

## **Resiliência em Feiras Livres**

**FELIPE GERHARD PAULA SOUSA**

Universidade Estadual do Ceará  
felipegerhard@yahoo.com.br

**VERONICA PEÑALOZA**

Universidade Estadual do Ceará  
vpenaloza@uece.br

**CAIO VICTOR DE PAULA SOUSA**

Universidade Estadual do Ceará  
caiovictor.rns@gmail.com

**BÁRBARA KEIGI PRIMO AMORIM**

Universidade Estácio de Sá  
barbara\_keigi@hotmail.com

CAPES

## **Estratégia em Organizações**

### **Resiliência em Feiras Livres**

#### **RESUMO**

Esta pesquisa objetiva perscrutar a resiliência em feiras livres. Dessa forma, o propósito central é analisar, através das lentes da resiliência, a construção coletiva e a representação da feira pelos seus atores; levantando-se, ademais, suas vulnerabilidades e fortalezas para verificar como secundam ou prejudicam a resiliência desses ambientes. Para tal, um estudo exploratório foi realizado com os feirantes de uma grande feira livre e conduzido por meio de um estudo de caráter qualitativo. Destarte, por meio do método de redes semânticas, aferiram-se as principais razões que facultam o crescimento, diminuição ou estabilidade desses ambientes. Como principais resultados destaca-se que tais razões não se restringem a fatores exclusivamente financeiros; a resiliência das feiras está atrelada a uma visão que perpassa a perspectiva mercadológica, atingindo também as dimensões social e cultural. Do mesmo modo, 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. Deve-se ressaltar, outrossim, a embotada ação pública voltada à feira. A feira oferece aos seus clientes atributos que transcendem a dimensão puramente econômica, o que supera a reducionista e opressora lógica financeira que orienta os mercados formais.

**Palavras-chave:** Resiliência; feiras livres; redes semânticas.

#### **ABSTRACT**

This research aims to analyze the resilience in flea markets. Thus, the central purpose is to analyze through the lenses of the resilience, the collective construction and the representation of the market for its actors; rising, moreover, their vulnerabilities and strengths to see how do they support or undermine the resilience of these environments. To this end, an exploratory study was conducted with the vendors of a large flea market and driven through a study of qualitative character. Therefore, by the method of semantic networks, were assessed the main reasons that provide the growth, reduction or stability of these environments. As main results, we stand out that the reasons are not restricted to purely financial factors; the resilience of flea markets is harnessed not only to a marketing vision, but also social and cultural. Similarly, the flea market carries out an outstanding social role, providing job and income while provides, in addition to a conventional place of purchase at low price, an environment of amusement and leisure. It is necessary to emphasize, equally, the blunted public action aimed at the fair. The flea market offers to its clients attributes that transcend the purely economic dimension, which surpasses the reductionist and oppressive financial logic that guides the formal markets.

**Keywords:** Resilience; flea markets; semantic network.

## 1. INTORDUÇÃO

Devido à interconexão em termos de sociedade, economia e tecnologia, nenhum elemento, organização ou sistema pode sobreviver a adversidades e mudanças ou reter uma posição competitiva como uma entidade independente (MEDD; MARVIN, 2005; BHAMRAA; 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, a resiliência, em vista das adversidades que ocasionam ciclos de desenvolvimento deletérios, é recomendada a todos os agentes presentes no mercado; porquanto se caracteriza como mecanismo capaz de habilitar indivíduos, organizações ou sistemas a adaptarem-se a novos riscos advindos do ambiente externos (BURNARD; BHAMRA, 2011; OZUDURU; VAROL; ERSCOSKUN, 2012; PETRESCU; BHATLI, 2013).

Ao longo das últimas décadas, os trabalhos voltados ao aprofundamento de estudos referentes à resiliência vêm ganhando notoriedade, tanto no meio acadêmico quanto para as políticas públicas (MEDD; MARVIN, 2005; REPLACIS, 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. Embora tenha ganhado maiores proporções especialmente nas ciências médicas e comportamentais (SMITH *et al.*, 2008), o conceito pôde transitar nas mais distintas ciências, auxiliando sobremaneira as disciplinas e instituições a enfrentarem os problemas teóricos e práticos que lhes são próprios.

As rápidas mudanças que vêm ocorrendo no contexto socioeconômico exigiram uma reestruturação dos sistemas econômicos urbanos tanto formais quanto informais, com pena de perda de *market share* 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). Entender as vulnerabilidades e, conseqüentemente, as fortalezas que permitem a sobrevivência desses sistemas econômicos, coadjuvária na construção da ideia de resiliência.

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, 2010; PETRESCU; BHATLI, 2013). Ademais, é possível asseverar que o arcabouço teórico construído pelos trabalhos voltados a tais mercados ainda é muito insípido (RAJAGOPAL, 2010; PETRESCU; BHATLI, 2013; OZUDURU; VAROL; ERSCOSKUN, 2012).

As feiras livres, exemplos de mercado ou sistema de varejo informal, são tão antigas quanto às primeiras sociedades. Registros do seu surgimento remontam aos primeiros agrupamentos humanos, tendo elas nascido ao redor de aldeias, vilas e cidades (PANDOLFO, 1987). Apesar de atualmente representarem uma oportunidade ao mercado ilegal (e.g. produtos piratas e roubados), as feiras livres contribuem para o ciclo lateral de reutilização de itens de segunda mão, razão pela qual também receberam a denominação de mercado alternativo (BELK; SHERRY; WALLENDORF, 1988; SHERRY, 1990a). Com efeito, também se caracterizam por apresentarem baixos preços, variedade de produtos, interações sociais, barganha e experiências de compra excitantes (BELK; SHERRY; WALLENDORF, 1988; SHERRY, 1990a; RAJAGOPAL, 2010).

Em sistemas de varejo informais a importância da resiliência encontra-se na capacidade desses mercados em se adaptar aos avanços do setor formal, que tem na imagem do *shopping center* o seu principal representante. Deste modo, os mercados

informais encontraram soluções para evitar a bancarrota anunciada pela evolução dos grandes centros de consumo modernos (OZUDURU; VAROL; ERSCOSKUN, 2012).

Destarte, tendo em vista a profusão de estudos referentes à reestruturação dos mercados formais e a carência de aportes conceituais mais profundos concernentes à resiliência em sistemas de varejo informais (OZUDURU; VAROL; ERSCOSKUN, 2012; PETRESCU; BHATLI, 2013), esta pesquisa objetiva perscrutar a resiliência desses mercados, representados aqui pela feira livre. Dessa forma, o propósito central é observar, através das lentes da resiliência, a construção coletiva e a representação da feira pelos seus atores; levantando-se, ademais, suas vulnerabilidades e fortalezas para observar como secundam ou prejudicam a resiliência desses ambientes.

Este artigo está dividido em quatro seções além desta introdução. Inicialmente, serão levantados os principais aspectos teóricos concernentes às feiras livres e à relação entre resiliência e sistemas econômicos; logo após serão abordadas as questões metodológicas, evidenciando as estratégias e técnicas de pesquisa que possibilitaram a consecução do estudo; em seguida serão evidenciados os resultados mais importantes da pesquisa; e, por fim, tratar-se-ão das conclusões do estudo, bem como das limitações e sugestões para trabalhos 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 às feiras livres e à resiliência.

### **2.1. Feiras livres**

Embora estejam mais fortemente presentes no cotidiano da população mais pobre, dado que lhe garantem acesso a uma grande variedade de produtos ao alcance de seu orçamento, as feiras livres existem em todo o mundo (SHERRY, 1990a). 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 internas e entre diferentes localidades. Tais fatores impulsionaram os primeiros agrupamentos humanos a se transformarem em grandes centros urbanos.

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, 2010). Como resultado desse processo, as feiras livres tem recebido a denominação de anacronismo funcional, uma vez que se caracterizaram como mercados ultrapassados em uma era de modernos templos de consumo (SHERMAN; MCCROHAN; SMITH, 1985; SHERRY, 1990b).

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 também 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 e, em geral, fazem uso

intensivo de mão de obra de propriedade familiar (OLAVARRIETA *et al.*, 2008; BUSSO, 2010).

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 formal, que preserva hábitos antigos e uma cultura atemporal própria.

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 apraz, 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 (2010), ressalta o elemento étnico como razão motivador 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.

As feiras livres caracterizam-se como uma economia “fantástica” (STEWART, 1982), uma vez que não seguem as regras e princípios do pragmatismo mercadológico formal; criam, ao invés, seu próprio sistema de valores, em detrimento da dependência do sistema econômico preponderante. Observa-se que a diversidade cultural e a grande interação social e contato humano entre os compradores e vendedores, diferente da formalidade fria dos mercados tradicionais, representam uma parte significativa das vantagens apresentadas pelas feiras livres, em detrimento da opção pela economia formal. Cumpre obstar, no entanto, que embora estejam presentes nas mais diversificadas culturas e representem uma visão mercadológica ao mercado formal, as feiras livres não têm sido objeto de muita reflexão por parte dos pesquisadores acadêmicos.

## 2.2. Quadro conceitual da resiliência

Inobstante 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 ou de permanecer em um estado estável após uma disruptura.

Com efeito, destaca-se no Quadro 1, a seguir, um recorte de conceitos sobre resiliência, em ordem das ciências que primeiramente a abordaram.

**Quadro 1. Definições de resiliência**

Autor	Áreas	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

Walker <i>et al.</i> (2002)	Sociologia	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
Lee <i>et al.</i> (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
Paton, Smith e Violanti (2000)	Psicologia	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
Horne e Orr (1998)	Administração organizacional	Resiliência é a qualidade fundamental para responder de forma produtiva à alteração significativa que perturba o padrão esperado de um evento sem a introdução de um período prolongado de comportamento regressivo	Responder de forma produtiva
Briguglio <i>et al.</i> (2009)	Economia	Resiliência é a capacidade induzida pela política de uma economia de resistir ou se recuperar dos efeitos de choques ocorridos	Resistir; recuperar
Replacis (2009)	Economia	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:** Autoria própria.

De forma geral, independente do objeto de análise, se indivíduos, biosistemas, sistemas sociais, dentre outros, há características reiteradas na literatura sobre resiliência. 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, resistir, dentre outros. 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, estresse, dentre outros.

### 2.3. Resiliência em sistemas econômicos e de varejo

A quantidade de estudos relacionados à resiliência em sistemas econômicos vem crescendo nos últimos anos (MARTIN, 2011; STUMPP, 2013). Quanto a mercados, ou sistemas de varejo, embora não haja um grande número de trabalhos que contribuam para o avanço da teoria na área, tem havido um avanço nos estudos destinados a tais ambientes (e.g.: KÄRRHOLM; NYLUND; FUENTE, 2010; OZUDURU; VAROL; ERSCOSKUN, 2012; ERKIP; KIZILGÜN; AKINCI, 2013). Cumpre destacar que sistemas de varejo compõem o quadro de elementos constituintes dos sistemas econômicos (MARTIN, 2011; OZUDURU; VAROL; ERSCOSKUN, 2012; ERKIP; KIZILGÜN; AKINCI, 2013).

Não obstante a ascensão da temática em âmbito internacional, ainda é pequena a contribuição dos trabalhos voltados ao exame da resiliência nas ciências sociais aplicadas. Em geral, os estudos examinam a resiliência em contextos organizacionais (e.g.:

CARVALHO *et al.*, 2011; SCHERER; MINELLO, 2013) e versam pouca atenção a sistemas econômicos. A importância do estudo da resiliência de mercados reside no fato de que tal análise é capaz de identificar possíveis vulnerabilidades, apontar prováveis riscos vinculados ao sistema e auxiliar na implementação de ações importantes para a sua continuidade e desenvolvimento (FRANCIS; BEKERA, 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 econômicos 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).

Cumpra 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 um conluio entre o sistema e o ambiente para que se possa atingir patamares mais elevados de equilíbrio dinâmico (MARTIN, 2011; ERKIP; KIZILGÜN; AKINCI, 2013). Assim, fatores emergentes que, aparentemente, influenciam negativamente o contexto mercadológico, tais como risco, mudanças, crises econômicas, emersão 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 às ameaças e perturbações, é um conceito invariavelmente presente no contexto dos sistemas econômicos. Dessa forma, não prescinde a tais sistemas a identificação e superação das vulnerabilidades que se lhes apresentem, aprendendo com elas para a superação de futuras disrupções (HOLLING 2001; BHAMRAA; DANIAB; BURNARDA, 2011).

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).

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 a mercados elenca medidas importantes de incremento dessa propriedade em sistemas com características culturais diferentes, como consta no Quadro 2, observando-se as esferas: governamental, sistêmica e individual (MEDD; MARVIN, 2005; REPLACIS, 2009; OZUDURU; VAROL; ERSCOSKUN, 2012; PETRESCU; BHATLI, 2013; ERKIP; KIZILGÜN; AKINCI, 2013).

## Quadro 2. Medidas para a cristalização da resiliência em sistemas econômicos

Esfera Governamental	
Modificar a imagem do ambiente positivamente	Observar questões de higiene
Melhorar vias de acesso	Programa de educação financeira e empresarial
Intensificar segurança no local	Ampliação do turismo
Ampliação e reforma estrutural (e.g., calçadas, espaço interno, estacionamentos, barracas)	Limitar a inserção de grandes empreendimentos no local
Esfera Sistêmica	
Crescimento econômico e diversidade	Liderança forte e responsável
Ressaltar valores culturais, diversão e lazer	Criação e divulgação de festivais
Planejamento a longo prazo	Preocupação estética
Esfera Individual	
Aprender com os erros passados, próprios e de outrem	Incrementar estratégias competitivas (negociação, promoção, desconto, encartes com os produtos)
Estabelecer relações interpessoais sólidas, com clientes e concorrentes	Preocupar-se constantemente com a auto-organização
Valorizar as fortalezas e diferenciais competitivos	Manter sempre o foco em inovação

**Fonte:** Adaptado de Medd e Marvin (2005), Replacis (2009), Ozuduru, Varol e Erscoşkun (2012), Petrescu e Bhatli (2013) e Erkip, Kizilgün e Akinci (2013).

### 3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta pesquisa caracteriza-se como exploratória, realizada com os feirantes de uma grande feira livre e conduzida por meio de um estudo de caráter qualitativo; usando-se, para tal, o método de redes semântica.

#### 3.1. Ambiente de Pesquisa

A feira da Parangaba, situada à beira da lagoa que dá o nome ao bairro Parangaba, é um dos principais centros de comércio popular da cidade de Fortaleza-CE. A feira está há mais de 20 anos no mesmo local, comercializando todo tipo de produtos, desde alimentos e vestuário até sucata, eletrônicos, automóveis e animais (MENEZES, 2005).

Muito embora exista um cadastro dos comerciantes (2.187 feirantes cadastrados em 2009), a própria Prefeitura de Fortaleza afirma desconhecer a real dimensão da quantidade de vendedores informais trabalhando na feira atualmente. A informalidade, aliada aos aspectos ilegais, é a estrutura predominante na feira da Parangaba, dado que são pagos impostos pela venda das mercadorias.

É relevante que se ressalte o atual contexto em que se insere a feira da Parangaba. Nos últimos três anos, dois grandes *shoppings centers* foram inaugurados nas cercanias. Localizando-se exatamente entre os dois empreendimentos, a feira dista cerca de 2 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 emersão das capacidades de adaptação e enfrentamento das adversidades da feira.

#### 3.2. Procedimento

A técnica utilizada nesta pesquisa será a rede semântica, método que, segundo Pericás (2005), tomam a ideia de representação gráfica em forma de rede para realizar um tratamento próximo à análise de redes sociais. A função geral da rede semântica é evidenciar a interação entre as categorias de análise. Desse modo, forma-se um rede com

ligações que permitem evidenciar os aspectos centrais emersos pela teoria ou pelo campo de pesquisa (PERICÁS, 2005).

### **3.3. Corpus de Pesquisa**

Participaram da pesquisa 232 feirantes da feira da Parangaba. Cumpre salientar que não se fez distinção entre vendedores que possuíam pontos fixos e ambulantes.

### **3.4. Análises de dados**

Inicialmente, solicitou-se aos entrevistados que respondessem, baseando-se na própria opinião, se a feira cresceu, diminuiu ou se manteve constante nos últimos anos. Do mesmo modo, também foi perguntado aos feirantes se a projeção da feira para os próximos anos seria crescer, diminuir ou se manter estável. As entrevistas duraram cerca de cinco minutos. Logo após, foram requisitadas aos feirantes as principais razões pelas quais acreditavam nos cenários apontados. Logo após, tais razões foram classificadas em categorias com base em um sentido próximo. Excluíram-se as palavras ou expressões que não possuíam sentido semântico próximo aos grupos formados.

Quanto ao cálculo da distância semântica, ou seja, do relacionamento entre a palavra evocada e ou pergunta orientadora, utilizou-se o método do cálculo do valor FMG, com o intuito de inculcar mais rigor à criação de redes semânticas (VALDEZ, 1998). 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, e o valor M, obtido por meio da multiplicação da frequência de aparição pela hierarquia de cada palavra definidora, o que representa um indicador do peso semântico aferido para cada uma das palavras definidoras. Logo após, 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, através de uma regra de três, 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, inserindo-se os principais conceitos encontrados e as suas respectivas interações com a palavra definidora mais importante (NOVAK; CAÑAS, 2008).

## **4. ANÁLISE DOS RESULTADOS**

Para a consecução do objetivo da pesquisa, qual seja: analisar o processo de resiliência de uma feira livre e, conseqüentemente, os elementos a ele vinculado, inicialmente foi perguntado aos feirantes 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 comerciantes que a constituem, se caracteriza como um mercado resiliente. Da mesma forma, também foi perguntado aos feirantes 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%) feirantes 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.

Quanto aos dados descritivos dos respondentes, observa-se que a idade média dos feirantes é de cerca de 44 anos de idade 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 feirantes; 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 no Quadro 3, a seguir.

**Quadro 3. Conjuntos definidores, valores J e M e expressões principais**

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
Espaço	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
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:** Autoria própria.

Como é possível observar, mediante a análise do quadro, diversas razões foram apontadas como as responsáveis pelo crescimento, manutenção ou diminuição 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 feirantes a tais fatores. Como evidencia o quadro, 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 feirantes, que transcende a dimensão puramente econômica da feira. Fatores vinculados às dimensões social e cultural da feira destacam-se no discurso de alguns feirantes, que embasam suas falas em valores intangíveis que destoam do racionalismo econômico tradicional (STEWART, 1982; RAJAGOPAL, 2000). 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 feirantes 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, 2000).

Da mesma forma, a dimensão festiva da feira é evidenciada pelos vendedores. Aquiescendo as acepções teóricas levantadas por Sherry (1990a, 1990b), Rajagopal (2000) 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, 2000; 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 feirantes 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 feirantes 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 feirantes 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 feirantes ou a propriedades da própria feira, porquanto se caracterize como um sistema complexo resultante do conluio 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 feirantes 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 dos papéis desempenhados 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 o poder público. É importante destacar que a atuação governamental em sistemas econômicos 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 feirantes, uma vez que as consideram ou insuficientes ou mal elaboradas.

Concernente à conjectura atual do país, os feirantes 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.

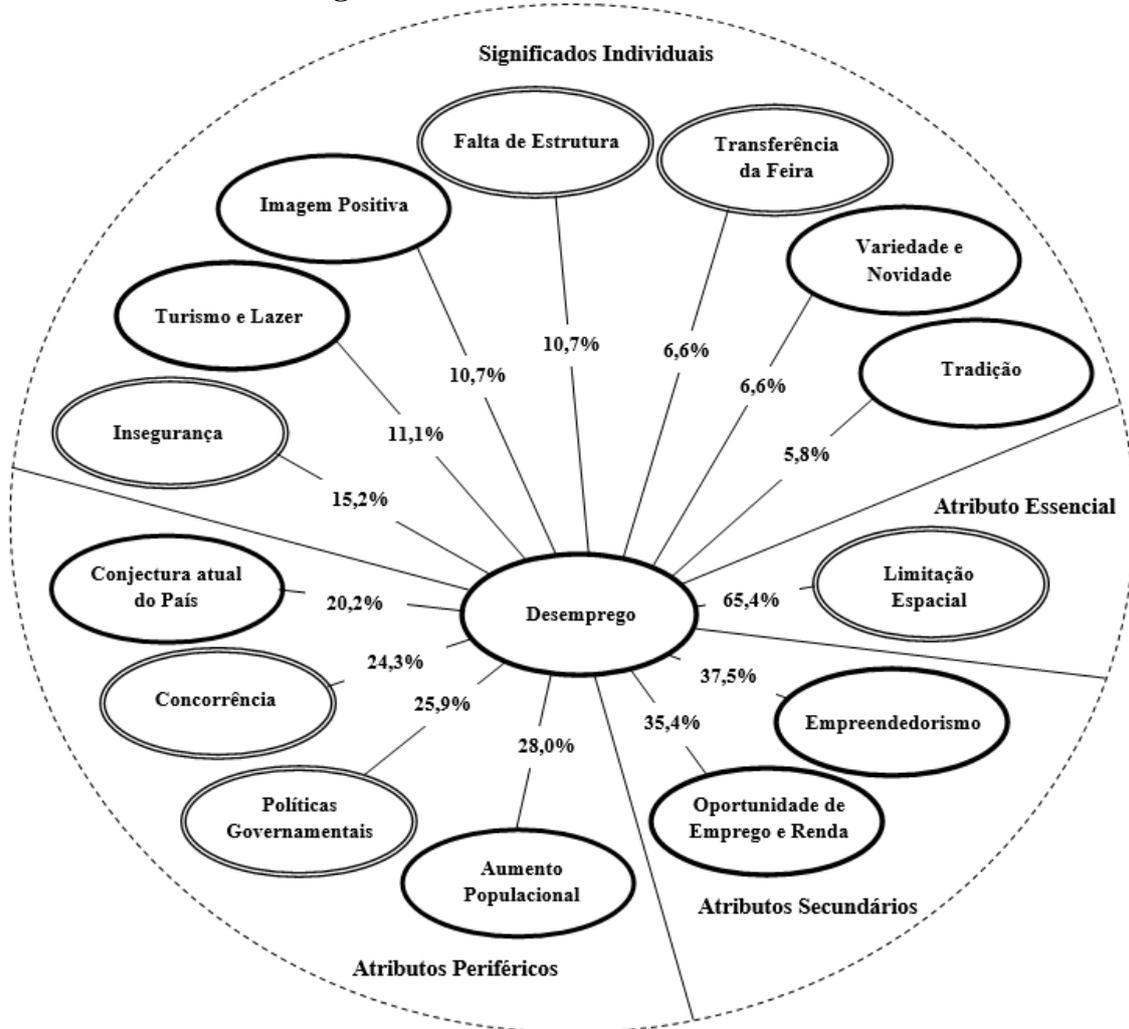
Outros fatores como transferência da feira, variedade e novidade e tradição também foram mencionados na pesquisa. Segundo os feirantes, a perspectiva de mudança de localidade afasta os clientes que, inseguros com a constante ameaça de transferência da feira, procuram outros locais de compra. Por outro 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 próprios efeitos.

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. Dessa forma, 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.

**Figura 1. Rede semântica da feira livre**



Legendas:

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

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

Fonte: Autoria própria.

O principal conjunto definidor da resiliência da feira é o fator desemprego. O conjunto faculto o crescimento da feira, porquanto os feirantes 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 espaço é o segundo fator com maior poder de explicação (65,4%). O fator apresenta-se como um elemento que dificulta o crescimento da feira, uma vez que os feirantes que assinalaram essa opção indicaram, majoritariamente, que a feira irá diminuir nos próximos anos. Como confundiram 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 horizontal. Contudo, os feirantes e vendedores ambulantes se rearranjam 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 feirantes 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 aloque, dentre os fatores levantados, maior atenção ao atributo políticas governamentais, uma vez que os feirantes 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; REPLACIS, 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 feirantes. 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 positivos, uma ressalva deve ser feita. Nenhum dos conjuntos definidores levantados 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 feirantes como responsáveis pela resiliência da feira. Tal consideração indicaria uma dependência excessiva de fatores externos para a sua estabilidade ou crescimento.

## **5. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Com o objetivo de perscrutar a resiliência em feiras livres, observando-se a construção coletiva e a representação desses ambientes pelos seus atores, a pesquisa obteve êxito. As vulnerabilidades e fortalezas de uma grande feira livre foram levantadas como o intuito de se observar como tais aspectos secundam ou prejudicam a resiliência desses mercados.

Com efeito, a partir dos aportes emersos pela pesquisa, constata-se 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 entre 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 feirantes 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 feirantes. Aprender com os próprios erros e limitações possibilita a supressão das ameaças externas à feira. Do mesmo modo, ao se ressaltar 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 ausência do setor público agrava a concorrência, ocasiona diminuição nas vendas, aumenta a insegurança e prejudica a manutenção da estrutura local.

A feira compete com outros mercados, shoppings, supermercados e, até mesmo, com a internet, 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, segregadora e opressora lógica financeira, que orienta os mercados formais, cria um distanciamento sóbrio entre empresas e clientes, efeminado pelas intervenções mecânicas embasadas nas perspectivas insípidas de relacionamento com o cliente. Um movimento necessário às empresas concerne à introjeção anímica, permeada por valores 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 feirantes 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.

Como sugestões para pesquisas futuras 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 coadjuvaria na capacidade sistêmica de se reorganizar, reagir e se desenvolver em meio às ameaças e adversidades

externas. Da mesma forma, sugere-se o estudo da dinâmica de aprendizagem dentre os agentes e de geração a geração na feira, uma vez que a aprendizagem é um fator não prescindível ao processo de resiliência.

## 6. REFERÊNCIAL BIBLIOGRÁFICO

BELK, R., SHERRY, J. Y 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.

BHAMRA, R; DANI, 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.

BRIGUGLIO, L. et al. Economic Vulnerability and Resilience: Concepts and Measurements. *Oxford Development Studies*, vol. 37, n. 3 (September), 2009.

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.

CARVALHO, V. D. et al. Resiliência e Socialização Organizacional entre Servidores Públicos Brasileiros e Noruegueses. *Revista de Administração Contemporânea*, vol. 15, n. 5, p.815-833, 2011.

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.

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.

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 – ICBER. *Anais...* Malaysia, 2010.

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

MARTIN, R. Regional economic resilience, hysteresis and recessionary shocks. *Journal of Economic Geography*, september p. 1-32, 2011.

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*. Dissertação de Mestrado em Geografia, Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza, Brasil, 2005.

NOVAK, J.; CAÑAS, A. The theory underlying concept maps and how to construct and use them. *Florida Institute for Human and Machine Cognition*.

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.

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 de Mestrado em Administração, Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, Brasil, 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 – CLADEA, 48. *Anais...* Rio de Janeiro, Brasil, 2013.

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*. Europa-América, Lisboa, 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.

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, 2010.

REPLACIS. *Retail Planning for Cities Sustainability*. DGALN/Plan Urbanisme Construction Architecture, 2009.

SCHERER, L. A.; MINELLO, I. F. Resiliência e Expatriação: das adversidades à dinâmica do comportamento resiliente de expatriados. In: ENCONTRO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO – ENANPAD, 37. *Anais...* Rio de Janeiro, Brasil 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, 1990b.

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, 1990a.

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.

SMITH, B. W. et al. The Brief Resilience Scale: Assessing the Ability to Bounce Back. *International Journal of Behavioral Medicine*, vol. 15, 194-200, 2008.

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 “resilience cities”. *Cities*, vol. 32, p. 164-166, 2013.

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

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.