores, importante fator que faculta a construção da resiliência individual (PONOMAROV; HOLCOMB, 2009; KEONG; MEI, 2010).

Contudo, alguns conjuntos definidores foram alçados exclusivamente pelos consumidores. Aumento da economia e do comércio, composto por expressões como “aumento da atividade comercial”, “comércio expandindo”, “crescimento do mercado”, dentre outros, é um conjunto definidor que, embora não tenha sido citado, especificamente, pelos vendedores, possui semelhanças semânticas com o grupo conjectura atual do país. O conjunto revela como as externalidades provocadas por fatores econômicos tem ajudado a feira a se desenvolver.

Além de se aproveitar do crescimento do setor de comércio, a feira também se vale do aumento do poder aquisitivo dos seus frequentadores para o seu desenvolvimento; evidenciado pelo conjunto definidor aumento da renda dos consumidores. Constituído por expressões como “aumento da renda”, “aumento do poder aquisitivo” e “maior poder aquisitivo”, o conjunto definidor ratifica a relação de dependência existente entre a feira e seus consumidores.

A facilidade de acesso, formado principalmente pelas palavras “centralizada”, “fácil acesso”, “facilidade de transporte” e “localização,” foi outro conjunto definidor alçado na pesquisa empírica com os consumidores. A localização e a acessibilidade, conforme aduzem Parente e Kato (2001) e Hamilton (2003), cumprem papel de destaque na escolha de um ambiente varejista. Do mesmo modo, são fatores que contribuem para o desenvolvimento do processo de resiliência da feira, dado que facilitam a sua integração com os clientes.

Quanto ao conjunto definidor fiscalização e atuação governamental, é possível aferir a percepção dos consumidores no que concerne às intervenções públicas na feira. Representado por expressões como “falta de fiscalização”, “falta de investimento”, “intervenção pública” e “local alternativo”, o grupo semântico revela a ausência do setor público na vida cotidiana da feira. Para os consumidores, a esfera governamental deve atuar mais avidamente para o combate dos problemas da feira; o que comprova a sua destacada importância para o desenvolvimento de sistemas de varejo urbanos (KÄRRHOLM; NYLUND; FUENTE, 2010; OZUDURU; VAROL; ERSCOSKUN, 2012; ERKIP; KIZILGÜN; AKINCI, 2013). Ações como mudança do local atual de instalação da feira, fiscalização e investimento em infraestrutura são algumas das medidas sugeridas pelos frequentadores.

Ato contínuo, foi criado o conjunto SAM e realizado o cálculo FMG com os 15 grupos definidores com maiores forças semânticas. Assim como ocorreu com a rede semântica dos vendedores da feira, os grupos aumento da quantidade de clientes e aumento da quantidade de vendedores foram excluídos da análise. Os conjuntos restantes podem ser visualizados na Tabela 4, a seguir.

Tabela 4 – Conjunto SAM e conjunto FMG – consumidores

Ordem	Conjunto SAM	Valor M	Cálculo FMG
1	Limitação Espacial	473	100,00%
2	Falta de estrutura	269	56,87%
3	Aumento populacional	235	49,68%
4	Variedade	191	40,38%
5	Desemprego	176	37,21%
6	Fiscalização e atuação governamental	155	32,77%
7	Preço baixo	152	32,14%
8	Oportunidade de Emprego e Renda	116	24,52%
9	Aumento da economia e do comércio	100	21,14%
10	Imagem positiva	98	20,72%
11	Informalidade	97	20,51%

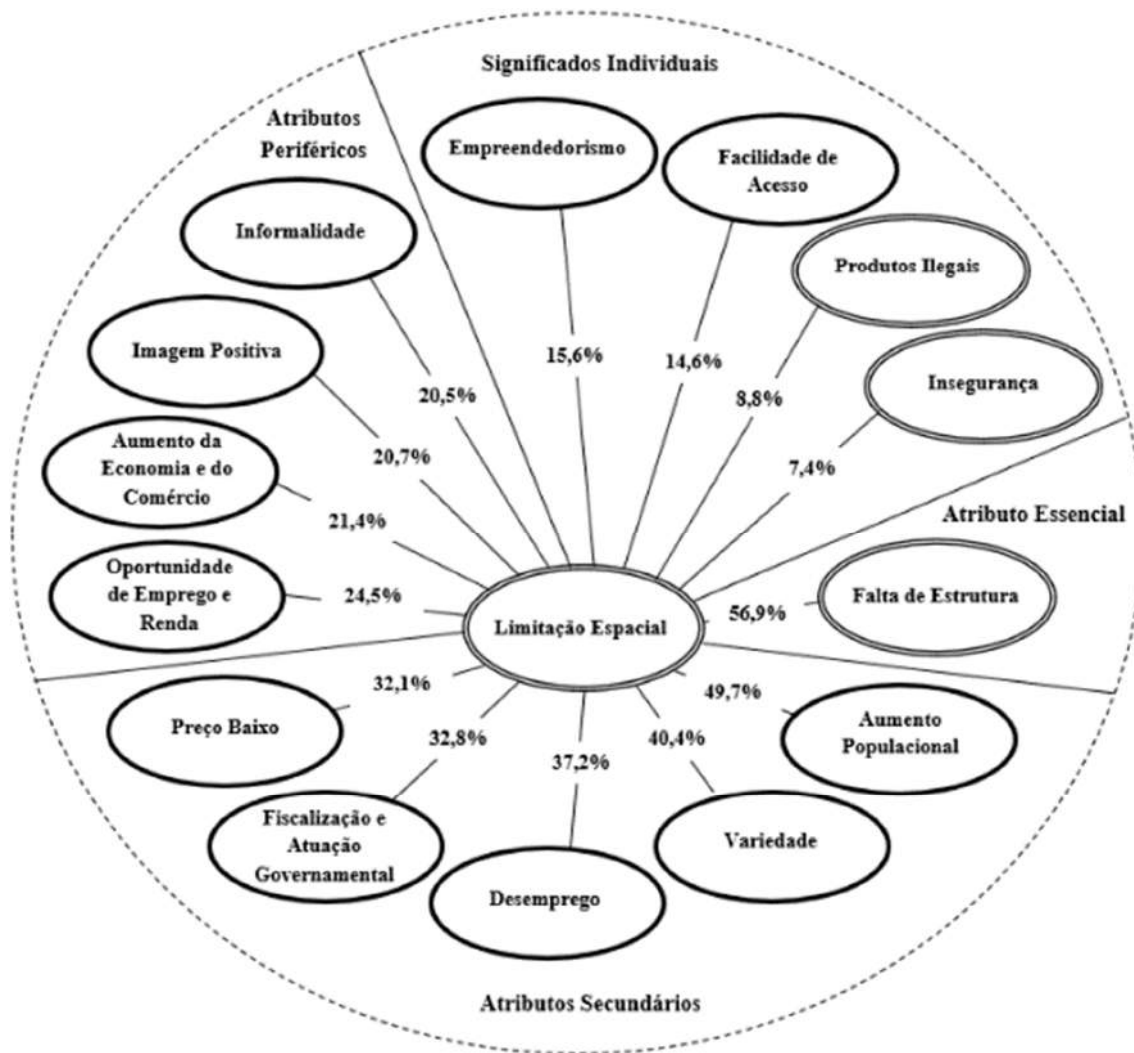
12	Empreendedorismo	74	15,64%
13	Facilidade de acesso	69	14,59%
14	Produtos ilegais	42	8,88%
15	Insegurança	35	7,40%

Fonte: Elaboração própria.

Mediante a análise da tabela, é possível observar que o conjunto definidor limitação espacial representa o fator central do processo de resiliência da feira para os consumidores, dado que alcançou poder explicativo bem superior aos demais fatores levantados.

Após o trabalho dos dados, a rede semântica contendo as respostas dos consumidores foi erigida. As mesmas divisões de poder explicativo, utilizadas anteriormente, foram realizadas, segregando-se os atributos entre aqueles que representam fortalezas da feira, uma vez que facultam o seu crescimento ou estabilidade, e os que denotavam vulnerabilidades, porquanto dificultam o crescimento ou a estabilidade da feira. É possível visualizar a rede na Figura 2, a seguir.

Figura 2 – Rede semântica da feira livre - consumidores



Legendas:

—— Razões que facultam o crescimento ou a estabilidade da feira.

==== Razões que dificultam o crescimento ou a estabilidade da feira.

Fonte: Elaboração própria.

O conjunto definidor limitação espacial possui importância central na análise da representação do processo de resiliência do sistema de varejo em questão. Não obstante, o fator evidencia uma vulnerabilidade que pode prejudicar o desenvolvimento da feira. Na opinião tanto de consumidores quanto de vendedores, a limitação espacial da feira é um entrave que prejudica a locomoção e a disposição dos produtos em seus corredores, contribui para o aumento da sensação de insegurança, dificulta o tráfego nas avenidas adjacentes e afeta a sua relação com demais instituições e moradores circunvizinhos.

O atributo essencial falta de estrutura, que se posiciona como o segundo fator com maior poder semântico (56,9%), contribui para o agravamento dos fatores supracitados. Dentre as principais reivindicações elencadas pelos entrevistados a instalação de banheiros químicos, padronização e ordenamento das barracas, melhora da estrutura do assoalho, limpeza, desenho funcional planejado e inserção de lixeiras seriam as principais medidas a serem implementadas na feira. A desorganização das barracas, inclusive, segundo alguns respondentes, já chegou a provocar acidentes machucando consumidores e vendedores.

É importante ressaltar que o ambiente de venda possui papel de destaque na ampliação da sensação de bem-estar do consumidor, assim como no estímulo da experiência de compra e valoração do produto em oferta, atributos que podem ser prejudicados na feira (GROVE; FISK, 1992; GATTO, 2002; CARPENTER; MOORE, 2006; BARKI; KATO, 2007; HERNANDEZ, 2009; SAMPAIO et al., 2009; NUTTAVUTHISIT, 2014).

No que concerne aos atributos secundários e periféricos, é possível constatar que todos representam fatores que contribuem para o desenvolvimento da feira. Dessa forma, os grupos semânticos aumento populacional (49,7%), variedade (40,4%), desemprego (37,2%), fiscalização e atuação governamental (32,8%), preço baixo (32,1%), oportunidade de emprego e renda (24,5%), aumento da economia e do comércio (21,4%), imagem positiva (20,7%) e informalidade (20,5%) representam fatores que facultam o processo de resiliência da feira.

Quanto aos significados individuais, os conjuntos definidores empreendedorismo (15,6%) e facilidade de acesso (14,6%) se caracterizam como atributos que facultam o desenvolvimento da feira ao passo que os grupos semânticos produtos ilegais (8,8%) e insegurança (7,4%) afetam negativamente o seu crescimento.

Dentre os fatores levantados, cumpre destacar a importância de se vender a preços baixos e de dispor de uma grande variedade de produtos para a escolha da feira como local de compra (JONES; REYNOLDS; ARNOLD, 2006; HERNANDEZ, 2009; LUPPE; ANGELO, 2010). O preço acessível aliado a uma vasta cartela de itens em oferta contribuem para a consecução de uma compra com eficiência e objetividade. Por outro lado, o conjunto definidor imagem positiva revela uma dimensão que destoa da simples busca por ganhos econômicos. “O povo gosta de estar na feira”, como reiteram alguns consumidores, revela a busca por atributos lúdicos de consumo, como diversão, lazer, amizade e animação; fatores importantes para criar uma experiência de compra singular (PINE; GILMORE, 1999; GREWAL; LEVY; KUMAR, 2009; PEÑALOZA; QUEZADO; GORDIANO, 2011;

PEÑALOZA; GERHARD; SOUZA, 2013). Embora distintos, tais atributos ajudam a compor a multifacetada identidade da feira.

Outro conjunto semântico que merece destaque diz respeito à fiscalização e a atuação governamental. Ao contrário do exposto pelos vendedores, os consumidores da feira acreditam que a ação pública é um fator importante para o seu desenvolvimento. Embora concordem que a sua atuação ainda seja muito insípida, a presença governamental é fortemente requisitada pelos consumidores da feira. Ademais, com o objetivo de trazer mais segurança e proteção ao consumidor, os respondentes solicitam intervenções mais contundentes do poder público.

Um tópico contraditório presente nas razões apontadas por consumidores e vendedores refere-se à transferência da feira. Ao passo que aos vendedores a mudança de local da feira é um fator que prejudicaria o seu desenvolvimento, tal medida não é tão mal vista pelos consumidores; contanto que seja um local próximo, maior e mais estruturado do que o atual. Cumpre destacar que autores como Medd e Marvin (2005), Soumagne et al. (2009), Ozuduru, Varol e Erscoskun (2012), Petrescu e Bhatli (2013) e Erkip, Kizilgün e Akinci, (2013), aduzem ser imprescindível a atuação pública para o processo de resiliência de sistemas de varejo urbano.

Por fim, é importante acentuar que, embora a maioria dos grupos semânticos levantados nas análises tenha sido compartilhada entre consumidores e vendedores da feira, a ordem apresentada nas redes semânticas revelou diferenças significativas. O fator desemprego, atributo central na rede semântica erigida com as respostas dos vendedores, alcançou somente a posição de atributos secundários na rede dos consumidores. Do mesmo modo, os demais fatores levantados pelos consumidores também sofreram reordenação hierárquica, apresentando uma característica distinta à exibida pelos vendedores. Enquanto que os seus grupos semânticos indicam que os vendedores, em geral, não se responsabilizam pela resiliência da feira, sinalizando uma dependência excessiva de fatores externos para a sua estabilidade ou crescimento, os conjuntos definidores apresentados pelos consumidores dividem mais uniformemente essa responsabilidade entre os agentes constituintes da feira. Assim, vendedores, poder público, fatores econômicos e até mesmo os próprios consumidores são apontados como responsáveis pelo processo de resiliência da feira.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com o objetivo geral de analisar o processo de resiliência em sistemas de varejo alternativos, é possível afirmar que a pesquisa obteve êxito. Com supedâneo na Teoria Geral dos Sistemas, foram analisadas as práticas diárias, normas e lógicas subjacentes que orientam a evolução de uma grande feira livre. Ademais, foi examinado como suas vulnerabilidades e fortalezas afetam o processo resiliência desses mercados

Com efeito, a partir dos aportes emersos pela pesquisa, constata-se a presença de uma trama de valores, práticas e lógicas entrelaçadas que erigem e orientam o cotidiano e, conseqüentemente, o processo de resiliência da feira; dentre as quais destacam-se as seguintes:

- i. os agentes constituintes da feira não são guiados por móveis estritamente realistas e utilitários;
- ii. não obstante a falta de pensamento sistêmico, os agentes da feira não são individualistas ou irresponsáveis; atuam em função da satisfação de necessidades urgentes, relacionadas à dimensão econômica de acúmulo de bens tangíveis, bem como do alcance de benefícios imateriais, que se traduzem em sociabilização, amizade, consumo simbólico, cultura, prazer, dentre outros;
- iii. as formas de trabalho dos vendedores da feiras não são desenvolvidas de forma desorganizada. Apesar da falta de estrutura do ambiente, há estratégias, métodos e complexas formas de agir que orientam as suas ações;
- iv. do mesmo modo, as formas de comércio são caracterizadas por um complexo jogo de interações entre consumidores e vendedores que cumprem papéis momentaneamente rivais;
- v. os princípios da solidariedade e cooperação são práticas sociais tácitas, que guiam os padrões de comportamento, regras e valores no seio do sistema de varejo;
- vi. tais valores, assim como os demais listados, são padrões culturais transmitidos e compartilhados, como pressupostos básicos a serem seguidos, por determinados grupos de distintos estratos sociais (i.e. um sistema que compreende a feira);

- vii. A dinâmica da feira é facultada por moedas correntes que se caracterizam como a substância que une os seus elementos. Itens como ativos financeiros, informações pertinentes ao desenvolvimento das práticas diárias, força de trabalho, influência social e as relações com setores públicos e privados são algumas dessas principais moedas correntes;
- viii. a inovação e a manutenção das raízes étnico-culturais são princípios estruturantes, capazes de sincretizar o contemporâneo e o antigo; relação que constrói o cotidiano da feira;
- ix. o rompimento de fronteiras é um movimento que, auxiliado pela identidade étnico-cultural, adentra ao cotidiano dos agentes constituintes do sistema de varejo; extinguindo, assim, barreiras físicas, temporais e cognitivas de seus membros;
- x. é imperativo ao sistema de varejo a ação de integralizar. A integração exige um movimento de reciprocidade, reordenação e troca de materiais entre os seus elementos; ao passo que a sua cristalização poderia ocasionar dependência entre os seus componentes, seu objetivo é solidificar a imagem e o desenvolvimento do sistema.

Constata-se, ademais, que o processo de resiliência é constituído por fatores que transcendem a visão mercadológica tradicional. As perspectivas social e cultural, as quais são compostas por valores intangíveis que destoam do racionalismo econômico clássico, também coadjuvam na construção do ambiente das feiras livres. A feira resiste porque, além de um local de compra convencional, que faculta a seus clientes preços baixos e uma grande variedade de produtos, se caracteriza como um centro de diversão e lazer; um palco para espetáculos de uma pluralidade quase ilimitada de atores sociais.

O que secunda essa multiplicidade de interações é o destacado papel social desempenhado pela feira, ao proporcionar emprego e renda a uma mão de obra disposta a trabalhar, mas que dificilmente conseguiria alguma chance no mercado formal devido à falta de emprego, à desqualificação ou à idade. Igualmente, a feira representa a libertação das amarras patronais, a independência de emprego e renda e o fim da prisão da vida assalariada.

Contudo, é importante que se ressalte que os vendedores não se entendem como responsáveis pelo desenvolvimento da feira. De forma análoga, não conseguem observar as próprias vulnerabilidades e fortalezas para incrementar a resiliência sistêmica local. Esse movimento de reflexão é importante para a dinâmica da aprendizagem e ampliação das

capacidades competitivas dos vendedores. Aprender com os próprios erros e limitações possibilita a supressão das ameaças externas. Do mesmo modo, ao se acentuar as suas principais qualidades incrementam-se os diferenciais competitivos da feira.

Deve-se ressaltar, outrossim, a embotada ação pública voltada à feira. Há certa disfunção das políticas públicas direcionadas a esse ambiente, uma vez que deveriam representar um aspecto que incrementasse a resiliência, com intervenções recorrentes e incisivas. A atuação governamental é fortemente requisitada pelos consumidores da feira, que a consideram um fator imprescindível ao seu desenvolvimento. A ausência do setor público aumenta a insegurança, prejudica a manutenção da estrutura local, agrava a concorrência e ocasiona diminuição nas vendas.

Alternativas para a alteração desse quadro foram levantadas pelos próprios vendedores da feira. A implantação de um sistema de representação que cumpra papel de liderança junto a órgãos públicos, fornecedores e demais agentes que interatuam com a feira, seria imprescindível para o atendimento dos tanto os interesses globais quanto os específicos dos vendedores. Tal medida desempenharia a função de trazer a feira à estabilidade, uma vez que encontra-se em uma disposição que pode acarretar sérios riscos ao seu desenvolvimento; uma espécie de energia livre capaz de otimizar o ciclo de evolução diacrônico do sistema.

A feira compete com outros mercados, shoppings, supermercados e, até mesmo, com lojas virtuais, uma vez que comercializam produtos similares. Contudo, enquanto defronta-se com a concorrência de forma plurilateral, a feira não compete diretamente com nenhum deles. A feira se adapta e cresce porque oferece aos seus clientes atributos que transcendem a dimensão puramente econômica. A reducionista e opressora lógica financeira, que orienta os mercados formais, cria um distanciamento sóbrio entre empresas e clientes; ampliado pelas intervenções mecânicas embasadas nas perspectivas insípidas de relacionamento com o cliente. Um movimento necessário às empresas concerne à introjeção anímica, permeada por valores étnico-culturais, nos ambientes de loja e nas interações com as pessoas.

A feira é constituída por pessoas normais, que não se vestem com uniformes de grandes corporações, prejudicando a interação entre vendedores e compradores. Tal fator, associado à autonomia dos consumidores, amplia a qualidade do relacionamento entre vendedores e clientes, o que desenvolve, não raramente, a amizade entre eles. Ademais, a simples relação de compra e venda entre vendedores e consumidores se expande para abarcar os conceitos de troca, negociação e barganha, formas paralelas de comercialização que facultam a consecução dos negócios na feira.

De fato, as feiras livres se caracterizam como uma economia singular, com um sistema de valores que transgride o pragmatismo mercadológico formal. A grande interação social e contato humano entre os compradores e vendedores, em meio à diversidade cultural e à profusão de valores étnicos regionais, diferente da formalidade fria dos mercados tradicionais, representam vantagens competitivas apresentadas pelas feiras livres.

Quanto às limitações do trabalho, destaca-se a incapacidade de generalização dos dados levantados na pesquisa. O estudo teve como objetivo analisar a situação específica de um único local de estudo, sem preocupar-se com a expansão dos resultados obtidos. Além disso, deve-se ressaltar que a pesquisa não teve a pretensão de dar contornos definitivos ou exaurir o tema de estudo. O trabalho apresenta-se, ao contrário, como uma tentativa rudimentar de evidenciar alguns dos elementos mais evidentes presentes no campo empírico.

Como sugestões para pesquisas futuras, propõe-se o estudo da dinâmica de aprendizagem dentre os agentes constituintes da feira, bem como a sua transmissão de geração a geração. A importância de tal intento reside no fato da aprendizagem se caracterizar como um fator não prescindível ao processo de resiliência.

Do mesmo modo, aponta-se o estudo da contribuição desempenhada pela estratégia de cooperação entre os agentes constituintes do mercado no processo de resiliência, uma vez que o auxílio mútuo coadjuvária na capacidade sistêmica de se reorganizar, reagir e se desenvolver em meio às ameaças e adversidades externas. A cooperação, ademais, se caracteriza como uma solução frente aos problemas ambientais enfrentados pelo sistema.

Por fim, sugere-se que o estudo das feiras deve assumir caráter antropológico frente ao avanço das formas hodiernas de comércio. As feiras livres estão para os mercados modernos assim como as sociedades primitivas estão para as sociedades atuais. Embora tenham se modificado ao longo dos séculos, decorrente dos fluxos de demanda emergentes e do aumento da complexidade dos mercados, fruto da inserção de variáveis e atores outrora inexistentes, as interações no seio das feiras livres, como foi possível constatar na pesquisa, também refletem formas anacrônicas de relação comercial. Assim, uma pesquisa embasada nos pressupostos da antropologia econômica seria capaz de alçar a pluralidade de práticas de comércio originais que florescem do cotidiano da feira.

REFERÊNCIAS

- ACKOFF, R. **Creating the Corporate Future**. New York: John Wiley, 1981.
- AHERN, N. R. et al. A review of instruments measuring resilience. **Issues in comprehensive Pediatric nursing**, vol. 29, n. 2, p. 103-125, 2006.
- ANGROSINO, M. **Etnografia e observação participante**: Coleção Pesquisa Qualitativa. Porto Alegre: Bookman, 2008.
- BACCHI, G. A.; PINHEIRO, D. R. C. Entre o Tripalium e a Resiliência: Um Estudo Sobre a Correlação Entre o Assédio Moral no Trabalho e a Resiliência. In: ENCONTRO DE GESTÃO DE PESSOAS E RELAÇÕES DE TRABALHO, 4, 2011, João Pessoa. **Anais...** João Pessoa, EnGPR, 2011.
- BAGDARE, S.; JAIN, R. Measuring Emotional Satisfaction in Retailing. In: AWASTHI, A. K.; JAIN, S.; AAGJA, J. (Eds.). **Changing Paradigms in Services Marketing**, Mumbai: Himalya, 2013.
- BARROS, A. J. P.; LEHFELD, N. A. S. **Projeto de pesquisa**: propostas metodológicas. Petrópolis: Vozes, 1994.
- BARUTH, K. E.; CARROLL, J. J. A formal assessment of resilience: The Baruth Protective Factors Inventory. **The Journal of Individual Psychology**, vol. 58, p. 235-244, 2002.
- BAUER, M. W.; GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**. Um manual prático. Petrópolis: Vozes, 2002.
- BECKER, H. S.; GEER, B. Participant observation and interviewing: A comparison. **Human Organization**, vol. 16, n. 3, p. 28-32, 1957.
- BELK, R.; SHERRY, J.; WALLENDORF, M. A naturalistic Inquiry into buyer and seller behavior at a Swap Meet. **Journal of Consumer Research**, vol. 14, n. 4, p. 449-470, 1988.
- BERTALANFFY, L. V. Teoria Geral dos Sistemas: aplicação à Psicologia. In: FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS. **Teoria Geral dos Sistemas**, Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 1976.
- BERTALANFFY, V. L. **Teoria geral dos sistemas**. Petrópolis: Vozes, 2009.
- BHAMRA, R; DANİ, K.; BURNARD, K. Resilience: the concept, a literature review and future directions. **International Journal of Production Research**, vol. 49, n. 18, p. 5375–5393, 2011.
- BOURDIEU, P. **Questões de Sociologia**. Fim de Século Edições: Lisboa, 2003.
- BRANDÃO, J. M.; MAHFOUD, M.; GIANORDOLI-NASCIMENTO, I. F. A construção do conceito de resiliência em psicologia: discutindo as origens. **Paidéia**, vol. 21, n. 49, p. 263-271, 2011.

- BREI, V. A.; LIBERALI, G. O uso da técnica de modelagem em equações estruturais na área de marketing: um estudo comparativo entre publicações no Brasil e no exterior. **Revista de Administração Contemporânea**, vol. 10, n. 4, p. 131-151, 2006.
- BRIGUGLIO, L. et al. Economic Vulnerability and Resilience: Concepts and Measurements. **Oxford Development Studies**, vol. 37, n. 3 (September), 2009.
- BUENO, N. P. Assessing the resilience of small socio-ecological. **System Dynamics Review**, vol. 28, n. 4 p. 351-360, 2012.
- BURNARD, K.; BHAMRA, R. Organisational resilience: development of a conceptual framework for organisational responses. **International Journal of Production Research**, vol. 49, n. 18, 5581-5599, 2011.
- BUSSO, M. Las ferias comerciales: también un espacio de trabajo y socialización. Aportes para su estudio. **Trabajo y Sociedad**, vol.16, p. 105-123, 2010.
- CANGUSSU, E. T.; SACHUK, M. I. Compreendendo a Resiliência em Ambientes de Trabalho: Experiências Vividas por Empresários Egressos do Banco do Brasil. In: ENCONTRO DE GESTÃO DE PESSOAS E RELAÇÕES DE TRABALHO, 2, 2009, Curitiba. **Anais...** Curitiba, EnGPR, 2009.
- CARPENTER, S. et al. From Metaphor to Measurement: Resilience of What to What? **Ecosystems**, vol. 4, n. 8, p. 765-781, 2001.
- CARVALHO et al. Resiliência e Socialização Organizacional entre Servidores Públicos Brasileiros e Noruegueses. **Revista de Administração Contemporânea**, vol. 15, n. 5, p. 815-813, 2011.
- COMFORT, L. K., et al. Complex systems in crisis: anticipation and resilience in dynamic environments. **Journal of Contingencies and Crisis Management**, vol. 9, n. 3, p. 144-158, 2001.
- COMPANION, M. The underutilization of street markets as a source of food security indicators in Famine Early Warning Systems: a case study of Ethiopia. **Disasters**, vol. 32, n. 3, p. 399-415, 2008.
- COUTU, D. L. How resilience works. *Harvard Business Review*, vol. 80, n. 5, p. 46-56, 2002.
- CRICHTON, M. T., et al. Enhancing organizational resilience through emergency planning: learnings from cross-sectoral lessons. *Journal of Contingencies and Crisis Management*, vol. 17, n. 1, p. 24-37, 2009.
- DOOLEY, K.J. A complex adaptive systems model of organization change. **Nonlinear Dynamics, Psychology, and Life Sciences**, vol. 1, n. 1, p. 69-97, 1997.
- ERKIP, F.; KIZILGUN, O.; AKINCI, G. M. Retailers' resilience strategies and their impacts on urban spaces in Turkey. **Cities**, vol. 36, p. 112-120, 2014.

FRANCIS, R.; BEKERA, B. A Metric and Frameworks for Resilience Analysis of Engineered and Infrastructure Systems. **Reliability Engineering and System Safety**, vol. 121 (January), p. 90-103, 2014.

FULLER, S. **Social epistemology**. Indianapolis: Indiana University Press, 2002.

GEERTZ, C. **Local knowledge**: Further essays in interpretive anthropology. USA: Basic books, 1985.

HAGUETTE, M. T. F. **Metodologias qualitativas na sociologia**. Petrópolis: Vozes, 1987.

HAIR J. F. et al. *Análise Multivariada de Dados*. 5ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

HAMEL, G.; VALIKANGAS, L. The quest for resilience. **Harvard Business Review**, vol. 81, n. 9, p. 52-65, 2003.

HERRMAN, H. et al. What is resilience? **Canadian journal of psychiatry. Revue canadienne de psychiatrie**, vol. 56, n. 5, p. 258-265, 2011.

HOLLING, C. S. Resilience and stability of ecological systems. **Annual Review of Ecology and Systematics**, vol. 4, n. 1, p. 1-23, 1973.

HOLLING, C. S. Understanding the complexity of economic, ecological, and social systems. **Ecosystems**, vol. 4, n. 5, p. 390-405, 2001.

HOLLNAGEL, E.; WOODS, D. D.; LEVESON, N. **Resilience engineering**: concepts and precepts. Aldershot: Ashgate, 2006.

HORNE, J. F.; ORR, J. E. Assessing behaviors that create resilient organizations. **Employment Relations Today**, vol. 24, p. 29-40, 1998.

KÄRRHOLM, M.; NYLUND, K.; FUENTE, P. P. Spatial resilience and urban planning: Addressing the interdependence of urban retail areas. **Cities**, vol. 36, p. 121-130, 2014.

KATZ, D.; KAHN, R. L. **The social psychology of organizations**. Michigan: Wiley, 1978.

KEONG, F. W. F.; MEI, L. Y. Sustainable development: the effect of adopting green technology on small and medium enterprises' (smes) business resilience and competitiveness. In: INTERNATIONAL CONFERENCE ON BUSINESS AND ECONOMIC RESEARCH, 2010, Malaysia. **Proceedings...** Malaysia, ICBER, p. 15-16, 2010.

LEE et al. Resilience: A Meta-Analytic Approach. **Journal of Counseling & Development**, vol. 91, (July), 2013.

LEVESON, N. (eds.) **Resilience engineering**: concepts and precepts. Hampshire: Ashgate, p. 155-179, 2006.

LUTHANS, F.; VOGELGESANG, G. R.; LESTER, P. B. Developing the psychological capital of resiliency. **Human Resource Development Review**, vol. 5, n. 1, p. 25-44, 2006.

- MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing**: uma orientação aplicada. Porto Alegre: Bookman, 2006.
- MARTIN, R. Regional economic resilience, hysteresis and recessionary shocks. **Journal of Economic Geography**, vol. 12, n. 1, p. 1-32, 2012.
- MCCREES, C. Flea market. **Psychology Today**, vol. 18, n. 3, p. 47-53, 1984.
- MCDONALD, N. Organisational resilience and industrial risk. In: HOLLNAGEL, E.; WOODS, D. D.; LEVESON, N. (Eds.). **Resilience engineering**: Concepts and precepts. Hampshire: Ashgate, p. 155-179, 2007.
- MEDD, W.; MARVIN, S. From the Politics of Urgency to the Governance of Preparedness: A Research Agenda on Urban Vulnerability. **Journal of Contingencies and Crisis Management**, vol. 13, n. 2 (June), p. 44-49, 2005.
- MENEZES, V. **As feiras-livres em Fortaleza** – retrato da polissemia urbana. 2005. 130 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza, 2005.
- MERRIAM, S. B. **Qualitative Research**: A Guide to Design and Implementation. San Francisco: John Wiley & Sons, 2009.
- MERTON, R. K. The Thomas theorem and the Matthew effect. *Social forces*, p. 379-422, 1995.
- MINAYO, M. C. S. **O desafio do conhecimento**: pesquisa qualitativa em saúde. Rio de Janeiro: Abrasco; 2004.
- MOSCOVICI, S. The phenomenon of social representations. In: FARR, R. M.; MOSCOVICI, S. (comps.) **Social representations**. Cambridge: Cambridge University Press, p. 3-69, 1984.
- NORIEGA, J.; PIMENTEL, C.; ALBUQUERQUE, F. Redes Semánticas: aspectos teóricos, técnicos, metodológicos e analíticos. **Ra Ximhai**, vol. 1, n. 3, p. 439-451, 2005.
- NOVAK, J.; CAÑAS, A. The theory underlying concept maps and how to construct and use them. **Florida Institute for Human and Machine Cognition**, 2008. Disponível em: <http://cmap.ihmc.us/publications/ResearchPapers/TheoryUnderlyingConceptMaps.pdf>. Acessado em 30 de Maio de 2014.
- OLAVARRIETA, S. et al. Un análisis a los atributos relevantes de los mercados de las pulgas para los compradores: Evidencia desde América Latina. **Revista de Ciencias Sociales**, vol. 14, n. 3, p. 468-478, 2008.
- OLIVEIRA, F. O.; WERBA, G. C. Representações Sociais. In: STREY et al. (Org.) **Psicologia Social Contemporânea**. 11^a ed. Petrópolis: Vozes, 2008.
- OZUDURU, B. H., VAROL, C. Y ERCOSKUN, O. Y. Do shopping centers abate the resilience of shopping streets? The co-existence of both shopping venues in Ankara, Turkey. **Cities**, <http://dx.doi.org/10.1016/j.cities.2012.10.003>, p. 1-13, 2012.

- PANDOLFO, M. **Feira de São Cristovão**. A reconstrução do nordestino num mundo de paraibas e nortistas. Dissertação (Mestrado em Administração) – Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, 1987.
- PATON, D.; SMITH, L.; VIOLANTI, J. Disaster response: risk, vulnerability and resilience. **Disaster Prevention and Management**, vol. 9, n. 3, p. 173-180, 2000.
- PENALOZA, V.; GERHARD, F.; SOUZA, L. L. F. Consumption in Alternative markets. A Study in Parangaba s Fair Using Natural Concept Maps. In: ASAMBLEA ANUAL DEL CONSEJO LATINOAMERICANO DE ESCUELAS DE ADMINISTRACIÓN, 48, 2013, Rio de Janeiro. **Anales...** Rio de Janeiro, Cladea, 2013.
- PÉRICAS, J. El uso de la teoría de redes sociales en La representación y análisis de textos. De las redes semánticas al análisis de redes textuales. **EMPIRIA - Revista de Metodología de Ciencias Sociales**, vol. 10, julio-diciembre, p. 29-50, 2005.
- PERSONS, T. **Structure and process in modern societies**. Nova York: Free Press, 1960.
- PETRESCU, M.; BHATLI, D. Consumer behavior in flea markets and marketing to the Bottom of the Pyramid. **Journal of Management Research**, vol. 13, n. 1, p. 55-63, 2013.
- PIRENNE, H. **As cidades na idade média**. Lisboa: Europa-América, 1997.
- PONOMAROV, S. Y.; HOLCOMB, M. C. Understanding the concept of supply chain resilience. **The International Journal of Logistics Management**, vol. 20, n.1, p. 124-143, 2009.
- POWLEY, E. H., 2009. Reclaiming resilience and safety: resilience activation in the critical period of crisis. **Human Relations**, vol. 62, n. 9, p. 1289-1326, 1989.
- PYLE, J. Farmers' markets in the United States: functional anachronisms. **Geographical Review**, vol. 61, p. 167-197, 1971.
- QUEIROZ, D. T. et al. Observação participante na pesquisa qualitativa: conceitos e aplicações na área da saúde. **Revista de Enfermagem da UERJ**, v. 15, n. 2, p. 276-283, 2007.
- RAJAGOPAL. Coexistence and conflicts between shopping malls and street markets in growing cities: analysis of shoppers' behavior. **Journal of Retail & Leisure Property**, vol. 9, n. 4, p. 277-301, 2010a.
- RAJAGOPAL. Street markets influencing urban consumer behavior in Mexico. **Latin American Business Review**, vol. 11, n. 2 p. 77-110, 2010b.
- RAPOPORT, A. Aspectos matemáticos da análise geral dos sistemas. In: FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS. **Teoria Geral dos Sistemas**, Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 1976.
- RAZZOUK, N.; GOURLEY. Swap meets: profile of shoppers. **Arizona Business**, vol. 29, p. 8-12, 1982.

- REPPOLD, C. T. et al. Avaliação da resiliência: controvérsia em torno do uso das escalas. **Psicologia: reflexão e crítica**, vol. 25, n. 2, p. 248-255, 2012.
- ROSS, D. D.; KYLE, D. W. **Qualitative inquiry**: a review and analysis. In: AMERICAN EDUCATIONAL RESEARCH ASSOCIATION ANNUAL MEETING. January 6-7, 1982, Washington, USA. **Proceedings...** Washington: USA, 1982.
- RUTTER, M. Implications of resilience concepts for scientific understanding. **Annals of the New York Academy of Sciences**, vol. 1094, n. 1, p. 1-12, 2006.
- SABBAG, P. Y. et al. Validação de Escala para Mensurar Resiliência por Meio da Teoria de Resposta ao Item (TRI). In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 34, 2010, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro, ANPAD, 2010.
- SCHERER, L. A.; MINELLO, I. F. Resiliência e Expatriação: das adversidades à dinâmica do comportamento resiliente de expatriados. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 37, 2013, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro, ANPAD, 2013.
- SHERMAN, E.; MCCROHAN, K. Y.; SMITH, J. D. Informal retailing: an analysis of products, attitudes, and expectations. **Advances in Consumer Research**, vol. 12, n. 1, p. 204-208, 1985.
- SHERRY, J. F. Jr. A Sociocultural Analysis of a Midwestern American Flea Market reviewed. **Journal of Consumer Research**, vol. 17, n. 1, p. 13-30, 1990a.
- SHERRY, J. F. Jr. Dealers and dealing in a periodic market: informal retailing in ethnographic perspective. **Journal of retailing**, vol. 66, n. 2, p. 174-200, 1990b.
- SIMMIE, J.; MARTIN, R. L. The economic resilience of regions: Towards an evolutionary approach. **Cambridge Journal of Regions, Economy and Society**, vol. 3, n. 1, p. 27-44, 2010.
- SKYTTNER, L. **General Systems Theory**: an Introduction. London: Macmillan Press, 1996.
- SMITH, B. W. et al. The brief resilience scale: assessing the ability to bounce back. **International journal of behavioral medicine**, vol. 15, n. 3, p. 194-200, 2008.
- SOUMAGNE, J. et al. **REPLACIS – Retail Planning for Cities Sustainability**. DGALN/Plan Urbanisme Construction Architecture, 2009.
- SPINK, M. J. Qualitative research on social representations: the delightful world of paradoxes. **Ongoing productions on social representations**, vol. 2, n. 1, p. 48-54, 1993.
- STEWART, S. **On Longing**: Narratives of the Miniature, the Gigantic, the Souvenir, the Collection. Baltimore, MD: Johns Hopkins University Press, 1982.

STUMPP, E. New in town? On resilience and “Resilient Cities”. **Cities**, vol. 32, p. 164-166, 2013.

THOMPSON, J. D. Modelos de organização e sistemas administrativos. In: FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS. **Teoria Geral dos Sistemas**, Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 1976.

TIMOSHENKO, S. P. **History of the Strength of Materials**. New York: Dover, 1983.

VALDEZ, J. **Las redes semánticas Naturales**. Usos y aplicaciones en Psicología Social. México: Facultad de Ciencias. Universidad Autónoma del Estado de México, 1998.

VERGARA, S. C. **Projetos de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 2005.

WAGNILD, G. M.; YOUNG, H. M. Development and psychometric evaluation of the Resilience Scale. **Journal of nursing measurement**, vol. 1, p. 165-168, 1993.

WALKER, B. et al. Resilience, adaptability and transformability in social-ecological systems. **Ecology and society**, vol. 9, n. 2, p. 5-14, 2004.

WALKER, B., et al. Resilience management in social-ecological systems: a working hypothesis for a participatory approach. **Conservation Ecology**, vol. 6, n. 1, 14, 2002.

WINDLE, G.; BENNETT, K. M.; NOYES, J. A methodological review of resilience measurement scales. **Health and quality of life outcomes**, vol. 9, n. 8, p. 1-18, 2011.

WOODWORTH, W. P. Introdução à edição brasileira – Perspectivas sobre Teoria dos Sistemas. In: FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS. **Teoria Geral dos Sistemas**, Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 1976.

YUNES, M. A. M. Psicologia positiva e resiliência: o foco no indivíduo e na família. **Psicologia em estudo**, vol. 8, n. spe, p. 75-84, 2003.

ZERMEÑO, A. I.; ARELLANO, A. C.; RAMÍREZ, V. A. Redes Semánticas Naturales: técnica para representar los significados que los jóvenes tienen sobre televisión, Internet y expectativas de vida. **Estudios sobre las Culturas Contemporáneas**. vol. 21. n. 22, p. 305-334, 2005.

ZINKHAN, G. M.; FONTENELLE, S. M.; BALAZS, A. L. The structure of São Paulo street markets: involving patterns of retail institutions. **The journal of consumer affairs**, vol. 33, n. 1, p. 3-26, 1999.