

# A Economia numa Perspectiva Interdisciplinar

Luan Vinicius Bernardelli  
(Organizador)



**Luan Vinicius Bernardelli**

(Organizador)

# **A Economia numa Perspectiva Interdisciplinar**

**Atena Editora  
2019**

2019 by Atena Editora  
Copyright © Atena Editora  
Copyright do Texto © 2019 Os Autores  
Copyright da Edição © 2019 Atena Editora  
Editora Executiva: Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Antonella Carvalho de Oliveira  
Diagramação: Karine de Lima  
Edição de Arte: Lorena Prestes  
Revisão: Os Autores

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores. Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

### **Conselho Editorial**

#### **Ciências Humanas e Sociais Aplicadas**

Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas  
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília  
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Cristina Gaio – Universidade de Lisboa  
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia  
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná  
Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice  
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense  
Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins  
Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará  
Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande  
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

#### **Ciências Agrárias e Multidisciplinar**

Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano  
Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná  
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista  
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul  
Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia  
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará  
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas

#### **Ciências Biológicas e da Saúde**

Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina  
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria  
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará

Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão  
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande

### **Ciências Exatas e da Terra e Engenharias**

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto  
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará  
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

### **Conselho Técnico Científico**

Prof. Msc. Abrãao Carvalho Nogueira – Universidade Federal do Espírito Santo  
Prof. Dr. Adaylson Wagner Sousa de Vasconcelos – Ordem dos Advogados do Brasil/Seccional Paraíba  
Prof. Msc. André Flávio Gonçalves Silva – Universidade Federal do Maranhão  
Prof.ª Drª Andreza Lopes – Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento Acadêmico  
Prof. Msc. Carlos Antônio dos Santos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro  
Prof. Msc. Daniel da Silva Miranda – Universidade Federal do Pará  
Prof. Msc. Eliel Constantino da Silva – Universidade Estadual Paulista  
Prof.ª Msc. Jaqueline Oliveira Rezende – Universidade Federal de Uberlândia  
Prof. Msc. Leonardo Tullio – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Prof.ª Msc. Renata Luciane Polsaque Young Blood – UniSecal  
Prof. Dr. Welleson Feitosa Gazel – Universidade Paulista

<b>Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)</b>	
E19	A economia numa perspectiva interdisciplinar [recurso eletrônico] / Organizador Luan Vinicius Bernardelli. – Ponta Grossa, PR: Atena Editora, 2019.  Formato: PDF Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader Modo de acesso: World Wide Web Inclui bibliografia ISBN 978-85-7247-505-1 DOI 10.22533/at.ed.051193007  1. Abordagem interdisciplinar do conhecimento. 2. Economia. I. Bernardelli, Luan Vinicius. II. Título.  CDD 330
<b>Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422</b>	

Atena Editora  
Ponta Grossa – Paraná - Brasil  
[www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br)  
contato@atenaeditora.com.br

## APRESENTAÇÃO

A ciência econômica é marcada pelo estudo do funcionamento dos mercados, determinação das taxas de juros, câmbio, entre diversos outros aspectos que são relacionados aos aspectos gerais macroeconômicos e microeconômicos. Contudo, o estudo das ciências econômicas possui um forte caráter multidisciplinar, o que potencializa o impacto dos estudos econômicos na sociedade.

É fundamental compreender como os agentes se organizam economicamente e, de maneira constante, buscar aprimorar a qualidade de vida das pessoas. O estudo da economia tem como finalidade principal aumentar o bem-estar da sociedade, contudo, trata-se de um processo complexo que envolve uma série de fatores.

Dessa forma, a multidisciplinaridade tem muito a oferecer para o desenvolvimento da ciência e, conseqüentemente, para o entendimento das relações econômicas entre os seres humanos. Nesse sentido, no e-book “A economia numa Perspectiva Interdisciplinar”, apresenta-se artigos que contribuem para o estudo das ciências econômicas sob o enfoque multidisciplinar, abordando importantes temas sobre as atuais relações econômicas entre os agentes.

A complexidade dos agentes econômicos impossibilita a reprodução e o entendimento das relações econômicas por meio de uma ciência exata. Nesse sentido, a economia é estudada como uma ciência social, que deve ser constantemente testada e mensurada, a fim de se aprimorar o modo de organização social.

A organização deste livro não está pautada sob um critério único, dado a diversidade de temas e métodos que são apresentados. Neste livro, o leitor poderá contemplar 35 capítulos que debatem a economia numa perspectiva interdisciplinar. Os trabalhos abrangem diversas temáticas, como o desenvolvimento econômico sob o enfoque regional e territorial, a fim de mostrar a importância do espaço e da região nos estudos econômicos. Questões relacionadas ao comportamento do consumidor nos tempos atuais também podem ser apreciadas. Importantes conceitos sobre uma Economia Solidária, que se trata de uma temática de estudo em constante evolução no Brasil e possibilita o desenvolvimento de formas alternativas de geração de emprego e renda, principalmente para pessoas de baixa renda. Além disso, diversos outros textos discutem questões pertinentes no atual contexto econômico.

Neste livro também se encontram trabalhos sobre diversas regiões e estados brasileiros, evidenciando que, além de uma grande diversidade em relação aos temas e métodos, a ciência econômica sob caráter interdisciplinar está sendo investigada em todo território nacional e contribui com todas regiões do Brasil. Dessa forma, o leitor poderá contemplar estudos de pesquisadores de todo o país, de Universidades Estaduais, Federais, centros e instituto de pesquisa, entre outras importantes entidades contribuintes à ciência nacional.

Por fim, desejo que o leitor desfrute dos artigos apresentados nesta edição, ressaltando a importância do estudo das ciências econômicas sob caráter

interdisciplinar. Certamente, este livro dará suporte aos leitores para a compreensão da importância do estudo da economia e suas áreas correlatas.

Luan Vinicius Bernardelli,  
Doutorando em Teoria Econômica pelo PCE/UEM

## SUMÁRIO

<b>CAPÍTULO 1</b> .....	<b>1</b>
AGÊNCIAS DE DESENVOLVIMENTO REGIONAL (DO OESTE) DE SANTA CATARINA: ANÁLISE SÓCIO ECONÔMICA DO PERÍODO DE 2000 A 2010	
Alyne Sehnem Juliano Luis Fossá Marcia Berti Fiorin	
<b>DOI 10.22533/at.ed.0511930071</b>	
<b>CAPÍTULO 2</b> .....	<b>13</b>
A PARTICIPAÇÃO DA SOCIEDADE CIVIL NO DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL	
Seonária Costa Santana Alane Amorim Barbosa Dias Cleudson Santos de Jesus	
<b>DOI 10.22533/at.ed.0511930072</b>	
<b>CAPÍTULO 3</b> .....	<b>21</b>
O PAPEL DO TERRITÓRIO NOS DESAFIOS DA ORGANIZAÇÃO E CONSOLIDAÇÃO DAS REDES SOLIDÁRIAS	
Silvia Aparecida Guarnieri Ortigoza Auro Aparecido Mendes	
<b>DOI 10.22533/at.ed.0511930073</b>	
<b>CAPÍTULO 4</b> .....	<b>33</b>
A ECONOMIA PAULISTA ANTES DO CAFÉ: AGRICULTURA, COMÉRCIO E DINÂMICAS MERCANTIS NA REGIÃO DE “SERRA ACIMA” (C. 1800-C. 1820)	
Marco Volpini Micheli	
<b>DOI 10.22533/at.ed.0511930074</b>	
<b>CAPÍTULO 5</b> .....	<b>60</b>
CAFEICULTURA, URBANIZAÇÃO E CAPITALISMO: O CAMPO E A CIDADE NO SÉCULO XIX, JUIZ DE FORA-MG	
Felipe Marinho Duarte	
<b>DOI 10.22533/at.ed.0511930075</b>	
<b>CAPÍTULO 6</b> .....	<b>74</b>
MODA, CULTURA E CONSUMO EM TEMPOS DE GLOBALIZAÇÃO	
Ana Paula Nobile Toniol Sara Albieri	
<b>DOI 10.22533/at.ed.0511930076</b>	
<b>CAPÍTULO 7</b> .....	<b>87</b>
COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR E NOVAS PROCURAS: OS VALORES CULTURAIS DO QUEIJO MINAS ARTESANAL	
Lélis Maia de Brito Lidiane Nunes da Silveira	
<b>DOI 10.22533/at.ed.0511930077</b>	

<b>CAPÍTULO 8</b> .....	<b>99</b>
COMIDA DE PET: COMENSALIDADE INTERESPÉCIE	
Juliana Abonizio	
Eveline Teixeira Baptistella	
<b>DOI 10.22533/at.ed.0511930078</b>	
<b>CAPÍTULO 9</b> .....	<b>112</b>
CONSUMO, BENEFICIAMENTO E COMERCIALIZAÇÃO DE FRUTAS NO ASSENTAMENTO TERRA VISTA- ARATACA-BA	
Telmara O. Benevides Campos	
Ricardo de Araújo Kalid	
Milton Ferreira da Silva Junior	
Maria Olímpia Batista de Moraes	
<b>DOI 10.22533/at.ed.0511930079</b>	
<b>CAPÍTULO 10</b> .....	<b>125</b>
OS PASSATEMPOS DA VIAGEM: UMA ABORDAGEM SOBRE AS RELAÇÕES DE CONSUMO NOS BRT DA REGIÃO METROPOLITANA DO RECIFE	
Marília do Nascimento Silva	
Alcides Jairon Lacerda Cintra	
<b>DOI 10.22533/at.ed.05119300710</b>	
<b>CAPÍTULO 11</b> .....	<b>137</b>
CONECTANDO AGRICULTURA – ALIMENTAÇÃO - DESENVOLVIMENTO: UMA ANÁLISE DO CAMPO CIENTÍFICO	
Caroline Conteratto	
Álvaro Sérgio Oliveira	
Daiane Thaise Oliveira Faoro	
Gabrielli do Carmo Martinelli	
<b>DOI 10.22533/at.ed.05119300711</b>	
<b>CAPÍTULO 12</b> .....	<b>147</b>
ECONOMIA SOLIDÁRIA E AUTOGESTÃO COMO BASES PARA UMA NOVA CONDIÇÃO MATERIAL DA EXISTÊNCIA	
Yuri Rodrigues da Cunha	
<b>DOI 10.22533/at.ed.05119300712</b>	
<b>CAPÍTULO 13</b> .....	<b>159</b>
DESAFIOS DA AUTOGESTÃO E ESTUDOS ORGANIZACIONAIS EM SOLIDÁRIA	
Gabriel Gualhanone Nemirovsky	
Édi Augusto Benini	
Elcio Gustavo Benini	
Eziel Gualberto de Oliveira	
Henrique Tahan Novaes	
Martina Nogueira Lima	
Raphael Camargo Penteadó	
Gustavo Henrique Petean	
<b>DOI 10.22533/at.ed.05119300713</b>	

<b>CAPÍTULO 14</b> .....	<b>173</b>
ECONOMIA SOLIDÁRIA, PRÁTICAS ESPACIAIS E TERRITÓRIOS DISSIDENTES EM RIO CLARO (SP)- BRASIL	
Auro Aparecido Mendes Sílvia Aparecida Guarnieri Ortigoza	
<b>DOI 10.22533/at.ed.05119300714</b>	
<b>CAPÍTULO 15</b> .....	<b>182</b>
EDUCAÇÃO POPULAR E ECONOMIA SOLIDÁRIA: UMA PARCERIA POTENTE NA LUTA POLÍTICA	
Ana Elídia Torres	
<b>DOI 10.22533/at.ed.05119300715</b>	
<b>CAPÍTULO 16</b> .....	<b>191</b>
UM OLHAR SOBRE A QUALIDADE DE VIDA NO TRABALHO EM EMPREENDIMENTOS ECONÔMICOS SOLIDÁRIOS	
Lourença Santiago Ribeiro Diego Palma de Castro	
<b>DOI 10.22533/at.ed.05119300716</b>	
<b>CAPÍTULO 17</b> .....	<b>201</b>
GERAÇÃO DE RENDA EM ECONOMIA SOLIDÁRIA: RELATO DE EXPERIÊNCIA DE UMA OFICINA COM USUÁRIOS DE CAPS-AD II	
Gabriela Zanim Patrícia Tosta Soares Regina Célia Fiorati	
<b>DOI 10.22533/at.ed.05119300717</b>	
<b>CAPÍTULO 18</b> .....	<b>213</b>
CURSO FORMATIVO PARA O FORTALECIMENTO DA REDE DE ECONOMIA SOLIDÁRIA E DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL E SAUDÁVEL EM RIBEIRÃO PRETO-SP	
Mariana Pantoni Santana Regina Célia Fiorati Perla Calil Pongeluppe Wadhy Rebehy Regina Yoneko Dakuzaku Carretta Daniel Yacoub Bellissimo Julia Terra Ribeiro do Vale Marta Cristiane Alves Pereira Rogério Cerávolo Calia José Luiz Bahia Patrícia Soares	
<b>DOI 10.22533/at.ed.05119300718</b>	
<b>CAPÍTULO 19</b> .....	<b>222</b>
ESTUDO DE CASO: IMPLANTAÇÃO DE UMA INCUBADORA DE ECONOMIA SOLIDÁRIA NA UTFPR/ CÂMPUS DE APUCARANA	
Márcia Cristina Alves Marcelo Capre Dias	
<b>DOI 10.22533/at.ed.05119300719</b>	

<b>CAPÍTULO 20</b> .....	<b>234</b>
SABERES E SABORES: A EXPERIÊNCIA DE UMA FEIRA DE ECONOMIA POPULAR E SOLIDÁRIA NA UNIVERSIDADE ESTADUAL DE FEIRA DE SANTANA (BA)	
Alessandra Oliveira Teles Wesley Freire dos Santos	
<b>DOI 10.22533/at.ed.05119300720</b>	
<b>CAPÍTULO 21</b> .....	<b>246</b>
O DESAFIO DA ARTICULAÇÃO ENTRE ENSINO SUPERIOR DE GRADUAÇÃO E PRÁTICAS DE EXTENSÃO: ESTUDO DE CASO DA TEMÁTICA DE COOPERATIVISMO NA UFFS	
Raoni Fernandes Azerêdo Pedro Ivan Christoffoli Anelize de Souza Muller Campos	
<b>DOI 10.22533/at.ed.05119300721</b>	
<b>CAPÍTULO 22</b> .....	<b>258</b>
ELEMENTOS PARA A DETERMINAÇÃO MATERIAL DO DIREITO NOS TEXTOS ECONÔMICOS TARDIOS DE MARX: O MOVIMENTO DO DIREITO NA VIA CLÁSSICA	
Lucas Almeida Silva	
<b>DOI 10.22533/at.ed.05119300722</b>	
<b>CAPÍTULO 23</b> .....	<b>278</b>
FORMAS ESTATAIS E REGIMES DE ACUMULAÇÃO DE CAPITAL	
Matheus de Araújo Almeida	
<b>DOI 10.22533/at.ed.05119300723</b>	
<b>CAPÍTULO 24</b> .....	<b>291</b>
EVOLUÇÃO DE INOVAÇÃO TECNOLÓGICA: UMA COMPARAÇÃO ENTRE INDÚSTRIA EXTRATIVA E INDÚSTRIA DE TRANSFORMAÇÃO NO PERÍODO DE 2000 A 2011	
Luciane Rosa de Oliveira Bruna Márcia Machado Moraes Angélica Pott de Medeiros Reisoli Bender Filho	
<b>DOI 10.22533/at.ed.05119300724</b>	
<b>CAPÍTULO 25</b> .....	<b>311</b>
MODELO DE GESTÃO PARA AGROINDÚSTRIAS FAMILIARES RURAIS MEDIANTE A APLICAÇÃO DE MÉTODO SWOT	
Caroline Conteratto Laura Possani Gabrielli do Carmo Martinelli	
<b>DOI 10.22533/at.ed.05119300725</b>	
<b>CAPÍTULO 26</b> .....	<b>322</b>
MERCADORES DE OBRIGAÇÕES: COMÉRCIO, DÁDIVAS E RECIPROCIDADE NA TROCA DE VALORES NA FEIRA DA 25 DE SETEMBRO EM BELÉM/PA	
José Maria Ferreira Costa Júnior	
<b>DOI 10.22533/at.ed.05119300726</b>	

<b>CAPÍTULO 27</b> .....	<b>335</b>
RELEVÂNCIA DA IMAGEM CORPORATIVA DO BANCO CENTRAL DO BRASIL: UM ESTUDO COM ANÁLISE FATORIAL EXPLORATÓRIA	
Paulo Roberto da Costa Vieira	
<b>DOI 10.22533/at.ed.05119300727</b>	
<b>CAPÍTULO 28</b> .....	<b>347</b>
EBC: A CIDADANIA PERDIDA	
Valéria de Castro Fonseca	
Célia Maria Ladeira Mota	
<b>DOI 10.22533/at.ed.05119300728</b>	
<b>CAPÍTULO 29</b> .....	<b>358</b>
A PREVIDÊNCIA SOCIAL DOS (DES)ASSISTIDOS TRABALHADORES EM EMPREENDIMENTOS SOLIDÁRIOS	
Arlete Candido Monteiro Vieira	
<b>DOI 10.22533/at.ed.05119300729</b>	
<b>CAPÍTULO 30</b> .....	<b>372</b>
IMPACTOS DA AÇÃO CIVIL PÚBLICA DO CARVÃO MINERAL NA ECONOMIA DO SUL DE SANTA CATARINA	
Eduardo Netto Zanette	
Silvio Parodi Oliveira Camilo	
<b>DOI 10.22533/at.ed.05119300730</b>	
<b>CAPÍTULO 31</b> .....	<b>395</b>
VIVER ENTRE O MAR E A TERRA: UMA COMPARAÇÃO DO PERFIL SOCIAL E ECONÔMICO DOS PERSEGUIDOS PELO TRIBUNAL DA INQUISIÇÃO EM SALVADOR E CARTAGENA DAS ÍNDIAS XVI-XVII	
Jéssika de Souza Cabral	
<b>DOI 10.22533/at.ed.05119300731</b>	
<b>CAPÍTULO 32</b> .....	<b>415</b>
OS APARATOS INFOTELECOMUNICACIONAIS E A DISSEMINAÇÃO DA INFORMAÇÃO IDEOLÓGICA NO PROCESSO DE SOCIALIZAÇÃO	
Edvaldo Carvalho Alves	
Fellipe Sá Brasileiro	
Edilson Targino de Melo Filho	
<b>DOI 10.22533/at.ed.05119300732</b>	
<b>CAPÍTULO 33</b> .....	<b>425</b>
RÁDIOS LIVRES E A DEMOCRATIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO: UMA PERSPECTIVA MUDA	
Ricardo Franco Llanos	
<b>DOI 10.22533/at.ed.05119300733</b>	
<b>CAPÍTULO 34</b> .....	<b>438</b>
GESTÃO DA COMUNICAÇÃO PÚBLICA EM UMA UNIVERSIDADE MULTICAMPI	
Tiago Santos Sampaio	
<b>DOI 10.22533/at.ed.05119300734</b>	

<b>CAPÍTULO 35 .....</b>	<b>449</b>
<i>SOFTWARE LIVRE E TECNOLOGIA PARA INCLUSÃO SOCIAL</i>	
Flávio Gomes da Silva Lisboa	
Marilene Zazula Beatriz	
<b>DOI 10.22533/at.ed.05119300735</b>	
<b>SOBRE O ORGANIZADOR.....</b>	<b>460</b>

## OS PASSATEMPOS DA VIAGEM: UMA ABORDAGEM SOBRE AS RELAÇÕES DE CONSUMO NOS BRT DA REGIÃO METROPOLITANA DO RECIFE

**Marília do Nascimento Silva**

Universidade Federal de Pernambuco  
Recife – PE

**Alcides Jairon Lacerda Cintra**

Universidade Federal de Pernambuco  
Recife – PE

**RESUMO:** No contexto das sociedades, ao longo da história, o consumo esteve presente como uma atividade característica para a provisão das necessidades humanas: alimentação, vestimenta, abrigo, trabalho, lazer, etc. Com o advento da Revolução Industrial é apresentado uma mudança de compreensão, e a partir do século XX, esta atividade tomou uma maior dimensão, impulsionada principalmente pela lógica do mercado capitalista. O presente capítulo busca abordar algumas relações de consumo e comercialização estabelecidas entre usuários/as dos equipamentos de Transporte Rápido por Ônibus na Região Metropolitana do Recife. Este material traz uma abordagem teórica sobre a questão do transporte coletivo no contexto da sociedade de consumo, abarcando procedimentos metodológicos de pesquisa qualitativa de caráter exploratório. Quem utiliza esses coletivos no seu deslocamento diário percebe uma grande circulação de mercadorias de consumo rápido, sobretudo, alimentos

processados. Observamos que o consumo se expressa nas diversas maneiras, em cada indivíduo que possui gostos e costumes próprios. Contudo, em um ambiente coletivo como o ônibus, os hábitos alimentares individuais se relacionam com o comportamento coletivo, marcado pela precarização de nutrientes ingeridos, bem como o aumento de resíduos provenientes dos produtos consumidos nesses espaços.

**PALAVRAS-CHAVE:** Consumo. Alimentos. Ônibus. Renda.

### THE TRAVEL PASSAGES: AN APPROACH ON CONSUMPTION RELATIONS IN THE BRT OF THE REGIÃO METROPOLITANA OF RECIFE

**ABSTRACT:** In the context of societies, throughout history, consumption has been present as a characteristic activity for the provision of human needs: food, clothing, shelter, work, leisure, etc. With the advent of the Industrial Revolution a change of understanding is presented, and from the twentieth century this activity has taken on a larger dimension, driven mainly by the logic of the capitalist market. The present chapter aims to address some consumer and commercial relations established between users of Bus Rapid Transit equipment in the Região Metropolitana of Recife. This material

brings a theoretical approach on the issue of collective transportation in the context of the consumer society, encompassing methodological procedures of exploratory qualitative research. Those who use these collectives in their daily commute perceive a large circulation of fast-consuming goods, especially processed foods. We observe that consumption is expressed in the various ways, in each individual who has his own tastes and customs. However, in a collective environment such as the bus, individual eating habits are related to collective behavior, marked by the precariousness of ingested nutrients, as well as the increase of residues from the products consumed in these spaces.

**KEYWORDS:** Consumer. Foods. Bus. Income.

## 1 | INTRODUÇÃO

Ao longo da história, o consumo esteve presente enquanto uma atividade característica para a provisão das necessidades humanas: de alimentação, vestimenta, abrigo, trabalho, lazer, etc. Com o advento da Revolução Industrial é apresentado uma mudança de compreensão e a unidade familiar passa de unidade de produção para unidade de consumo, mas foi a partir do século XX que esta atividade tomou uma maior dimensão, impulsionada principalmente pela lógica do mercado capitalista. Como aborda Santos (2005, p.56) “o consumo, tornado um denominador comum para todos os indivíduos, atribui um papel central ao dinheiro nas suas diferentes manifestações; juntos, o dinheiro e o consumo aparecem como reguladores da vida individual”.

Na formação do arranjo, marcado pelos novos modos de vida urbana, o transporte de caráter público coletivo assume novos papéis, principalmente no tocante à comercialização de alimentos. Que revela o reflexo de uma sociedade com estilo de vida acelerado, cujo tempo se torna cada vez mais insuficiente, e que solicita dos alimentos a praticidade, mesmo que esses se apresentem de maneira precária quanto ao atendimento mínimo das necessidades nutricionais dos indivíduos.

É importante refletir como os novos ambientes proporcionados pelo modo de produção capitalista, em prol da reprodução do capital, contemplam as relações interpessoais no espaço. Assim como, compreender a perspectiva das práticas de consumo de gêneros alimentícios que correspondem ao consumo de signos e significados, utilizando o estudo de caso para exemplificar o fenômeno do comércio ambulante no Transporte Rápido por Ônibus (BRT) da Região Metropolitana do Recife.

Desse modo, o presente capítulo busca abordar algumas relações de consumo estabelecidas entre usuários/as e vendedores/as dos equipamentos de Transporte Rápido por Ônibus (BRT) no Grande Recife/PE, dado que além da relação cotidiana que corresponde ao fluxo de pessoas e mercadorias nos BRT existe a potencialidade de utilizar esse espaço enquanto objeto de estudo para as práticas de consumo

individual e coletivo, relacionadas à alimentação.

## 2 | O CONSUMO NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA

Anteriormente, as sociedades eram direcionadas a pouparem seus bens e recursos, e se definiam como ‘sociedades de produtores e produtoras’. O fator importante se baseava em consumir mercadorias pesadas e duráveis, pois estas transmitiam uma sensação de conforto e segurança em longo prazo. Contudo, este formato perdeu forças com o surgimento das sociedades de massas com os seus modos de produção transformados a partir de fatores políticos, econômicos, sociais e culturais. É possível observar quando Santos (2005) coloca que

“a ampliação do consumo ganha, assim, as condições materiais e psicológicas necessárias, dando à pobreza novos conteúdos e novas definições. Além da pobreza absoluta, cria-se e recria-se incessantemente uma pobreza relativa, que leva a classificar os indivíduos pela sua capacidade de consumo e pela forma como o fazem” (SANTOS, 2005, p.71).

De acordo com Mendonça e Melo (2009) o arranjo de desenvolvimento industrial baseado na produção de bens materiais em quantidades cada vez maiores permitiu intensificar as mudanças dos contextos sociais, fazendo surgir a ‘sociedade de consumo e de consumidores/as’. Ao completar esta ideia, Silva (2011) traz a contribuição de que o indivíduo possui, agora, a liberdade de escolha e decidir como e de qual maneira deseja atender suas necessidades, inicia a sociedade ‘*la carte*’.

Segundo Nunes (2008, *apud* Mendonça e Melo 2009), a expressão sociedade de consumo designa uma sociedade característica do mundo desenvolvido em que a oferta excede geralmente a procura, e os produtos são normalizados a certos tipos de padrões de consumo massificados, afim de, atender públicos em escalas globais. Este excesso de mercadorias resulta numa coleção infinita de instantes que são alternadamente mudados.

A sociedade se materializa no intuito de realizar seus desejos individuais numa busca pela felicidade, e ao mesmo tempo, se perde em suas escolhas, pois não acompanha a velocidade da produção do mercado. É importante a adaptação dos seres humanos ao ritmo veloz das relações, pois as dificuldades de adaptação não são bem vistas pelo modo e produção capitalista. E essa busca tem deixado os/as consumidores/as assumirem relações de consumo cada vez mais dinâmicas e heterogêneas, o que estimula a problematização sobre a forma como se comportam em relação as suas práticas de consumo.

Uma das premissas fundamentais do moderno campo do comportamento do consumidor/a é a de que as pessoas, muitas vezes, compram produtos não pelo que eles fazem, mas pelo que eles significam e expressam no nosso cotidiano (BAUDRILLARD, 2008 *apud* SILVA, 2011). O consumo está relacionado a uma

multiplicidade das representações cotidianas onde signos e significados incorporados aos produtos adquirem um valor simbólico, de prestígio e/ou *status*, e a relação entre consumidor/a e o produto é caracterizada por uma identidade afetiva. Corroborando com a reflexão de Barbosa (2004) sobre a sociedade de consumo que pode ser definida por um tipo específico de consumo, o consumo de signo ou commodity sign. De modo a compreender a sociedade de consumo enquanto “um dos inúmeros rótulos utilizados por intelectuais, acadêmicos, jornalistas e profissionais de *marketing* para se referir à sociedade contemporânea. Assemelha-se à sociedade da informação, do conhecimento, do espetáculo, de capitalismo desorganizado e de risco” (BARBOSA, 2004, p.7).

Mas também neste contexto, consumidores/as se sentem pressionados e cobrados pelos meios de divulgação dos produtos, para adquiri-los o mais rápido possível. “Por meio da publicidade produtos e serviços são divulgados intensamente e a sociedade de consumo, que é a sociedade capitalista, atinge seu objetivo: produção e consumo em massa, e acumulação de capital” (SILVA, 2011, p.4). Para que este objetivo seja alcançado cada vez mais rápido, desenvolve-se a estratégia de tornar os produtos cada vez mais obsoletos.

Na sociedade moderna, o consumo de pátina é substituído pelo consumo de moda (BARBOSA, 2004). Os produtos não são feitos para serem duráveis a largos períodos, podemos citar o caso do ônibus que tem assumido diversas configurações para atender às necessidades de deslocamento de pessoas em maior quantidade entre os lugares, mas na medida em que se moderniza para suprir essas necessidades contempla novas demandas de equipamentos na perspectiva de condicionar o consumo desse bem enquanto uma mercadoria substituível. Entretanto, a reflexão da demanda desta produção se dá cada vez mais a partir da oferta dessas novas mercadorias/equipamentos, que precisam ser absorvidas pelo mercado.

Podemos considerar que a obsolescência é um recurso da gerência de produtos, baseando-se num tempo ou condições em que o produto deve ter vida útil “ideal” (GIACOMINI 1991, *apud* MENDONÇA e MELO, 2009). Muitos produtos passam a serem obsoletos por se tornarem antiquados, e sendo substituídos por outros que realizam melhor suas funções, outros por terem sua vida útil reduzida, e outros que são programados para durar até certo tempo e depois serem descartados e substituídos, a fim de, incentivar e movimentar o mercado em massa dessa produção.

Consideramos o ônibus/BRT uma mercadoria dessa lógica. Cabendo, portanto, a reflexão sobre a questão do consumo sob a dialética da produção, o que de certa forma corrobora com a dimensão não apenas do espaço ônibus nas relações de consumo cotidianas, as quais compreendem os/as usuários/as e vendedores/as ambulantes. Mas também, o mesmo configurando dentro do sistema capitalista de produção enquanto objeto das relações de produção do mercado.

### 3 | O COMÉRCIO AMBULANTE NO TRANSPORTE PÚBLICO COLETIVO

As novas adaptações para suprir necessidades de sobrevivência, possibilitaram o surgimento do processo de formação e expansão das cidades. Intensificado pelos novos modos e condições de funcionamento do trabalho, que deram à indústria o lugar para a fabricação de bens e serviços, produzidos anteriormente, no espaço doméstico pelos membros familiares.

Segundo Bernardo Secchi (2006) a cidade é resultado da construção histórica de ideias e imaginários decorrente das atividades humanas. Não se trata de uma estrutura presa e limitada às suas formas tangenciais, mas de um conjunto de dimensões simbólicas de representações formadas ao longo do tempo. O que a caracteriza como múltipla e heterogênea.

O processo de concentração das atividades cotidianas junto com a verticalização das cidades permitiu uma nova estrutura que aproximou cidadãos/as aos equipamentos urbanos tais como escolas, hospitais, indústrias, ambientes religiosos, centro de compras, de lazer e etc., fazendo do transporte motorizado um instrumento indispensável nesse deslocamento.

No avesso dessa composição vieram os impasses provocados pelos novos modos de vida de uma sociedade caracterizada pela cultura do consumo individual, cuja, as marcas estão estritamente ligadas à lógica da produção capitalista, onde as relações de poder são possibilitadas pelo acesso a recursos financeiros que delimitam as relações humanas dentro das sociedades.

Nesse contexto, o transporte urbano surge como uma mercadoria com mercado valor de uso e valor de troca, para satisfazer uma carência, uma necessidade ou um desejo humano, nesse caso, atendendo o deslocamento de cidadãos/as (HARVEY, 2013). E o dinheiro é o recurso utilizado para o seu funcionamento, fazendo esse mecanismo o constructo das relações de poder diretamente ligadas às relações sociais, na medida em que se formam grupos segmentados nos diversos meios de transporte: automóveis, bicicletas, ônibus, BRT, motocicletas, trens, metrô, etc.

Com isso, o transporte coletivo se constitui como um bem de capital para as empresas privadas que fornecem esses serviços de uso público e/ou privado. Seu valor está ligado à questão do território dos municípios, que recebem uma parcela decorrente desta atividade, de acordo com os requisitos dispostos na Lei de Uso e Ocupação do Solo.

“Um instrumento municipal de planejamento territorial que permite caracterizar zonas da cidade com funções específicas, de modo a disciplinar as atividades da iniciativa no território urbano de modo equilibrado entre as demandas sociais e o desenvolvimento econômico. Ela impacta diretamente nos padrões de deslocamento diário da população” (DUARTE; LIBARDI; SÁNCHEZ, 2012, p. 13).

Este solo assume distintos significados, obtidos a partir do interesse que é dado a ele, e os meios de consumo denominarão o valor de troca entre esses espaços.

De acordo com dados do Senso Demográfico de 2010 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o gasto com transporte das famílias rurais e urbanas no Brasil representava uma parcela de 19,6% do orçamento mensal. O que significou a terceira maior participação nos gastos nacionais com consumo, cujo resultado praticamente se iguala ao de alimentação que é de 19,8%. Esses resultados nos mostram quão representativos são os gastos mensais das famílias com o transporte, um direito social que assim como a educação, a saúde e a alimentação, está previsto na Constituição Federal de 1988.

Por outro lado, é perceptível no caso do transporte público coletivo, que o consumo assume uma pluralidade de significados. A partir da necessidade cotidiana de deslocamento urbano, o transporte se configura enquanto um equipamento que reúne diversas pessoas por um determinado tempo de percurso entre um lugar e outro, mas que também se revela enquanto um espaço que proporciona diversas relações sociais de convivência, além de abrir caminho para um fenômeno crescente em nossos dias atuais: a comercialização ambulante, principalmente de alimentos processados e de consumo imediato, no interior dos coletivos. Não obstante, quem utiliza o transporte público coletivo para o seu deslocamento cotidiano no Grande Recife/PE, percebe a crescente atividade de comércio informal que começou dentro dos ônibus e metrô, e que recentemente, avança em corredores de BRT, logo após a inserção deste novo modal no sistema de transporte da referida região.

#### 4 | METODOLOGIA

O estudo traz uma abordagem teórica sobre a questão do transporte coletivo no contexto da sociedade de consumo, abarcando procedimentos metodológicos de pesquisa qualitativa de caráter exploratório, a partir do método de compreensão fenomenológico. É importante salientar que o mesmo tem como objeto de observação o BRT no Grande Recife, que funciona em dois corredores: o Norte-Sul que liga a BR-101 Norte ao centro de Recife (Avenida Dantas Barreto) e o Leste-Oeste que vai do centro de Recife (Avenida Guararapes) à cidade de Camaragibe.

A pesquisa de caráter qualitativo conforme Minayo e Sanches (1993) se caracteriza como uma abordagem no campo da subjetividade e do simbolismo. Onde é possível perceber não apenas o que é posto das relações, mas, as mais variadas dimensões que as contemplam. No caso deste trabalho, as dimensões subjetivas presentes entre os sujeitos no ambiente do ônibus (usuários/as e vendedores/as) são fundamentais para compreender as relações de consumo abordadas.

De acordo com Chizzotti (2003) é possível compreender a pesquisa qualitativa enquanto um campo interdisciplinar de conhecimento. Visto que, a contextualização das dimensões que compreendem a problematização do fenômeno exposto é visualizada não apenas por uma vertente de conhecimento, mas por conjuntos interdisciplinares.

Realizando assim, uma aproximação fundamental e de intimidade entre sujeito e objeto, uma vez que ambos são da mesma natureza: ela se envolve com empatia aos motivos, às intenções, aos projetos dos atores, a partir dos quais as ações, as estruturas e as relações tornam-se significativas (MINAYO; SANCHES, 1993). Pois estabelecem significados com o ser e o pertencer dos indivíduos envolvidos (usuários/as e vendedores/as ambulantes).

Portanto, é importante salientar que muitas outras relações vão tangenciar o presente estudo, no entanto, as relações interpessoais e as práticas de consumo e de distribuição que envolvem usuários/as e vendedores/as é que serão discutidos. Contudo, a intenção não é de esgotar aqui as reflexões, mas de fato, levantar questões para aprofundar as reflexões futuras sobre a temática. Nessa perspectiva, este trabalho é desenvolvido de modo mais focado e profundo, que segundo Charnoux (2006, p.38) busca “entender não apenas o fenômeno estudado, mas o contexto no qual ele se desenvolve”.

Inicialmente deparamos com a necessidade de apresentar o contexto em que se apresenta o nosso objeto de pesquisa contextualizado que é o ônibus BRT. Ele surge da perspectiva de atendimento eficiente a população no aspecto de abarcar em uma única via a necessidade do transporte coletivo rápido. Além da observação a este sistema enquanto resultado da realização de dois grandes eventos esportivos no Brasil – a Copa do Mundo de 2014 e as Olimpíadas/Paralimpíadas de 2016.

Para a coleta de informações: a) Foram utilizados documentos pertinentes aos Direitos conquistados pelos/as cidadãos e cidadãs, como por exemplo, a Constituição de 1988, dentre leis municipais, como o Regulamento STTP, Art. 75, Inciso VIII. Onde estima-se a proibição da atividade de vendedores e pedintes nos ônibus. Com o objetivo de fazer a discussão com a teoria levantada na revisão bibliográfica; b) Observação participante e anotações em caderno de campo.

## **5 | O COMÉRCIO AMBULANTE NOS BRT DA RMR**

Na sociedade contemporânea, as relações de consumo estão presentes nos diversos espaços. Os centros de compras se popularizaram e avançaram pelos bairros periféricos das cidades (BARBOSA e CAMPBELL, 2006), substituindo cada vez mais as feiras livres e os comércios de bairro. E deste modo, os BRT aqui estudados, se apresentam dada a dinâmica do cotidiano, como os novos centros urbanos móveis/sobre rodas, que sustentam a contradição do Estado que não tem emprego formal e de uma parcela da população que precisa sobreviver, mesmo que do comércio informal. Além de dar conta de ‘necessidades’ emergentes dos/ passageiros/as através do consumo imediato.

No contexto nacional, a realização dos megaeventos vivenciados nos últimos anos (Copa Mundial de 2014 e as Olimpíadas e Paralimpíadas de 2016), possibilitou à construção de equipamentos para acomodar os grandes públicos desses

espetáculos. A cidade do Recife sediou alguns eventos e precisou ampliar sua estrutura: criar condições de deslocamento dentro do fluxo do seu trânsito urbano era um dos aspectos que necessitavam reforços para serem efetivados, o que incentivou no projeto de um novo modal de transporte: o Sistema BRT, mas que não conseguiu atingir total funcionalidade durante esses períodos.

Com os eventos passados, tais equipamentos ficaram, e neste processo, o transporte público coletivo assumiu outros papéis diante do contexto urbano. Além de não amenizar as condições de deslocamento urbano e superlotação do transporte público coletivo, possibilitou na formação de um comércio de vendedores/as ambulantes constantes nos Terminais Integrados, nas estações de metrô e BRT, e no interior dos veículos, se revelando enquanto uma estratégia, diante das contradições do sistema capitalista, de renda para trabalhadores/as que atuam no mercado informal e até mesmo como uma opção para àqueles que estavam desempregados/as.

É importante destacar que esta atividade, mesmo sendo cada vez mais intensa nesses espaços, se constitui enquanto uma atividade irregular e proibida, determinada no anexo quinze do regulamento do Sistema de Transporte Público de Passageiros da RMR (STPP/RMR). Alguns vendedores/as que estão há algum tempo nesta atividade relatam que já tentaram negociar com a gerência do Grande Recife Consórcio de Transportes (órgão de gestão do STPP/RMR), mas não obtiveram nenhum resultado, nem mesmo um diálogo que pudesse ser válido no âmbito de regularização, revelando a impossibilidade de qualquer forma de negociação para viabilizar esta atividade nos coletivos de transportes.

O medo da fiscalização convive diariamente entre vendedores/as desse comércio ambulantes. Sofrer ameaçadas e ter a sua mercadoria apreendida são condições bastante conflituosas e que são vivenciadas cotidianamente. O modo 'ambulante' aparece enquanto uma estratégia para driblar tal repressão, pois facilita a rotatividade de vendedores/as entre os espaços e os aproximam dos/das clientes que desejam adquirir seus produtos durante a viagem.

A atratividade desse comércio está na característica de fornecer mercadorias com preços menores quando comparados com aqueles do comércio fixo dentro dos Terminais Integrados, que têm custos fixos de manutenção do ponto de comercialização, e conseqüentemente reflete no preço das mercadorias. No caso dos/das ambulantes este aspecto não é contabilizado, o lucro com a mercadoria é colocado em cima do valor de atacado do produto, barateando o seu preço final.

Visto que uma discussão não realizada é a de que existe uma produção de mercadorias para serem absorvidas de imediato, e que são comercializadas por esses vendedores/as ambulantes. Mas que aparecem, enquanto contradição do modo de produção capitalista e suas inconcretudes, tais como o advento da globalização, onde o mercado informal abarca esses indivíduos excluídos e excluídas do comércio formal.

A reflexão sobre a perversidade do Sistema Capitalista tangencia além da perspectiva de excluídos e incluídos no mesmo, resulta em relações além de desigualdade e hierarquizadas, situação de violação de direitos. Como o direito humano a um trabalho digno que lhe dê condições de atender as suas necessidades básicas compreendidas na Constituição Federal de 1988. Dentre essas situações não podemos deixar de contextualizar que o/a vendedor/a ambulante se caracteriza por indivíduos adultos incluídos nesse mercado informal do trabalho, mas também, compreende uma margem significativa de adolescentes e em alguns casos crianças que executam esta atividade, muitas vezes com o consenso de seus responsáveis. Sendo importante, portanto, visibilizarmos essa problemática, para que juntos: sociedade, família e Estado, desenvolvam estratégias para garantir o direito desses indivíduos já reconhecidos e embasados.

Outro ponto também a ser refletido que ultrapassa o do processo de produção, é o oferecimento de muitas empresas de mercadorias que atendem a demanda do consumo imediato neste espaço. Fundamentado e influenciado pelas propagandas, veiculando a praticidade da utilizados dos produtos. Como exemplo, temos as marcas como Elma Chips que redimensiona a quantidade de produto a venda, na perspectiva de proporcionar níveis de consumo com embalagens mini, médias e/ou grandes, configurando formas de adaptação. Mas também, surgem estratégias de similaridade a marcas já reconhecidas como o caso das marcas de pipoca que dividem o gosto dos/as usuários/as, como as marcas de pipoca Boku's e Veneza.

Contudo, o que nos chama a atenção é que na crescente circulação desse comércio sobre rodas, as mercadorias se multiplicam revelando um novo centro de compras ambulantes no fluxo urbano, que por um lado, agradam àqueles que adquirem os produtos durante a viagem para atenderem a uma necessidade pessoal ou colaborar com uma ajuda financeira ao vendedor/a, mas que por outro lado, também desagradam passageiros/as dos coletivos, pois contribuem com a propagação de ruídos sonoros que incomodam quem está por perto, além da alta produção de lixo no descarte dos produtos consumidos pelos usuários/as do serviço de transporte.

## **6 | A COMERCIALIZAÇÃO DE ALIMENTOS DENTRO DOS BRT**

De acordo com Canclini (2006), o consumo é um conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e os usos dos produtos. Esta atividade se revela em todo e qualquer espaço, até mesmo nos equipamentos de transportes urbanos. E neste cenário, os alimentos surgem como as principais mercadorias de circulação desse comércio. Eles são propostos enquanto uma sugestão de “passatempos da viagem” de baixo preço e consumo imediato. A lista de produtos à venda é bastante variada, vai desde a pipoca salgada/doce e água mineral até bombons, caramelos, chocolates, trufas, tortas, biscoitos, refrigerantes,

salgadinhos, empadas, sobremesas, sanduíches, caldinhos, embutidos e enlatados, refeições completas, além de outros itens.

Por outro lado, apesar de encontrarmos em alguns trechos a comercialização de algumas frutas do tipo mexericas, destacamos os aspectos pelos quais compõem tais produtos mencionados, são alimentos ultra processados com altos teores de conservantes como sódio e açúcares, cuja finalidade é prolongar o tempo de vida de prateleira desses produtos. E que ingeridos diariamente acarretam fatores prejudiciais a saúde, se apresentando na forma de doenças cardiovasculares, obesidade, carências de nutrientes como as vitaminas e os minerais, diabetes, entre outros aspectos. O que compromete a soberania e segurança alimentar de consumidores/as desses produtos, vista enquanto um campo atual de discussão na perspectiva da saúde pública, mas não tão somente, pois a ultrapassa e contempla outras visões e áreas de conhecimento sobre a problemática. Sendo necessária a reflexão inter e multi disciplinar, na correlação, interação e intersecção dos conhecimentos para a construção e compreensão crítica do contexto social.

De modo que a dimensão subjetiva das relações de consumo se revela a partir de vários eixos, tais como:

a) A lógica da produção capitalista que mesmo produzindo indivíduos para residirem à margem do desenvolvimento ideal da sociedade de consumo, possui a produção de determinadas mercadorias que atendem as estratégias, seja de renda ou de pertencimento desses vendedores/as ambulantes;

b) As dimensões que envolvem essa relação de consumo nos BRT, sejam de afetividade (pelo usuário/a já reconhecer o/a ambulante) quer seja pelo produto oferecido (que terá conexão ou não com a exposição em massa pela mídia);

c) Ou ainda o modo de vida aliado a este modo de produção capitalista que legitima padrões enquanto referência, atribuindo valor a determinadas práticas cotidianas, que devido à mecanização de nossas ações não temos o devido tempo de problematizar ou de refletir.

Deste modo, é importante trazer dois aspectos consideráveis na configuração do comércio ambulante nos corredores de transportes estudados:

1) Observou-se durante a análise que no corredor Norte/Sul, com destaque para as duas linhas de BRT observadas, há uma maior predominância do comércio ambulante com relação ao corredor Leste/Oeste. O primeiro aspecto considerável pode está relacionado ao fato de que a linha observada do corredor Leste/Oeste não realiza o seu trajeto de viagem ao longo deste corredor, mas em apenas um trecho deste, e mesmo assim, até o momento, ela não utiliza as estações de embarque e desembarque de passageiros/as, operando do mesmo modo como um ônibus comum, sem faixa exclusiva.

2) Enquanto que por outro lado, no corredor Norte/Sul a atividade ambulante cresce cada vez mais. O segundo aspecto que podemos considerar diz respeito ao modo como se configura o funcionamento do sistema do BRT, onde traz semelhanças

do arranjo estrutural dos veículos sobre trilhos, condicionando a funcionar e operar a partir de estações elevadas para o embarque e desembarque de passageiros/as, substituindo paradas com menores distâncias entre si. Esta estrutura possibilitou o deslocamento de vendedores/as entre as estações e o interior dos coletivos, pois funciona enquanto uma esteira de troca e substituição dos pontos de venda. Agora esses vendedores/as não precisam mais pedir que o/a motorista do coletivo que abra a 'porta do meio', no sistema de estações elevadas e automatizadas eles/elas já entram sem precisar se identificar, pois utiliza de um espaço de uso comum de passageiros/as para adentrar no interior dos coletivos sem serem percebidos pelos motoristas, e realizando esta estratégia durante todo o dia de trabalho.

## 7 | CONCLUSÃO

É importante salientar a necessidade de acompanhamento do fenômeno de consumo nos BRT, na perspectiva de compreender o desenvolvimento do mesmo, assim como, promover o aprofundamento das demais temáticas que envolvem esta discussão.

A problematização do consumo de gêneros alimentícios correspondentes aos produtos ricos nutricionalmente em açúcar, sódio e nutrientes não favoráveis dominam estas relações de consumo, no entanto, é possível observar um número significativo do oferecimento de frutas, por exemplo, nesses espaços. E a relação de trabalho informal ao qual os/as vendedores/as estão submetidos/as merece aprofundamento, haja vista que essa relação de venda dentro dos BRT se apresenta impedida de acordo com lei municipal vigente.

Os aspectos estruturais do sistema de estações elevadas possibilitaram condições para o deslocamento desse tipo de comércio ambulante, apesar desta não ser a principal categoria da nossa discussão, pois consideramos que os fatores sócio-políticos e econômicos se revelam de modo estritamente direto com esta nova configuração do comércio informal.

Portanto, as discussões levantadas neste material não propõem fechar a reflexão sobre a temática, mas trazer elementos que possibilitam novos questionamentos sobre o modo das condições de vida urbana, no caso do comércio ambulante dentro dos equipamentos de transportes referenciados, a partir de um contexto marcado pela lógica de produção capitalista do espaço e das relações de mercado da nossa sociedade atual.

## REFERÊNCIAS

BARBOSA, L. Sociedade de consumo. Rio de Janeiro: Zahar, 2004. 68 p.

BARBOSA, L.; CAMPBELL, C. Cultura, consumo e Identidade. Rio de Janeiro: Editora FGB, 2006.

- BRASIL. Constituição (1988). Emenda constitucional n.º 90, de 15 de setembro de 2015. Dá nova redação ao art. 6º da Constituição Federal, alterando e inserindo parágrafos. Brasília, DF: Senado, 2015.
- CANCLINI, N. G. Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização. 6ªed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2006.
- CHARNOUX, O. M. G. Metodologia: processo de produção, registro e relato de conhecimento. 3ªed. São Paulo: DVS, 2006.
- CHIZZOTTI, A. A pesquisa qualitativa em ciências humanas e sociais: evoluções e desafios. Revista portuguesa de educação. Vol 16, n 002. Universidade do Minho, Braga: Portugal, 2003.
- DUARTE, F.; LIBARDI, R.; SÁNCHEZ, K. Introdução à mobilidade urbana. Curitiba: Juruá, 2012.
- HARVEY, D. Mercadorias e troca. In: . Para entender O capital: Livro I. (Título original: A Companion to Marx's Capital, Volume I, Versão, 2010). Tradução: Rubens Enderle, São Paulo: Boitempo, 2013. Cap.1, p. 25-54.
- IBGE. Pesquisa de Orçamentos Familiares 2008-2009: Despesas, Rendimentos e Condições de Vida. Rio de Janeiro, 2010.
- MENDONÇA, V. S. MELO, M. F. M. Economia Familiar, Consumo e Orçamento Doméstico. Artigo publicado em anais do XX CBED. Viçosa: UFV, 2009.
- MINAYO, M. C. S.; SANCHES, O. Quantitativo-Qualitativo: oposição ou complementariedade? Cad. Saúde Públ., Rio de Janeiro, 9 (3): 239-262, jul/sep, 1993.
- SANTOS, M. Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal. 12 ed. Rio de Janeiro: Record, 2005.
- SECCHI, B. Primeira lição de urbanismo. São Paulo: Perspectiva, 2006.
- SILVA, A. L. B. Consumo e publicidade na pós-modernidade. XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul. Londrina, 2011.

## ÍNDICE REMISSIVO

### A

Agricultura 17, 19, 59, 91, 110, 114, 123, 137

Agroindustrialização 311

Alimentação 19, 107, 123, 124, 137

### C

Consumo 92, 96, 98, 99, 103, 125, 136

Cultura 18, 85, 86, 96, 97, 98, 99, 110, 135, 182, 183, 184, 186, 333, 392, 393, 394, 424, 436, 437

### D

Desenvolvimento 1, 2, 3, 4, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 17, 19, 20, 32, 60, 72, 98, 114, 123, 137, 160, 172, 173, 175, 199, 200, 213, 216, 233, 245, 246, 250, 251, 253, 294, 295, 301, 302, 321, 335, 372, 373, 393, 394

Desenvolvimento Regional 1, 2, 3, 4, 10, 11, 12, 98, 246, 251, 394

Desenvolvimento Socioeconômico 372, 373

Dissidentes 173

### E

Economia solidária 20, 147, 148, 151, 154, 158, 170, 171, 194, 221, 233, 371, 458

### G

Globalização 31

### I

Inclusão Digital 449

Inclusão Social 449

Incubadora 29, 180, 182, 185, 201, 204, 213, 214, 222, 223, 228, 231, 232, 234, 235, 239, 251, 254

Indústria de transformação 299, 300, 302, 304

Indústria extrativa 299, 300, 301, 302, 304

### P

Participação 13, 66, 303, 304

Práticas agroecológicas 112

### R

Rede 166, 170, 171, 204, 205, 207, 212, 214, 228, 229, 232, 349, 453, 459

Redes 32, 213, 216, 218, 454

## S

Segurança alimentar 112, 115, 123, 320

Sociedade Civil 13, 17

## T

Tecnologia Social 233, 449, 453, 457, 458, 459

Território 13, 14, 15, 16, 17, 32, 113, 245

Agência Brasileira do ISBN  
ISBN 978-85-7247-505-1

