

## **Por onde andam os consumidores: um estudo sobre o *Calçadão dos Mascates* no Recife**

**Maria de Lourdes C. da Cunha Nóbrega**

Professora Dra. da Universidade Católica de Pernambuco  
lourdinha\_@hotmail.com

**Clarissa Duarte Câmara**

Professora Ma. da Universidade Católica de Pernambuco  
duarte.clarissa@gmail.com

### **Resumo**

O presente artigo demonstra, através do entendimento das diversas formas em que os comerciantes de rua se apresentam no espaço urbano, uma análise da atual situação da edificação denominada *Calçadão dos Mascates*<sup>1</sup>, que abriga uma parcela do comércio popular do Centro do Recife (PE-Brasil). Para tal, metodologicamente foram realizadas pesquisas iconográficas, bibliográficas e em campo, de identificação e localização dos comerciantes e seus possíveis consumidores, bem como identificados conceitos relativos ao comportamento do consumidor e ao *marketing* varejista que demonstram uma relação do comércio popular com os fluxos de pedestres. O desenvolvimento da presente pesquisa tem como objetivo auxiliar ações de intervenção e controle urbano para áreas características de comércio popular.

### **1.0 Recife e os mascates como integrantes da sua história**

Segundo Goulart (1967), entre 1507 e 1559 os portugueses dominaram a cidade denominada Mascate, localizada na costa sul do Golfo de Omã (estreito que liga o mar arábico ao golfo pérsico). A região dominada tornou-se um núcleo aglutinador de mercadores das mais variadas procedências. Os mercadores portugueses que lá negociavam, ao regressarem para Portugal, eram então denominados de mascates. Os mascates eram na época caracterizados por serem mercadores anejos. A partir de então o vendedor ambulante, aquele que comercializa andando pelas ruas, teve também esta denominação: mascate.

Salienta-se que após o processo histórico ocorrido em Recife e Olinda, que levou às Alterações Pernambucanas<sup>2</sup>, o termo ampliou o seu significado: “Por obra e graça da nobreza da terra é que somente em Pernambuco ‘mascate’ extrapolou o significado estrito de regateiro ou bufarinheiro<sup>3</sup> para ganhar o sentido lato de comerciante reinol” (MELLO, 2003, p. 160). O mascate passou a ser o comerciante de uma forma geral e a palavra “mascatear” utilizada como comercializar.

Em um Pernambuco agrário, com os engenhos de açúcar localizados à longa distância das áreas urbanizadas, com pouco e difícil acesso à civilização, o comércio exercido pelos mascates, que percorriam as primitivas vias a pé ou com ajuda de animais, era

<sup>1</sup> Atualmente esta edificação é denominada e reconhecida pela população da cidade como “camelódromo”.

<sup>2</sup> Período da história pernambucana (1666-1715), também conhecido como “guerra dos mascates” (1711).

<sup>3</sup> *Bufarinheiro* – o termo refere-se ao vendedor de quinquilharias (GOULART, 1967, p. 31).



amplamente utilizado. As famílias proprietárias de engenhos consumiam dos mascates os manufaturados que lá chegavam (GOULART, 1967).

Nos anos 1670, após o período em que o Recife foi ocupado pelos holandeses (1630-1654), o número de mascates era tão grande que a concorrência entre comerciantes em lojas e os vendedores ambulantes fez com que a Câmara autorizasse a comercialização, pelos ambulantes, apenas de “fitas, linhas e outras coisas de menor importância” (GOULART, 1967, p. 112), proibindo-os de comercializar outros produtos. A proibição, no entanto, não surtiu efeito.

Data de 26 de maio de 1685 uma lei expedida pelo governo, gerada a partir da quantidade de mascates na praça, proibindo a mascateação na Província. A medida objetivava o estabelecimento dos mascates em lojas, e o conseqüente pagamento de impostos por parte destes. Todavia, a medida proibitiva também não surtiu efeito, e em pouco tempo os vendedores estavam novamente nas ruas<sup>4</sup>, o que levou Gregório de Matos dizer, na sua sátira “Verdades”: “no Recife há mil mascates”(GOULART, 1967, p. 113). Tal afirmativa poderia ser facilmente relacionada aos dias atuais, face ao elevado número de comerciantes andejos presentes na cidade.

Já a partir do século XIX, no perímetro urbano, surge o pobre vendedor ambulante, geralmente escravo liberto, que mantém, com a comercialização de rua, um modo de vida. Surgem então, em paralelo à atividade dos mascates, os comerciantes que, hoje, são denominados camelôs, mas que também exerciam a “mascateação<sup>5</sup>”. Assim, o termo mascate acompanha toda a história da cidade do Recife. É encontrado desde as crônicas relativas ao período de colônia até o presente século e sua presença continua marcante no cotidiano urbano, apresentando sempre seus significados ligados ao comércio de varejo.

### 1.1. Mascates, camelôs? Quem são os comerciantes de rua hoje?

De uma maneira geral, para a realização do comércio de rua, é necessário um espaço físico caracterizado pelo encontro de pessoas, neste caso específico, os espaços de passagem. Os **espaços de passagem** são aqueles espaços urbanos, geralmente vias, que são caracterizados por possuírem um fluxo permanente de tráfego (veículos ou pessoas). Constituem-se como corredores principais de transportes urbanos, ou percursos de fácil e/ou rápida ligação na malha urbana para os pedestres.

Os comerciantes de rua atualmente se apresentam no espaço no urbano sob várias formas. Essas diferentes formas de comercializar nas ruas seguem uma categorização aqui elaborada para compreensão das atividades exercidas por esses comerciantes e suas relações com o espaço físico urbano (NÓBREGA, 2002).

Assim, de acordo com o tempo de permanência nas ruas, bem como a maneira com a qual eles se relacionam com o espaço público urbano do Recife, esses comerciantes e

<sup>4</sup> A lei proibía a mascateação na província sob pena de degredo para Angola. (GOULART, 1967, p. 112 – 113).

<sup>5</sup> No sentido de comercialização.

prestadores de serviço de rua podem ser divididos em seis categorias: a) os feirantes, b) os comerciantes fixos, c) os comerciantes móveis, d) os comerciantes estacionados, e) os comerciantes de artigos de época e f) os comerciantes em veículos automotivos.

**a) Os feirantes** são aqueles comerciantes que comercializam produtos hortifrutigranjeiros ou produtos artesanais, nas feiras livres, em equipamentos geralmente denominados de banca. Esses comerciantes têm como principal característica serem itinerantes, ou seja, comercializam em locais diferentes a cada período de tempo estabelecido pela demanda de compra de cada localidade onde a feira é instalada.

**b) Os comerciantes fixos** são aqueles que têm ponto em logradouro público e equipamento<sup>6</sup> fixo para comercialização. Atualmente, esses comerciantes se apresentam na cidade como prestadores de serviços e comerciantes propriamente ditos e são encontrados nas seguintes formas: b.i. comerciantes fixos em equipamentos individuais ou em conjunto de equipamentos e b.ii. comerciantes fixos em edifícios.

**b.i. comerciantes fixos em equipamentos individuais ou em conjunto de equipamentos** são os comerciantes e prestadores de serviço que estão localizados em espaços de passagem, em especial próximos a esquinas e à paradas de ônibus (como é o caso da grande maioria dos fiteiros), ou próximos a estabelecimentos comerciais ou estabelecimentos de serviços com fluxo contínuo de usuários.

**b.ii. comerciantes fixos em edifícios.** Ações municipais resultaram na construção de edificações específicas que visaram abrigar, de forma ordenada, comerciantes de rua<sup>7</sup>. No centro histórico do Recife os seguintes edifícios foram construídos para este fim: o *Calçadão dos Mascates* (1993) - foco de atenção neste trabalho, o *Shopping Popular Santa Rita* (1994) e o *Mercado das Flores* (1994), todos situados no Centro Histórico da cidade.

**c) Os comerciantes móveis**, também denominados ambulantes<sup>8</sup>, são aqueles que, empurrando uma carroça ou portando um tabuleiro, bolsa(s), cesta(s) ou equipamento apropriado para comercialização de uma determinada mercadoria ou prestação de um determinado serviço, percorrem as ruas da cidade.

**d) Os comerciantes estacionados** são aqueles que, portando um tabuleiro desmontável, lonas, caixas de isopor ou apenas mercadorias postas em um pano no

---

<sup>6</sup> No *Novo Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa* encontra-se o seguinte significado para a palavra *equipamento*: “o conjunto que serve para equipar os instrumentos necessários a determinada função”. Esse termo foi adotado para nomear os instrumentos de comercialização dos comerciantes de rua de uma maneira geral. Tabuleiros, barracas, caixas, etc., são todos equipamentos para comercialização. Esse termo também é comumente utilizado pelos órgãos do Poder Municipal do Recife com o mesmo objetivo.

<sup>7</sup> Feirantes, comerciantes fixos, comerciantes estacionados e comerciantes móveis

<sup>8</sup> O *Dicionário Aurélio* define ambulante como aquele que não permanece no mesmo lugar ou que funciona em local não fixo.



chão, posicionam-se em pontos estratégicos da cidade para a comercialização de suas mercadorias durante um determinado período do dia<sup>9</sup>.

**e) Os comerciantes de artigos de época** são aqueles que, utilizando barracas por um breve período de tempo, estabelecem-se no espaço público comercializando mercadorias associadas a datas comemorativas de festas populares, como: artigos carnavalescos, artigos juninos e fogos de artifício (próximo aos dias de São João, São Pedro e Ano Novo)<sup>10</sup>.

**f) Os comerciantes em veículos automotivos**, por sua vez, comercializam em veículos motorizados (automóveis com ou sem reboque), negociando mercadorias em diversos pontos da cidade. A sua localização no espaço público urbano está geralmente condicionada a existência de vagas para estacionamento de veículos.

## **2. A abertura da Avenida Dantas Barreto e a construção do *Calçadão dos Mascates***

A Avenida Dantas Barreto, que teve seu maior trecho aberto no ano de 1970 face à demolição de quarteirões históricos dos bairros de Santo Antonio e São José, foi subutilizada desde a sua abertura. Poucos veículos trafegaram na sua extensão fazendo o percurso centro-zona sul (nova área de expansão urbana da época) para a qual a avenida foi primeiramente destinada<sup>11</sup>. A avenida foi parcamente utilizada por veículos e passou a abrigar, em trechos da sua grande calha, comerciantes de rua (ver figuras 1,2 e 3).

<sup>9</sup> O que faz diferir a categoria de comerciante de rua móvel da categoria de comerciante de rua estacionado é o tempo em que o segundo permanece em determinado local do espaço público urbano. Enquanto o primeiro transita pelo espaço urbano para comercializar o segundo permanece no mesmo espaço durante o dia.

<sup>10</sup> A Lei nº 16.191 de 07 de julho de 1996 (RECIFE, 1996), que licencia a venda em barracas destinadas à venda de artigos típicos de época e fogos de artifícios em logradouros públicos estabelece dimensões da barraca, afastamentos e sua localização.

<sup>11</sup> A abertura desta avenida foi uma intervenção urbanística equivocada do Poder Municipal, que abriu, no tecido urbano histórico, uma via com cinquenta metros de largura, dizimando cerca de 400 edificações e 02 igrejas católicas de inestimável valor cultural.



**Figura 1: Abertura da Avenida Dantas Barreto nos anos 1970.** Fonte: acervo da Diretoria de Preservação do Patrimônio Cultural da Cidade do Recife



**Figura 2: Aspectos da utilização da Avenida Dantas Barreto por comerciantes de rua estacionados e móveis.. Fotografia. Anos 1980.** Fonte: acervo da Diretoria de Preservação do Patrimônio Cultural da Cidade do Recife





**Figura 3. Aspectos da utilização da Avenida Dantas Barreto por comerciantes estacionados. Anos 1990.** Fonte: acervo da Empresa de Urbanização do Recife

O Centro do Recife, onde está situada a Avenida Dantas Barreto, abrigou os principais estabelecimentos comerciais da cidade até meados do século XX. A partir de então os centros comerciais diversificaram-se e, no auge do estabelecimento dos *shoppings centers* no Recife (década de 1980), consolidaram-se outras centralidades de comércio e vias de ligação entre os diversos núcleos urbanos periféricos, que por sua vez vieram a se tornar vias de localização comercial fora do antigo território central.

A mobilidade proporcionada pelos transportes, a transferência da moradia para bairros periféricos e o surgimento de empreendimentos comerciais geridos pelo setor imobiliário geraram, conseqüentemente, uma mudança de foco locacional do comércio especializado. Assim, o Centro do Recife, que desde a sua formação abrigou atividades de comércio e serviços especializados, foi preterido pelos comerciantes e prestadores de serviço do consumidor de alta renda, por outras localizações em bairros periféricos, de fácil acesso ao consumidor motorizado.

Com uma malha urbana remanescente de séculos anteriores, pouco adequada para abrigar o fluxo intenso de automóveis e suas novas demandas de estacionamento, o Centro, com um bem provido sistema de transporte coletivo, passa a ser palco no final do século XX, de um intenso comércio popular, dirigido para o consumidor pedestre (ou aquele que utiliza o transporte público).

A partir desta nova demanda de consumidores, a localização do comércio no Centro passa a se situar, de forma mais expressiva, nos espaços de passagem, ou seja, em vias ou áreas de intenso fluxo de pedestres. Palco ideal para o estabelecimento do comércio de rua.

Após duas décadas da abertura (e subutilização) da Avenida Dantas Barreto, em 1993 o Poder Municipal construiu no eixo desta via uma edificação que passou a abrigar aproximadamente 1500 comerciantes de rua estacionados, que anteriormente comercializavam na área. Denominada *Calçada dos Mascates*, esta intervenção homenageia os antigos comerciantes do Recife (figura 4).



Figura 4. O *Calçada dos Mascates* em 1994. Fonte: acervo da Empresa de Urbanização do Recife

### 3. Por onde anda o consumidor dos comerciantes de rua?

Nos estudos relativos ao comportamento do consumidor, a compra realizada pelo usuário do comércio pode ser: “totalmente planejada, parcialmente planejada e não planejada”. Na **compra “totalmente planejada”** tanto o produto quanto a sua marca são escolhidos com antecedência pelo consumidor. Na **compra “parcialmente planejada”** há a intenção do consumidor em comprar um dado produto, mas, a escolha da marca é feita no ato da compra. Já na **compra “não planejada”**, tanto o produto, quanto a marca são escolhidos no ponto de venda. Ressalta-se, contudo, que a compra não planejada não é necessariamente uma compra por impulso (BLACKWELL, MINIARD, ENGEL, 1999, p. 154).

“Isto porque compradores, geralmente, fazem uso intencional da exibição do produto em pontos de venda de mercadorias de

massa como se fosse uma lista de compras substituta. Em outras palavras, a exposição oferece um lembrete de uma necessidade e a compra é acionada”. A **compra por impulso** ocorre quando um consumidor vivencia um anseio repentino, geralmente poderoso e persistente, de comprar algo imediatamente. O impulso de comprar é hedonicamente complexo e pode estimular conflito emocional. Além disso, a compra por impulso tende a ocorrer com consideração diminuída em relação as suas conseqüências (BLACKWELL, MINIARD, ENGEL, 1999, p. 155).

Já no que diz respeito à localização do estabelecimento comercial e sua relação com as diferentes formas de comportamento do consumidor, Bernardino et al. (2004, p. 102) demonstra que os negócios são originados a partir das seguintes formas de atração:

- a) A atração geradora – é decorrente da proposta inicial de compra planejada, ou seja, o consumidor se desloca com o objetivo de atender às suas necessidades;
- b) A atração suscetível – acontece por impulso ou coincidência durante o deslocamento;
- c) A atração por negócios compartilhados – atração geradora de vizinhos, como ocorre quando um consumidor, ao ir à padaria de manhã, resolve comprar o jornal numa banca próxima;
- d) A atração cumulativa – é o caso de *shopping centers* que agregam um *tenant-mix* (composição de inquilinos lojistas) criteriosamente planejado, combinando várias lojas no mesmo espaço e criando uma forte sinergia que atrai mais consumidores do que se as lojas estivessem em locais separados.

Empreendimentos como os *shopping centers*, por exemplo, amparados pela mobilidade do automóvel, pelos meios de comunicação e propaganda, passam a não mais depender de um fluxo permanente (de veículos ou pessoas) para a sua localização. Estes empreendimentos passam a ter nas diretrizes da administração do negócio (que estabelecem estratégias de *marketing*) o principal meio para atrair pessoas. Houve assim uma modificação na condição da localização comercial. Algumas formas de comércio deixaram de se localizar em espaços de grande fluxo (ou espaços de passagem), para se localizar em outras áreas, como o ocorrido com a mudança do comércio dirigido ao consumidor motorizado no Recife.

Entende-se, então, que as compras realizadas nos comerciantes de rua podem ser identificadas como “compras por impulso ou compras não-planejadas” (BLACKWELL, MINIARD, ENGEL, 1999) e o ponto comercial deste comerciante é aquele caracterizado por provocar uma “atração suscetível” (BERNARDINO et al., 2004, p. 102), ou seja, atração que acontece por impulso ou coincidência durante o deslocamento do consumidor. Comerciantes de rua fixos, estacionados, móveis, e em veículos



automotivos estão geralmente condicionados ao fluxo de pedestres para a sua localização. Assim, o fluxo de pessoas a pé é condicionante para que estas formas de comercialização aconteçam.

#### 4. Comerciantes e consumidores do Calçadão dos Mascates

Atualmente, o edifício denominado *Calçadão dos Mascates*, construído ao longo da Avenida Dantas Barreto em seis módulos, encontra-se apenas com os três primeiros módulos em funcionamento (módulos 01, 02 e 03). Os outros três (04, 05 e 06), que na sua inauguração também abrigaram comerciantes de rua, estão atualmente subutilizados ou em estado de abandono (ver figuras 5 e 6).



Figura 5. Módulo 1, *Calçadão dos Mascates*, em pleno funcionamento. Foto Nóbrega 2010

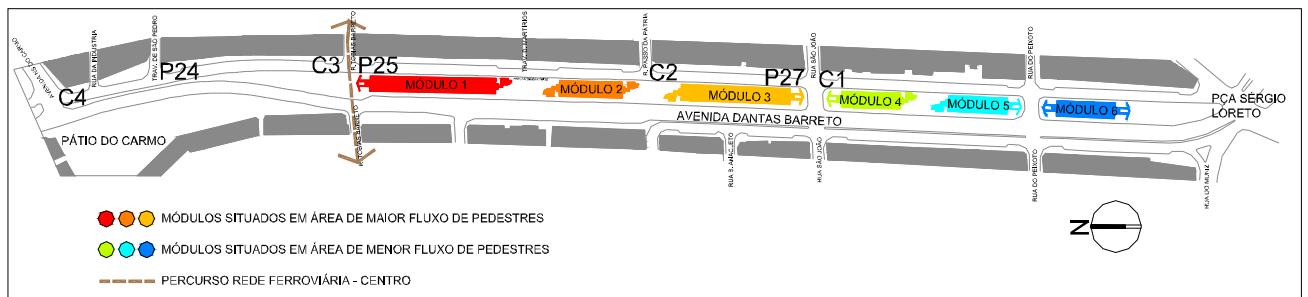


Figura 6. Módulo 6, *Calçadão dos Mascates*, em estado de abandono. Foto Nóbrega 2010

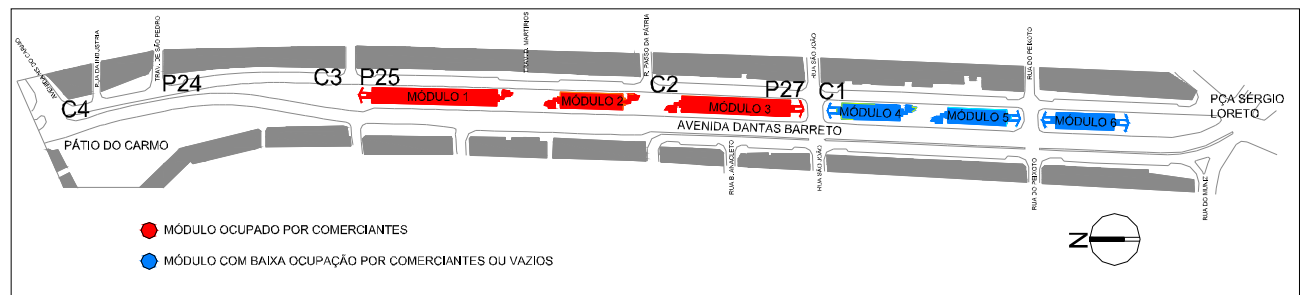
Procurou-se então compreender, com base nos pontos de contagem de fluxo de pedestres (possíveis consumidores do comércio popular), a relação entre os fluxos

existentes no local e a localização dos módulos da edificação. Ou seja, procurou-se compreender se a edificação dependia de uma “atração suscetível” (BERNARDINO et al., 2004, p. 102) ou, como um mercado público, atendia agora a uma proposta de compra planejada. Estaria o edifício (ou parte dele) localizado em um espaço de passagem?

A contagem de pedestres, através dos pontos denominados C1, C2, C3 e C4<sup>12</sup> demonstra uma queda de transeuntes no sentido Norte/Sul da via. A maior quantidade de pedestres existentes está localizada no norte da via (ver figuras 7 e 8). Esta alta contagem de fluxo também é demonstrada na contagem dos pontos P24 e P25<sup>13</sup> (ver figuras 9 e 10).



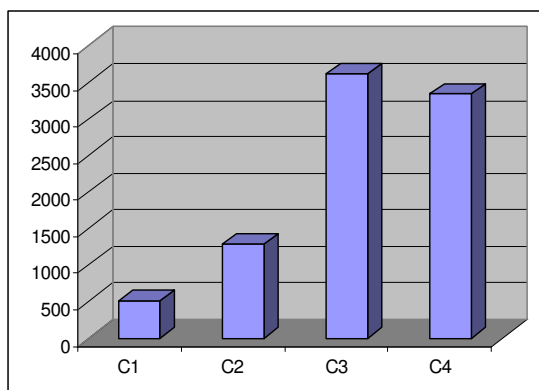
**Figura 7. Esquema gráfico da localização dos módulos do Calçadão dos Mascates.** Croqui elaborado pelas autoras



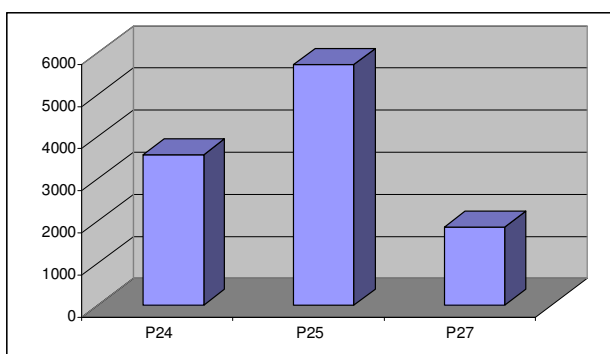
**Figura 8. Esquema gráfico da localização e ocupação dos módulos do Calçadão dos Mascates.** Croqui elaborado pelas autoras

<sup>12</sup> Contagem dos pontos “C” realizada pela autora Maria de Lourdes Nóbrega, 2008.

<sup>13</sup> Contagem dos pontos denominados de “P” presentes no Plano de Circulação da Cidade do Recife - nesta pesquisa manteve-se a mesma denominação.



**Figura 9. Gráfico comparativo dos fluxos de pedestres em hora de pico nas vias, pontos C.**



**Figura 10. Gráfico comparativo dos fluxos de pedestres em hora de pico nas vias, pontos P.**

Constata-se assim um grande fluxo de pedestres no cruzamento da Avenida Dantas Barreto com a Rua Tobias Barreto. Esta última é a principal ligação da Estação Ferroviária ao foco do comércio central (observar a contagem dos pontos C3, P25 e P24). Esse cruzamento também se situa na proximidade do primeiro módulo. A Rua Tobias Barreto, uma das principais localizações de comerciantes estacionados no Centro, é um típico espaço de passagem (ver figura 11).



**Figura 11. Fluxo intenso e comércio de rua no cruzamento da Avenida Dantas Barreto e a Rua Tobias Barreto.** Foto Câmara 2010

Observou-se ainda que, apesar da Avenida Dantas Barreto ser uma via que ao longo de todo o seu percurso serve ao transporte coletivo – estando inclusive a forma do edifício em estudo vinculada a esta qualidade –, as paradas de ônibus existentes próximas aos módulos abandonados não são utilizadas por grande quantidade de usuários. Aquelas mais procuradas estão próximas ao Pátio do Carmo, ou seja, aos três primeiros módulos<sup>14</sup>.

Assim, quando considerada a relação fluxo de pedestres x edifício, observa-se que o entorno dos três primeiros módulos do *Calçadão dos Mascates* é o que apresenta maior quantidade de fluxo, ao passo que os três últimos módulos estão em área de menor fluxo. Esta relação sugere que a atração gerada pelo edifício ainda é, segundo as teorias do *marketing* varejista, uma “atração suscetível” (BERNARDINO et al., 2004, p. 102), ou seja, gerada pelas compras não planejadas nos módulos do edifício que estão (melhores) situados ao longo do percurso do consumidor. A mesma atração é pertinente ao comerciante estacionado – categoria a qual a maioria dos comerciantes pertenciam antes de se tornarem fixos.

Enfatizando a característica dos três primeiros módulos do *Calçadão dos Mascates* estarem possivelmente melhor localizados quanto à capacidade de atrair as compras não planejadas ou por impulso, localizam-se atualmente em seu entorno imediato outros comerciantes de rua (estacionados) entre módulos do equipamento e em calçadas laterais. Os três últimos módulos, no entanto, sofrem pela ausência de consumidores.

## 5. Conclusões: o comércio de rua como negócio

<sup>14</sup> O abandono da edificação denominada Mercado das Flores, próximo à Praça Sergio Loreto – módulo 06, que também foi construída para abrigar comerciantes, pode ser também uma consequência da falta de transeuntes ou consumidores na área.



Analisando-se os comerciantes de rua fixos existentes no Centro do Recife, percebe-se que a construção do *Calçadão dos Mascates* transformou comerciantes estacionados e móveis em comerciantes fixos. Estes comerciantes estão, agora, localizados em um centro de compra planejado. As vendas que eram realizadas por “atração suscetível” passaram a depender da “atração geradora” e, muitas vezes, de uma proposta de compra planejada pelo consumidor (BERNARDINO et al., 2004, p. 102).

Para os casos de transferência de categorização de comerciantes de rua móveis e estacionados, para comerciantes fixos, em centros de compras planejados, também se faz necessário observar os aspectos relativos aos condicionantes de localização que dizem respeito às formas de administração do negócio. Pois, comerciantes que não mais dependem exclusivamente do fluxo de pessoas para a realização de vendas procuram atrair consumidores através de outros condicionantes ligados à administração do negócio.

No caso da localização do comércio fora dos espaços de passagem, os negócios estão condicionados às formas de administração que dependem de fatores inerentes ao fluxo de pedestres existente, tais como: organização empresarial, política, tecnologia, capital, etc.<sup>15</sup>. Se a essência da comercialização de rua está relacionada à “atração suscetível” do ponto e à proposta não-planejada (ou por impulso) de compra do consumidor, estes comerciantes devem estar localizados em espaços de passagem para que a troca comercial aconteça e, conseqüentemente, o investimento do Poder Público em edificações do tipo do *Calçadão dos Mascates* possa valer à pena.

O comércio de rua é, no Recife, parte da sua tradição histórica, que obteve nos mascates apoio econômico para a independência da cidade, na época de colônia. Este tradicional comércio, promovido por aqueles que não têm ponto fixo de venda, foi herdado pelo pobre escravo libertado do século XIX e levado adiante até os dias atuais (acompanhado de inúmeros problemas em face da sua irregularidade formal e econômica), sem uma real intervenção pública ou institucional que pudesse diminuir o número de comerciantes no Centro. É importante ressaltar que este Centro possui hoje mais de 8000 comerciantes de rua cadastrados (e outros “tantos” não cadastrados) pelo Poder Municipal<sup>16</sup>. Assim, não é possível apenas coibir a permanência desta atividade no espaço público, faz-se necessário, também, lidar com esta forma de comércio considerando as diversas demandas que a mesma apresenta.

É fato que o edifício do *Calçadão dos Mascates* possui trechos onde o fluxo de pedestres é insuficiente para a sua manutenção como centro de compras, necessitando de estratégias de vendas relacionadas à administração do edifício como um negócio em meio urbano e não mais como edifício abrigo ou ordenamento de comerciantes de rua, visto o investimento do setor público na sua construção e as reais necessidades dos comerciantes que lá estão instalados.

---

<sup>15</sup> Fatores citados por VARGAS, 2001, p. 66

<sup>16</sup> Dado fornecido pela CSURB (Companhia de Serviços Urbanos do Recife), 2009.





Como o ocorrido com a intervenção que deu origem ao *Calçadão dos Mascates*, ressalte-se aqui em conclusão que as intervenções públicas dirigidas aos comerciantes de rua devem, primeiramente, identificar a categoria em que os comerciantes de rua se encontram (se feirantes, se estacionados, etc.) e suas necessidades enquanto atividade de troca – levando em conta as relações entre este comércio e seus consumidores. Entende-se, então, que apenas compreendendo o comércio de rua na sua integridade (envolvendo fatores não apenas formais e ordenadores, mas sócio-econômicos e administrativos) é que se faz possível planejar e gerir tal atividade, propondo estratégias de intervenção que busquem – ao contrário do que muitos governantes almejam – sua permanência e sustentabilidade no espaço público.

## 6. Referências

BERNARDINO, Eliane de Castro et al. **Marketing do varejo**. Rio de Janeiro: Editora FGV Management, 2004.

BLACKWELL, Roger; MINIARD, Paul; ENGEL, James. **Comportamento do consumidor**. 8. ed. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos Editora, 1999.

GOULART, José Alípio. **O mascate no Brasil.**, Rio de Janeiro: Editora Conquista, 1967. (Coleção Terra dos Papagaios).

MELLO, Evaldo Cabral. **A Fronda dos Mazombos**. São Paulo: Editora 34, 2003.

NÓBREGA, Maria de Lourdes Carneiro da Cunha. **Um estudo sobre as formas de apropriação do espaço público urbano pelos comerciantes de rua na cidade do Recife**. 2002. 155 f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Urbano) - Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2002.

RECIFE. Lei Municipal nº 16.191 / 1996. 07 de julho de 1996. Altera a lei 7427/61, no que diz respeito ao licenciamento de barracas destinadas à venda de artigos típicos da época e fogos de artifícios em logradouros públicos. **Diário Oficial da União**, Recife, 1996.

\_\_\_\_\_. **Plano Diretor de Circulação da Cidade do Recife**. Recife, 2000.

VARGAS, Heliana Comin. **Espaço terciário: o lugar, a arquitetura e a imagem do comércio**. São Paulo: Senac, 2001