

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS DO PONTAL
CURSO DE GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA**

SARAH VILELA ROSA FADEL TAVARES RODRIGUES

**DINÂMICAS SIMBÓLICAS, SOCIOECONÔMICAS E INFRAESTRUTURAS DO
MERCADO POPULAR URBANO DE FRANCA-SP**

ITUIUTABA/MG

2024

SARAH VILELA ROSA FADEL TAVARES RODRIGUES

**DINÂMICAS SIMBÓLICAS, SOCIOECONÔMICAS E INFRAESTRUTURAIS DO
MERCADO POPULAR URBANO DE FRANCA-SP**

Trabalho de Conclusão de Curso ao Instituto de Ciências Humanas do Pontal da Universidade Federal de Uberlândia como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel e Licenciado em Geografia

Orientador: Prof. Dr. Vitor Koiti Miyazaki

ITUIUTABA/MG

2024

Ficha Catalográfica Online do Sistema de Bibliotecas da UFU
com dados informados pelo(a) próprio(a) autor(a).

R696 2024	<p>Rodrigues, Sarah Vilela Rosa Fadel Tavares, 2002- Dinâmicas simbólicas, socioeconômicas e infraestruturais do Mercado Popular Urbano de Franca [recurso eletrônico] / Sarah Vilela Rosa Fadel Tavares Rodrigues. - 2024.</p> <p>Orientador: Vitor Koiti Miyazaki. Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade Federal de Uberlândia, Graduação em Geografia.</p> <p>Modo de acesso: Internet. Inclui bibliografia. Inclui ilustrações.</p> <p>1. Geografia. I. Miyazaki, Vitor Koiti ,1983-, (Orient.). II. Universidade Federal de Uberlândia. Graduação em Geografia. III. Título.</p> <p style="text-align: right;">CDU: 910.1</p>
--------------	--

Bibliotecários responsáveis pela estrutura de acordo com o AACR2:

Gizele Cristine Nunes do Couto - CRB6/2091
Nelson Marcos Ferreira - CRB6/3074

SARAH VILELA ROSA FADEL TAVARES RODRIGUES

**DINÂMICAS SIMBÓLICAS, SOCIOECONÔMICAS E INFRAESTRUTURAS DO
MERCADO POPULAR URBANO DE FRANCA-SP**

Trabalho de Conclusão de Curso ao Instituto de Ciências Humanas do Pontal da Universidade Federal de Uberlândia como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel e Licenciado em Geografia

Banca Examinadora:

Prof. Dr. Vitor Koiti Miyazaki (Orientador)

Universidade Federal de Uberlândia – Instituto de Ciências Humanas do Pontal

Prof. Dr. Carlos Roberto Loboda

Universidade Federal de Uberlândia – Instituto de Ciências Humanas do Pontal

Prof. Dra. Maria Angélica de Oliveira Magrini

Universidade Federal de Uberlândia – Instituto de Ciências Humanas do Pontal

Ituiutaba, 11 de outubro de 2024.

Resultado: **Aprovado**

Dedico este trabalho à minha querida mãe,
Eranita Vilela Rosa Fadel Tavares. Obrigada
por acreditar em mim e ser minha maior
inspiração. Este trabalho é para você!

*Desenvolvimento só existe quando as pessoas trabalham.
Desenvolvimento só será viabilizado por meio do
entendimento de que os criminosos não são aqueles que
vendem “dez pilha a um real”, mas os que, de terno e
gravata, assinam contratos obscuros e fraudam licitações.*

Rosana Pinheiro-Machado, Carta Capital, 2016.

AGRADECIMENTOS

Este trabalho foi realizado graças ao apoio de pessoas, às quais tenho profunda gratidão.

A **Deus**, pelo dom da vida, saúde e proteção. Teus planos para minha vida são maiores do que eu posso imaginar.

À minha mãe, **Eranita** e ao meu querido irmão **Davi**, pelo amor, carinho e atenção, sem os quais não conseguiria superar os desafios. Por vocês sou mais forte.

À minha avó, **Maria Cândida** *in memoriam*. E aos meus avós de coração **Celina** e **Deocleciano**, pelo acolhimento e palavras de conforto em momentos de tristeza. Obrigada por me incentivarem na realização deste sonho.

À minha madrinha **Helena** que nunca deixou de me inspirar e apoiar. Ao meus tios, **Luíz Antônio**, **Sebastião** e **Isabel** pelo amor e carinho e aos meus primos **Bento** e **Mariana**, sempre tão amorosos e cheios de alegria.

À minha companheira, **Isadora** pelas conversas e discussões sobre a vida, pelo apoio e incentivo incansável, por compartilhar alegrias e me apoiar nas dificuldades. Por você busco ser melhor.

Ao meu orientador, professor **Vitor Koiti Miyazaki**, por sua orientação e conselhos. Seus conhecimentos foram essenciais para a conclusão deste trabalho. Obrigada pela paciência e dedicação ao longo de todo o processo.

Aos demais professores do curso de Geografia, Campus Pontal que, ao longo da minha jornada acadêmica, contribuíram significativamente para minha formação.

Aos **Comerciantes** do Mercado Popular Urbano de Franca/SP, pela confiança, por entenderem e se disponibilizarem a me ajudar na construção desse estudo.

À **Universidade Federal de Uberlândia** e ao **Programa de Educação Tutorial - PET Geografia** por fornecerem os recursos e o ambiente necessários para a realização deste trabalho.

A **Todos** que me ajudaram na construção deste trabalho, direta ou indiretamente o meu sincero, muito obrigada!

RESUMO

O Mercado Popular Urbano de Franca/SP foi instituído por meio da lei nº 5.100 de novembro de 1998, com o intuito de regular as atividades comerciais de profissionais autônomos e ambulantes. Historicamente, os mercados surgem em torno das igrejas, onde exercia-se práticas cotidianas da população, as atividades econômicas, as trocas e as feiras. No contexto do Mercado Popular Urbano, as atividades são regulamentadas para funcionamento em espaços públicos, esse que pode ser compreendido como ambiente de sociabilização, encontro e expressão dos diferentes grupos sociais, culturais e políticos. Pensando na importância do Mercado Popular Urbano para os comerciantes que obtêm sua renda e sobrevivência das atividades exercidas, na problemática de infraestrutura e nas afetividades presentes no local, escolheu-se a área para a realização de um estudo sobre a dinâmica simbólica, socioeconômica e infraestrutural. Neste sentido, o objetivo geral do trabalho baseia-se em conduzir uma investigação acerca do papel e da relevância do Mercado Popular Urbano de Franca/SP. No que se refere aos objetivos específicos, esses incluem: 1) Compreender os aspectos socioeconômicos e simbólicos; 2) Entender onde se encaixa o Mercado Popular no circuito da economia; e 3) Verificar e avaliar a infraestrutura física das praças que compõem a área estudada, a fim de otimizar a função comercial. Para tanto, foram realizados um conjunto de procedimentos metodológicos, sendo esses: A) pesquisa bibliográfica; B) coleta de dados em campo com questionários, entrevistas e relatos; e C) trabalho de gabinete para análise de dados e elaboração de documentos cartográficos, incluindo mapas de localização. Como resultados, foi constatado que o Mercado Popular Urbano de Franca está inserido no circuito inferior da economia urbana, caracterizado principalmente pela baixa renda da maioria dos trabalhadores, que visa sobretudo a sobrevivência e o comércio de mercadorias diversificadas, desde artesanatos até aquelas mais baratas, importadas e falsificadas. No que se refere ao plano simbólico, verificou-se um profundo vínculo afetivo dos trabalhadores e frequentadores da área, onde são verificadas relações de disputa e cooperação. Em relação à infraestrutura, observa-se uma precariedade das praças destinadas à instalação do Mercado Popular, fenômeno atribuído à carência de estímulo e investimento por parte das instituições e órgãos responsáveis pela sua manutenção. Por fim, espera-se que o estudo contribua para a melhoria das condições de trabalho dos comerciantes e no aperfeiçoamento da qualidade dos serviços prestados no Mercado Popular de Franca, evidenciando sua relevância socioeconômica e simbólica para a comunidade local.

Palavras-chave: Mercado Popular; Valor Simbólico; Socioeconômico; Infraestrutura.

ABSTRACT

The Urban Popular Market of Franca, São Paulo, Brazil was established by law no. 5,100 of November 1998, with the aim of regulating the commercial activities of self-employed professionals and street vendors. Historically, markets emerged around churches, where the population's daily practices, economic activities, exchanges and fairs took place. In the context of the Urban Popular Market, activities are regulated to operate in public spaces, which can be understood as an environment for socialization, meetings and the expression of different social, cultural and political groups. Considering the importance of the Urban Popular Market for traders who obtain their income and survival from the activities carried out, the infrastructure issues and the affection present in this location, the area was chosen to carry out a study on its symbolic, socioeconomic and infrastructural dynamics. In this sense, the objective of this study is to conduct an investigation into the role and relevance of the Urban Popular Market of Franca, São Paulo, Brazil. Specific objectives include: 1) Understanding the socio-economic and symbolic aspects; 2) Understanding where the Popular Market fits into the economic circuit; and 3) Verifying and evaluating the physical infrastructure of the town squares that make up the studied area, to optimize commercial functioning. To this end, a set of methodological procedures were carried out, these being: A) bibliographic research; B) field data collection with questionnaires, interviews and reports; and C) desk work for data analysis and creation of cartographic documents, including location maps. As a result, it was found that the Urban Popular Market of Franca is inserted into the lower circuit of the urban economy, characterized mainly by the low income of most of its workers, whose primary aim is survival and the trade of diversified goods, from handicrafts to cheap, imported and counterfeit goods. On a symbolic level, a deep emotional bond was observed between workers and visitors to the area, where relationships of dispute and cooperation were observed. Finally, it is hoped that the study will contribute to improving the working conditions of traders as well as improving the quality of services provided at the Franca Popular Market, highlighting its socioeconomic and symbolic relevance for the local community.

Keywords: Popular Market; Symbolic Value; Socioeconomic; Infrastructure.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Fluxograma organização dos procedimentos metodológicos	16
Figura 2. Localização do Município de Franca/SP	18
Figura 3. Localização das Praças do Mercado Popular Urbano de Franca/SP, 2024.....	20
Figura 4. Planta e fotografias - Praça Dom Pedro II, Franca-SP (2024).....	31
Figura 5. Planta e fotografias – Praça Nove de Julho, Franca-SP (2024)	32
Figura 6. Piso do Mercado Popular Urbano	33
Figura 7. Diferenças entre os modelos de barracas	34
Figura 8. Os banheiros e as lixeiras do Mercado Popular	36

LISTA DE TABELAS

Tabela 1. Distribuição de Mercadoria por barracas	22
Tabela 2. Renda mensal dos mercadores do Mercado Popular Urbano de Franca.....	24
Tabela 3. Contribuição dos mercadores com previdência social	25
Tabela 4. Análise do piso do Mercado Popular	33
Tabela 5. Análise das barracas abertas	34
Tabela 6. Análise das barracas fechadas “banca de jornal”	34
Tabela 7. Análise do banheiro	35
Tabela 8. Análise das lixeiras	36
Tabela 9. Avaliação da localização do Mercado Popular	37
Tabela 10. Necessidade de adequações na infraestrutura do MPU.....	37

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

MPU - Mercado Popular Urbano de Franca/SP

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	14
OBJETIVOS.....	16
PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	16
1. O Mercado Popular de Franca/SP: reflexões sobre Espaço Público e Praças Urbanas	17
2. Onde está o Mercado Popular de Franca no Espaço Dividido?	22
3. O lugar e seus significados na vida das pessoas	25
4. Elementos de caráter estrutural.....	30
4.1 História e disposição geográfica – Praça Dom Pedro II e Nove de Julho	30
4.2 Fragilidades e necessidades na Infraestrutura do Mercado Popular	33
CONSIDERAÇÕES FINAIS	39
REFERÊNCIAS	40
APÊNDICE A – MODELO QUESTIONÁRIO.....	43
APÊNDICE B– ROTEIRO DE ENTREVISTA	45
APÊNDICE C– TERMO DE CONSENTIMENTO DE ENTREVISTA	46

INTRODUÇÃO

O presente Trabalho de Conclusão de Curso de graduação em Geografia, apresentado ao Curso de Geografia, do Instituto de Ciências Humanas do Pontal, da Universidade Federal de Uberlândia, é resultado oriundo da pesquisa intitulada “Mercado Popular Urbano de Franca/SP: um estudo sobre a dinâmica social e econômica”, desenvolvido no período de novembro de 2023 a outubro de 2024, por meio do Programa de Educação Tutorial – PET Geografia. O tema do trabalho perpassa pelo entendimento das questões econômicas, simbólicas e infraestruturais da área estudada.

A temática proposta para a realização deste trabalho está relacionada aos processos que permeiam o comércio dito informal e as interações simbólicas, tendo em vista a dimensão técnica à disposição dos trabalhadores, tais como: equipamentos, infraestrutura e o ambiente socioeconômico e afetivo no qual se inserem.

Para a viabilização da pesquisa, realizou-se análises das praças onde está localizado o Mercado Popular Urbano (MPU), a aplicação de questionário, realização de entrevistas, leituras e procura por conceitos que pudessem embasar as questões apresentadas. No entanto, muito embora a busca por esses recursos seja necessária para compreender o objeto de pesquisa, buscou-se também apresentar as singularidades e a complexidade do Mercado Popular Urbano de Franca/SP.

Diferentes de outros locais de trabalho, o MPU se dá em um espaço público, no caso, as praças: Dom Pedro II, Nove de Julho e Sabino Loureiro, sendo assim, um local de fácil visibilidade e acesso. No entanto, como apresentado por Sato, 2012 “é alinhado a essa facilidade, a todas as questões da natureza ética”. Ou seja, apesar de ser um local aberto, é necessário considerar todas as questões éticas estão associadas à pesquisa com os trabalhadores.

Ao longo do trabalho, ao realizar os campos e conversar com as pessoas demonstrações de felicidade e medo foram apresentadas com a ideia de que eles seriam estudados. Diversas foram as reações entre os comerciantes: “De novo vão me perguntar sobre isso, já não basta a prefeitura?” e “Que bom que alguém se interessou sobre a gente!” são alguns exemplos.

Além disso, destaca-se a motivação para tal estudo. Minha relação pessoal com o local, pois fui criada graças ao trabalho de longos 21 anos (e contato) de minha mãe no Mercado Popular. Dessa forma, pretende-se com este estudo contribuir com dados relevantes para que o poder público possa se embasar futuramente e intervir positivamente na manutenção da infraestrutura, contribuindo para a elevação da qualidade dos serviços prestados pelos trabalhadores.

A pesquisa, está organizada em 1) O Mercado Popular de Franca/SP: Reflexões sobre Espaço Público e Praças Urbanas, onde são apresentados alguns conceitos que permeiam a pesquisa; 2) Onde está o mercado popular no Espaço Divido, abordando sobre o comércio informal, apresentando os circuitos da economia, contextualizando com a área estudada e apresentando dados pertinentes a pesquisa 3) O lugar e seus significados na vida das pessoas, mostrando a subjetividade afetiva daqueles que trabalham e frequentam o local; 4) Um elemento de caráter estrutural, onde é abordado sobre as necessidades de infraestrutura do Mercado Popular Urbano e por fim, as considerações finais.

Ao considerar o contexto atual, selecionou-se o Mercado Popular Urbano de Franca/SP como área de estudo. O MPU está localizado nas praças Dom Pedro II, Nove de Julho em que são exercidas atividades econômicas e na praça Sabino Loureiro, onde as atividades comerciais hoje encontram-se desativadas. Desempenha um papel essencial nas dimensões socioeconômica e simbólica da cidade. No âmbito socioeconômico, o mercado serve como um centro vital para pequenos comerciantes e empreendedores locais, que dependem diretamente das vendas para sua subsistência.

No plano simbólico, representa um ponto de referência e identidade para os comerciantes, sendo um espaço de interação social, onde se reúnem com intuito de trabalho e conseqüentemente fortalecem seus laços, promovendo a coesão social e o desenvolvimento comunitário.

Entretanto, observa-se uma crescente precariedade na infraestrutura das praças destinadas ao comércio no MPU. Esta deterioração pode ser atribuída à falta de estímulo e investimento por parte das instituições e órgãos responsáveis. Esse cenário resulta na ausência de instalações sanitárias adequadas tanto para o público quanto para os trabalhadores, na inadequação das áreas de alimentação, na falta de acessibilidade do piso, iluminação precária e insuficiência na segurança do local.

A revitalização desses locais comerciais emerge como uma necessidade, contudo, suscita apreensões tanto entre os comerciantes legalmente estabelecidos, ou seja, aqueles que possuem a licença da prefeitura para exercício das atividades comerciais, quanto entre aqueles que operam sem a devida autorização municipal, instaurando incertezas acerca da continuidade de suas atividades, a manutenção da renda familiar e a sobrevivência.

OBJETIVOS

Neste sentido, o objetivo geral da pesquisa consiste em uma investigação sobre a relevância do Mercado Popular Urbano de Franca/SP.

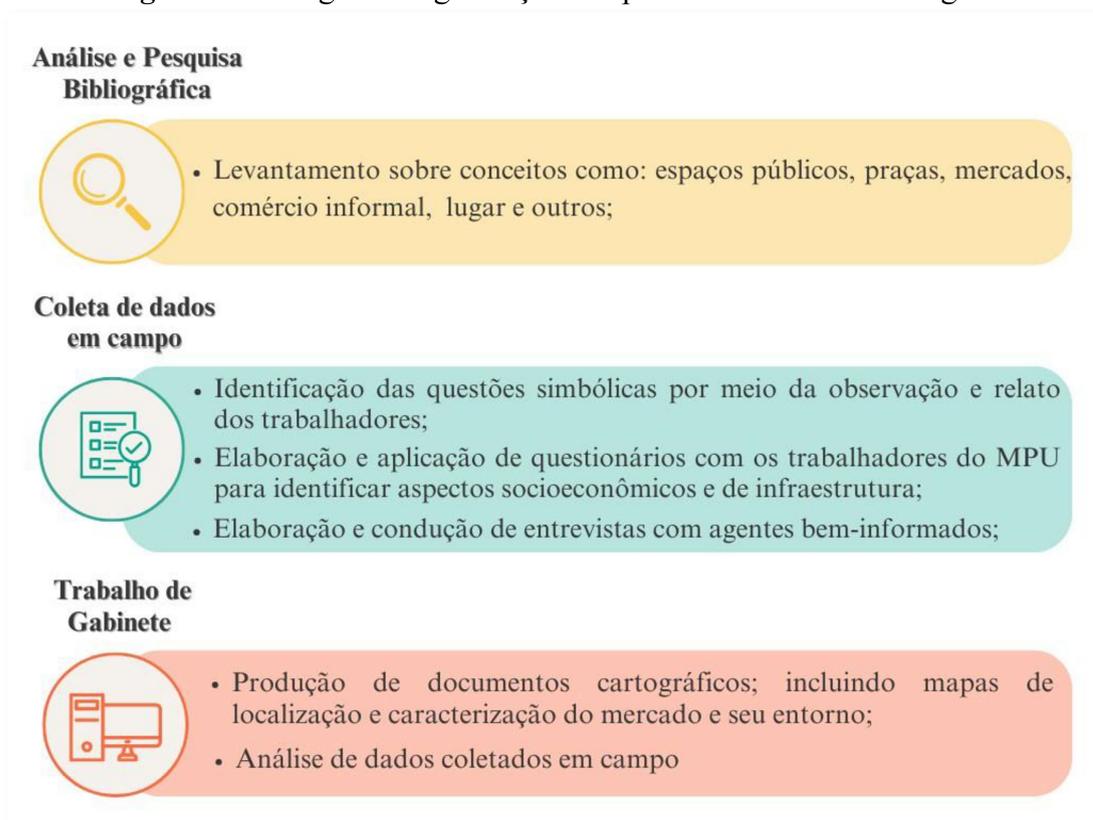
No que tange aos objetivos específicos, estes baseiam-se em:

- Compreender os aspectos socioeconômicos e simbólicos;
- Entender onde se encaixa o Mercado Popular nos circuitos da economia;
- Verificar e avaliar infraestrutura física das praças que compõem a área estudada.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Com base em uma abordagem teórica e metodológica, que inclui uma análise crítica da produção da área estudada e para alcançar os objetivos propostos, utilizou-se um conjunto de procedimentos metodológicos, que consistiu em: análise e pesquisa bibliográficas, coleta de dados em campo e trabalho de gabinete. Abaixo, o fluxograma 1 ilustra a estrutura utilizada durante o desenvolvimento da pesquisa.

Figura 1. Fluxograma organização dos procedimentos metodológicos



Organização: Rodrigues, 2024

Em um primeiro momento, foi realizado um levantamento bibliográfico amplo, englobando dissertações, livros e artigos, buscando analisar pesquisas que apresentavam objetivos/propostas semelhantes a trabalhada. Buscou-se apontar os principais conceitos abordados, tais como: a) o que são mercados e seus significados para a cidade b) comércios e suas tipologias e c) centro, espaços e praças públicas e a categoria de análise de lugar.

Pensando na dimensão socioeconômica e infraestrutural, o procedimento adotado foi a aplicação de questionários elaborados previamente que buscavam atender alguns parâmetros específicos para avaliação quantitativa e qualitativa com todos os comerciantes que trabalham atualmente na área estudada. Além disso, foram conduzidas entrevistas com agentes bem informados, tais como: prefeito, pré-candidatos à prefeitura, deputado estadual, chefe e fiscais do Setor de Posturas Municipais, responsável pela fiscalização da área.

Para compreender a dimensão simbólica do Mercado Popular, foi realizada a coleta de relatos dos trabalhadores que expressam suas relações pessoais com o local. Vale destacar que as identidades dos trabalhadores foram mantidas anônimas conforme acordado com os mesmos.

A elaboração dos documentos cartográficos para representar as praças que comportam o MPU foram elaborados a partir do *software* Qgis, bem como imagens do Google Earth e plantas fornecidas pelo Setor de Posturas Municipais de Franca. Além disso, foram utilizadas fotografias para melhor compreensão da infraestrutura do Mercado Popular, visto que essa pode ser um “recurso narrativo autônomo na função de convergir significações e informações a respeito de uma dada situação social” (Achutti, 1997, p.13). Por fim, os dados obtidos foram sistematizados e organizados no trabalho para a análise do tema da pesquisa.

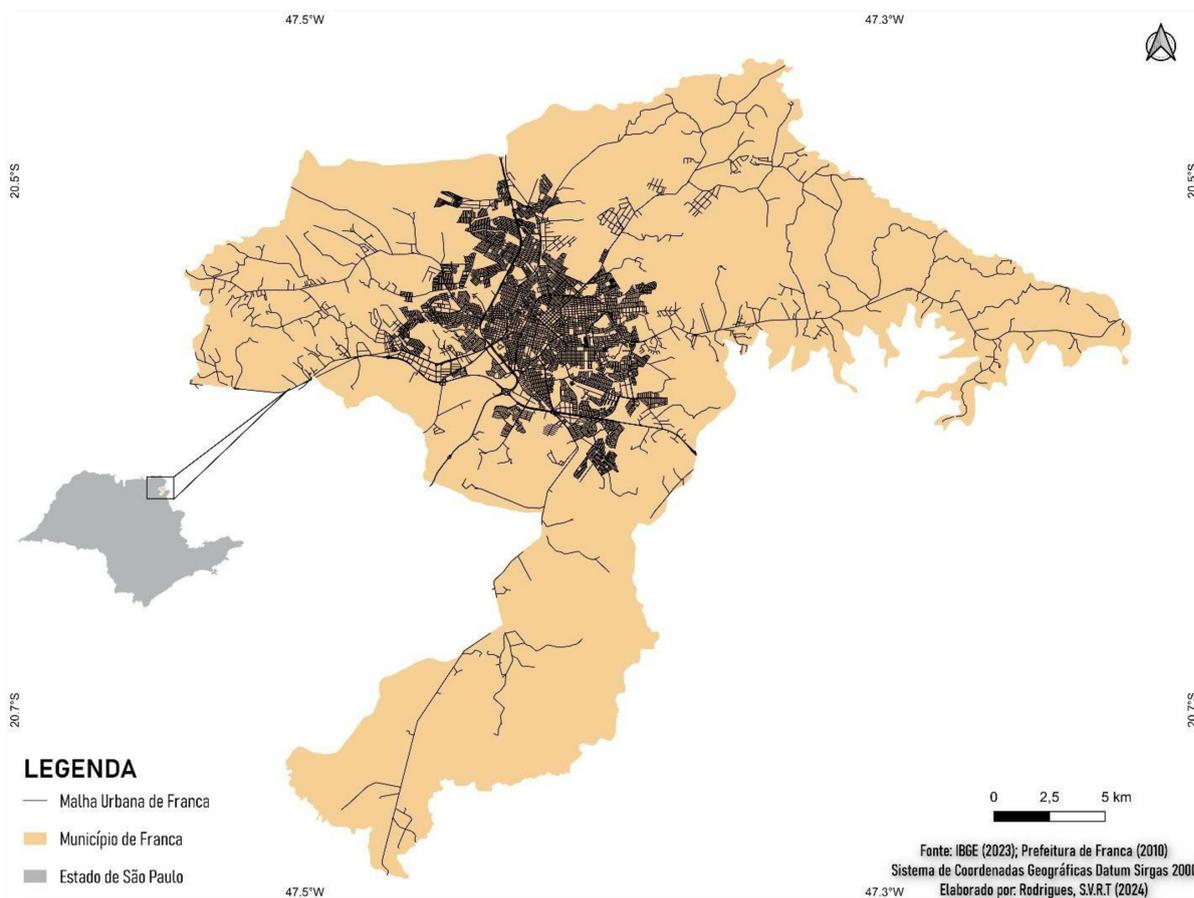
1. O Mercado Popular de Franca/SP: reflexões sobre Espaço Público e Praças Urbanas

Para iniciarmos a análise da pesquisa, cujo foco recai sobre a área de Mercado Popular de Franca, ou também chamado pelos comerciantes e frequentadores de “barraquinhas do centro”, partimos de uma breve apresentação do município de Franca, por meio de sua situação geográfica representada na figura 2. Localizada na região nordeste do estado de São Paulo, o município é amplamente reconhecido como capital do calçado¹. O município fica a cerca de 400 quilômetros

¹ A indústria calçadista cresceu no município ao longo da década de 1920 e já foi considerada a maior produtora de calçados masculinos do Brasil e da América Latina. Na década de 1970, Franca chegou a contar com 360 indústrias do setor, destacando-se também na exportação do produto. Atualmente, possui aproximadamente 100 empresas no ramo. Entre as marcas consolidadas que surgiram na cidade e possuem destaque nacional, destacam-se: Ferracini, Carmen Steffens e Rafarillo.

da capital e faz limite com Batatais, Cristais Paulista, Restinga, Patrocínio Paulista, Ibiraci e Claraval.

Figura 2. Localização do Município de Franca/SP



Organização: Rodrigues, 2024

Dialogando com o estudo realizado por Boraschi (2018), verifica-se que os mercados populares das cidades médias são localizados no centro principal, bem próximos aos terminais de transporte urbano. Sobre os centros, buscamos compreender a sua formação desde o ponto de partida inicial, através do povoado que se expandiu e se estruturou ao redor de um ponto estratégico. O processo de urbanização do centro apresenta-se como um local pensado para a realização do comércio, onde moradores de diversas áreas se deslocam com intuito de realizar trocas, conforme apresentado por Corrêa

A área central constitui-se no foco principal não apenas da cidade, mas também de sua hinterlândia. Nela concentram-se as principais atividades comerciais, de serviços, da gestão pública e privada, e os terminais de transportes inter-regionais e intra-urbanos. Ela se destaca na paisagem da cidade pela sua verticalização. (Corrêa, 2003, p. 38).

Os Mercados, assim como as feiras são um objeto de interesse que atrai estudiosos de áreas como Arquitetura, Sociologia, Economia e Geografia. De acordo com Pirenne (1936), os mercados locais existentes surgiram no início do século XI na Europa com intuito de suprir as necessidades da comunidade. Esses, em concordância com Chaves e Gonçalves (2013), nascem no contexto brasileiro seguindo padrões das metrópoles portuguesas, onde exercia-se práticas cotidianas da população, sejam elas de caráter socioeconômico ou religioso.

Dessa forma, em torno das igrejas, surgiam as atividades econômicas, as trocas e as feiras. Atualmente, com o avanço das relações econômicas, os mercados emergem de variadas formas, podendo ser realizados em locais públicos, ao ar livre ou em recintos fechados, de forma fixa e regularizada onde os mercadores comercializam diferentes produtos.

Esses mercados não apenas forneciam produtos à população, mas também funcionavam como importantes centros de socialização, lazer e diversão. Ao longo dos séculos, seus nomes mudaram em decorrência de transformações nos costumes e das influências políticas e culturais. Contudo, sua função econômica e social se manteve inalterada, continuando a ser espaços de troca e interação (Chaves e Gonçalves, 2013).

Buscamos compreender a realidade do MPU e conceituar o que são os mercados, no entanto, a fim de sanar quaisquer dúvidas, vale uma diferenciação da área estudada com “camelódromos” e “shoppings populares”. Seguindo a perspectiva de Moreira (2008), esses se configuram como espaços públicos ou semipúblicos com cobertura, destinados a abrigar e organizar os comerciantes em seus boxes ou pequenas lojas. Ainda de acordo com a autora, são uma tentativa de ordenar os espaço urbano, transferindo os comerciantes das praças para edifícios fechados, com o discurso de uma melhoria da mobilidade e do ambiente de trabalho dos comerciantes.

No que tange a realidade do Mercado Popular Urbano de Franca, esse pode ser compreendido a partir da sua oficialização por meio da Lei 5.100 de novembro de 1998, quando o então prefeito Gilmar Dominici sancionou o ato de sua criação, instituindo

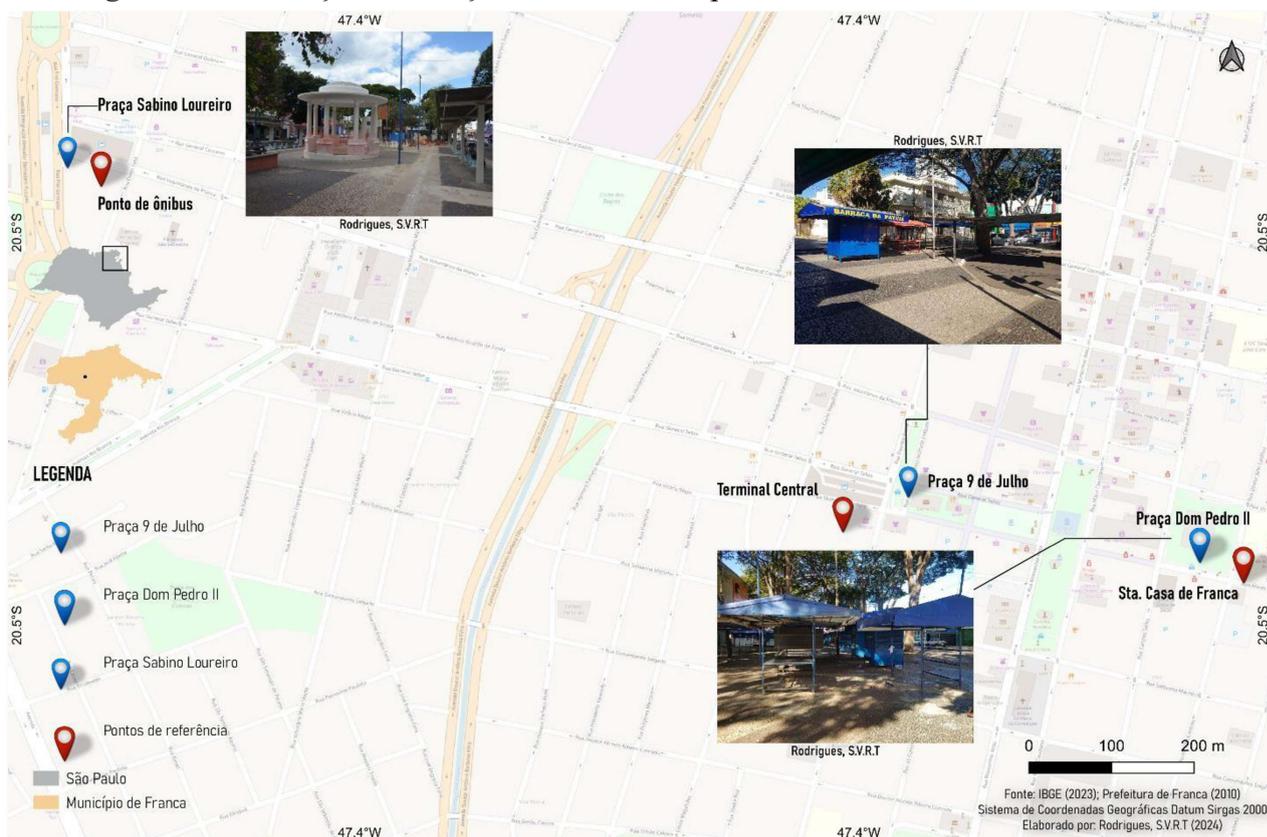
O Mercado Popular Urbano de Franca, com a finalidade de regular as atividades efetivas ou temporárias de venda de mercadorias a varejo, exercidas por profissionais autônomos em logradouros públicos, previamente determinados, mediante licença outorgada pela Prefeitura Municipal de Franca. (Franca (SP), 1998).

Apesar de suas características de regulamentação e uma ação que visava o ordenamento do centro da cidade, o MPU não se enquadra como um camelódromo, pois está instalado em locais abertos, com uma infraestrutura mínima precária que será apresentada nos próximos subitens.

A lei, no caso do MPU de Franca, foi elaborada diante da presença de mercadores ambulantes que se apropriavam dos espaços públicos em busca de sobrevivência por meio do comércio informal e troca de mercadorias, uma vez que o convívio com os lojistas locais gerava conflitos e disputas.

Vale ressaltar que a Lei nº 5.100/98 estabeleceu ainda que o alvará de licença para o exercício de atividades no MPU é pessoal e intransferível, não podendo ser sublocado (art. 3º, § 2º). Para além disso, não é permitido a concessão de mais de uma licença por família (filhos, cônjuges e outros), nem a contratação de funcionários, salvo em situações de trabalho entre familiares. Com isso, foi permitido que os comerciantes se instalassem nas praças Dom Pedro II, Nove de Julho e Sabino Loureiro (Figura 3), com ocupações permanentes em formas de barracas de metal, de propriedade do Poder Público ou do licenciado, obedecendo ao modelo, dimensão, cor e padrão.

Figura 3. Localização das Praças do Mercado Popular Urbano de Franca/SP, 2024



Organização: Rodrigues, 2024

Para Almeida (2014), o espaço público constitui a própria essência da cidade, servindo como o alicerce para a vida urbana, promovendo a identificação e a construção de identidade. Ele é descrito como um local de sociabilização, encontros e manifestações de grupos sociais,

culturais e políticos, onde a expressão é livre. Gomes (2002, p. 159-160) chama atenção sobre a fragilidade de se conceber este espaço, apenas, como aquele que não é privado ou como área juridicamente delimitada ou, ainda, como local de livre acesso de todos.

A respeito do espaço público, nota-se que esses são associados a certas formas físicas como ruas, praças e parques. Essas, no entanto, só ganham sentido na maneira como são estruturadas e vividas. O significado desses locais emerge, primordialmente, das relações sociais que os configuram e das práticas que neles se desenvolvem desempenhando papel essencial na vida urbana. Conforme Loboda (2009), é fundamental que a noção de espaço público esteja atrelada aos locais de sociabilidade urbana, contemplando praças, parques, calçadas e vias públicas em geral.

Complementando essa visão, Cunha (2002) destaca que as praças, enquanto forma de espaço público, surgem tradicionalmente como local de encontro e lazer. Para além disso, estão vinculadas a vida na cidade, apontando aspectos políticos, econômicos e sociais. Ainda de acordo com o autor, possui a função de circulação ou de comunicação e convívio social em diversos graus; o uso ou não uso desses espaços, muitas vezes, está condicionado às suas funções. Bovo destaca que:

[...] Devemos entender as praças como espaços balizados pelas questões econômicas, políticas, sociais, culturais e ambientais cujo principal elemento seja o homem, pois ele é que as utiliza. Neste sentido, a praça vista como espaço geográfico impõe um desafio. Ela é dinâmica e há uma circulação de pessoas e ocupantes no seu interior, sendo preciso entendê-la na dimensão tempo espaço, associação que ajuda a compreender sua estrutura, processo e função (Bovo, 2009, p.56).

Dessa maneira, fica evidente a relevância das praças no âmbito dos espaços públicos e no contexto das cidades, tendo em vista os aspectos ligados à circulação, convivência e socialização das pessoas.

Levando em consideração as características do MPU de Franca, nota-se a existência de poucos estudos já realizados a respeito deste tipo de atividade. Por isso, considera-se fundamental o aprofundamento desta análise, tendo em vista o debate a respeito de outros temas relacionados, como o espaço público, as praças e o comércio em geral. É neste contexto que, inicialmente, procurou-se explorar aspectos ligados a esses conceitos. O próximo subitem procurará contextualizar o Mercado Popular Urbano de Franca no âmbito do atividade comercial, inclusive a partir da discussão sobre os dois circuitos da economia urbana.

2. Onde está o Mercado Popular de Franca no Espaço Dividido?

De acordo com Barata-Salgueiro e Cachinho (2006), é através do comércio que se oferece mercadorias aos consumidores, sejam eles cidadãos ou empresas, com intuito de satisfazer suas necessidades e desejos. Nesse sentido, sua organização e funcionamento são condicionados pelas mudanças no sistema produtivo, pelas mudanças das tendências que interferem nos hábitos de consumo e, ainda, pela organização da própria cidade. Ainda de acordo com os autores

O comércio faz parte da razão de ser da cidade. Viabiliza a sua existência, explica a sua organização e justifica muito do movimento e animação que nesta acontece. Através do comércio e dos lugares onde este se exerce, as pessoas satisfazem necessidades, realizam desejos, veicula-se informação, difundem-se inovações, criam-se laços de sociabilidade. Em suma, no comércio reside o verdadeiro embrião da vida urbana naquilo que esta pressupõe de interação, de troca em sentido lato e de produção de inovação (Barata-Salgueiro e Cachinho, 2006, p. 1).

No que se refere ao comércio informal, esse se consolida de forma abrangente, utilizado principalmente com intuito de caracterizar trabalhos onde as relações de capital não se estabelecem de forma clara, com uma diversidade de produtos comercializados. As barracas do MPU, por exemplo, refletem essa dinâmica ao oferecer uma ampla gama de mercadorias. A tabela a seguir ilustra essa realidade.

Tabela 1. Distribuição de Mercadoria por barracas

Mercadoria	Quantidade de Barracas
Acessórios de Celular e Eletrônicos	7
Alimentação	3
Armação de Óculos	3
Bijuterias	6
Brinquedos	3
Enxoval	3
Jogo do Bicho	1
Mochilas	1
Peças de fogão	1
Relógios	4
Roupas Femininas	5
Roupas Infantil	5
Roupas Masculinas	3
Roupas de Time	4
Roupas Femininas e Masculinas	3

Fonte: Rodrigues, 2024. **Org.** Rodrigues, 2024

O comércio informal, conforme evidenciado, inclusive por meio da tabela, representa uma realidade complexa e multifacetada. Ao se analisar a variedade de produtos encontrados

no Mercado Popular Urbano, confirma-se a afirmação de Cleps (2009) sobre o fato do comércio informal ganhar destaque nas feiras e mercados onde se comercializam mercadorias diversificadas, desde artesanatos até aquelas mais baratas, importadas e falsificadas.

Ainda sobre as atividades informais, estas

[...] devem ser entendidas como o conjunto de formas de organização da produção em que o assalariamento não consiste em fator preponderante na manutenção do processo produtivo; o proprietário dos meios de produção se insere diretamente na produção, podendo fazer uso do trabalho familiar ou mesmo do assalariado, que não seriam determinantes para a manutenção das atividades (Maranho, 1978, p.113).

As atividades informais ainda podem ser classificadas em três grandes grupos: os ocasionais, que emergem ao redor de comércios formais, durante eventos e festividades públicas; os periódicos, que ocorrem em áreas de lazer, como parques e estádios de futebol, estabelecendo-se nos finais de semana e feriados; por fim, os fixos, onde se encaixa o Mercado Popular Urbano de Franca, que se situam próximos a áreas de serviços ou equipamentos públicos com grande movimentação, tais como terminais de transporte urbano, igrejas e hospitais (Cleps, 2009).

Ao resgatarmos a teoria desenvolvida por Milton Santos em seu livro “Espaço Dividido: os dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos”, é possível verificar as considerações do autor sobre as desigualdades de renda e de consumo dos países de terceiro mundo, a partir dos quais podemos entender que tais circuitos constroem-se e singularizam-se em função das diferenças observadas em âmbito econômico e social. Os Circuitos são divididos em “circuito superior” ou “moderno” e o “circuito inferior”.

O circuito superior originou-se diretamente da modernização tecnológica e seus elementos mais representativos hoje são os monopólios. O essencial de suas relações ocorre fora das cidades e da região que os abrigam e tem por cenário o país ou o exterior. O circuito inferior formado de atividade de pequena dimensão e interessado principalmente às populações pobres é, ao contrário, bem enraizado e mantém relações privilegiadas com sua região. (Santos, 2004, p. 22)

O autor ainda apresenta que,

Simplificando, pode-se apresentar o circuito superior como constituído pelos bancos, comércio e indústria de exportação, indústria urbana moderna, serviços modernos, atacadistas e transportadores. O circuito inferior é constituído essencialmente por formas de fabricação não “capital intensivo”, pelos serviços não modernos fornecidos “a varejo” e pelo comércio não moderno e de pequena demissão. (Santos, 2004, p. 40).

Ao realizarmos uma análise dos dois circuitos da economia urbana, nota-se que apesar das diferenças marcantes em suas estruturas e cada um possuir suas próprias especificidades e características, esses mantêm forte interação e interdependências significativas.

Essa interdependência reflete o objetivo central das atividades econômicas na lógica capitalista contemporânea, a acumulação de capital. Em concordância com Harvey (2001, p.41) “A teoria de Marx do crescimento sob o capitalismo situa a acumulação de capital no centro das coisas. A acumulação é o motor cuja potência aumenta no modo de produção capitalista”. No entanto, o ritmo e a intensidade desta acumulação variam significativamente entre diferentes setores da economia.

Nesse sentido, ainda pensando o circuito inferior da economia e buscando relacioná-lo ao mercado popular analisado, notam-se fortes semelhanças, uma vez que o MPU de Franca se concentra em atender as demandas do mercado local, destinadas ao consumo imediato.

Além disso, as atividades tendem a ser marcadas por condições de trabalho informais e precárias, com baixa proteção social, salários reduzidos, ou seja, uma acumulação de capital lenta e desigual, caracterizada por condições mais precárias de trabalho, infraestrutura deficiente e acesso limitado a recursos, restringindo-se à manutenção da renda familiar e da sobrevivência daqueles que nele trabalham. Para ilustrar essa realidade, a tabela 2 expõe a renda mensal dos trabalhadores do MPU.

Tabela 2. Renda mensal dos mercadores do Mercado Popular Urbano de Franca²

Renda (em salários-mínimos)	Número de mercadores do MPU	Percentual
1	10	18,52 %
2	16	29,63 %
3	10	18,52 %
4	1	1,85 %
5	12	22,22 %
6	5	9,26 %

Fonte: Rodrigues, 2024. **Org.** Rodrigues, 2024.

Analisando os dados apresentados, verifica-se que grande parte dos trabalhadores do MPU ganham entre 1 e 3 salários-mínimos, o que reflete uma renda relativamente baixa. A predominância de uma remuneração baixa entre os mercadores sucinta em características próprias do circuito inferior da economia como apresentado por Santos (2004, p.45): “O emprego no circuito inferior, raramente é permanente, e sua remuneração situa-se com frequência do limite ou abaixo do mínimo vital”.

² Valor do salário-mínimo de 1.314,00 referente ao ano de 2023.

Ainda com intuito de caracterizar a área dentro dessa realidade, a tabela 3 apresenta a quantidade de trabalhadores que pagam para poder se aposentar.

Tabela 3. Contribuição dos mercadores com previdência social

Não Contribuintes	Contribuintes
31 mercadores (57,40%)	23 mercadores (42,59%)

Fonte: Rodrigues, 2024. **Org.** Rodrigues, 2024.

A Tabela 3, por sua vez, revela que mais da metade dos mercadores entrevistados (57,40%) não possui contribuição previdenciária, seja como autônomo ou microempreendedor individual, o que evidencia a falta de proteção social para essa população, destacando a precariedade das condições de trabalho e a vulnerabilidade econômica dos mercadores.

Conforme apresentado por Santos (2004), é possível observar a articulação entre algumas características dos circuitos superior e inferior da economia, apesar de suas operações serem guiadas por lógicas distintas. Essa dinâmica é particularmente evidente no contexto MPU, uma vez que muitos dos trabalhadores que atuam na área, para atender às suas necessidades e demandas, recorrem a grandes lojas atacadistas para realizar compras com o objetivo de revenda. No entanto, essa realidade não se aplica a todos os mercadores, pois nem todos atuam da mesma forma, pois existem também aqueles que produzem suas próprias mercadorias.

Dessa forma, ao realizarmos a discussão sobre os comércio informal e relacionarmos a teoria dos circuitos da economia urbana, podemos afirmar que o MPU de Franca encontra-se no circuito inferior da economia urbana, pois apresenta características de produção manufatureira, em partes artesanal, multiplicidade de serviços, baseado em unidades de produção e comércio de pequeno porte, de baixa renda e em condições precárias de trabalho.

Buscou-se, até aqui, compreender e contextualizar o MPU de Franca no âmbito do comércio informal, com um olhar particular para a dinâmica dos dois circuitos econômicos. O subitem a seguir visa realizar uma análise simbólica do lugar e seus significados na vida das pessoas que trabalham e que frequentam. Para isso, faremos uma análise da categoria de lugar.

3. O lugar e seus significados na vida das pessoas

De acordo com Souza (2017), o conhecimento científico produzido nas ciências humanas ainda é fortemente influenciado pela racionalidade positivista. Pensando nisso, análises investigativas a partir das novas demandas que surgem com o passar do tempo tornam-

se necessárias. Abordagens que valorizem a história e o sentimento das pessoas que produzem o espaço, contemplando, por exemplo, aspectos simbólicos e da vivência cotidiana.

Nesse sentido, busca-se aqui compreender o MPU de Franca também como um lugar subjetivo repleto de significados, onde são compartilhados alegrias, tristezas e acontecimentos da vida cotidiana, pois não é possível deixar de lado a infinidade de sentimentos que o espaço gera nos trabalhadores.

Para isso, recuperamos a ideia de lugar enquanto conceito que, por muito tempo, foi empregado pelos geógrafos para expressar o sentido locacional em um determinado sítio (Holzer, 2003). No entanto, a abordagem aqui apresentada busca entender essa noção a partir das contribuições de Yi-Fu Tuan, ao desenvolvê-la a partir da perspectiva da fenomenologia. De acordo com o autor, o lugar deve ser entendido como um espaço dotado de valor, moldado pelas vivências e interações entre os seres humanos (Tuan, 1983). Dessa forma, o fato de experimentarmos o espaço por meio de significações e relações afetivas faz com que este se torne um lugar (Cisotto, 2012).

Ainda nessa perspectiva, Tuan (2012) nos apresenta a ideia de topofilia, que, em resumo, é entendida como um elo entre o ser humano e o ambiente físico, atribuindo sentimento de pertencimento de uma pessoa ou de um povo a um espaço que tenha relação com sua história, identidade individual e/ou coletiva.

A palavra ‘topofilia’ é um neologismo, útil quando pode ser definida em sentido amplo, incluindo todos os laços afetivos dos seres humanos com o meio ambiente material. Estes diferem profundamente em intensidade, sutileza e modo de expressão (Tuan, 2012, p.135).

Nesta pesquisa, o Mercado Popular Urbano de Franca, enquanto lugar, para além da atividade econômica desenvolvida, apresenta significado para aqueles que trabalham: cada indivíduo constrói, ao longo de sua existência e trajetória, diferentes relações, significados e vivências com o lugar que habita.

“Em relações a sentimento, sinto gratidão por ter a barraca, porém tem dias que não é muito fácil, aqui eu levo pelo lado de como se fosse minha casa, a gente fica feliz por ter a casa própria, porém a não escolhemos a vizinhança” (Relato mercadora, 14 de agosto de 2024).

“Amo trabalhar nessa praça, a mais de trinta anos trabalho aqui. Não tenho o que reclamar dos meus vizinhos, só tenho elogios, pois gosto muito deles” (Relato mercador, 14 de agosto de 2024)

Nota-se que mercador vive em um constante embate entre competição e cooperação, pois ao mesmo tempo que alguns possuem seus impasses e rivalidades, outros tornam-se amigos

a partir de ações colaborativas. A necessidade de uma convivência intensa com os outros suscita também em diversos desentendimentos. No entanto, o Mercado Popular é constituído pela presença dos mercadores e, tal cenário, depende da própria existência do MPU. Cada barraca funciona de forma independente, mas depende significativamente da presença das outras. Trata-se de um coletivo em que, apesar das diferenças, qualquer ausência ou abandono é visto com preocupação, pois pode representar um risco para todos (Sato, 2012).

“Trabalho aqui a 20 anos, gosto muito da praça. Temos nossas dificuldades para montar e desmontar a barraca todos os dias, mas é aqui onde criei meu filho, que tem 10 anos de idade, criei ele aqui, com muita dificuldade, mas tudo que eu tenho eu tirei daqui” (Relato mercadora, não regularizada, 15 de agosto de 2024).

“Trabalho aqui nas barraquinhas a muito tempo, tenho três filhos e tiro o meu sustento e dos meus filhos daqui. Tenho muita gratidão pelo meu trabalho, mas como qualquer outro temos nossas dificuldades, aqui por ser barraquinhas, todos os dias a gente ter que montar e desmontar, quando vem a chuva é uma peleja. (Relato mercadora, 14 de agosto de 2024).

Uma questão de infraestrutura já pode ser percebida, ao se verificar que muitos dos mercadores carregam carrinhos dos estacionamentos, onde guardam suas mercadorias no período da noite, para a praça em que vão montar sua loja. A necessidade de montar e desmontar suas barracas diariamente e as "pelejas" diárias dão visibilidade a uma questão de segurança e conforto que não está sendo atendida, reforçando a necessidade de melhorias físicas no local.

Para os mercadores, o MPU não é apenas uma atividade econômica, mas uma parte essencial de sua vida, parte de sua história pessoal e familiar. Por meio das observações em campo foi possível perceber que os trabalhadores que têm filhos improvisam, sob as saias que envolvem a parte inferior das barracas, camas para os pequenos descansarem. As crianças das “barraquinhas” são amigas, brincam e crescem juntas.

O MPU significa, também para quem a frequenta: é o lugar do encontro e, por vezes, da possibilidade de lazer para seus usuários, uma vez que se pode passear pelos corredores entre as barracas, rever parentes, amigos ou mesmo se deparar com produtos novos.

“É onde fui criada, fiz laços de amor fraternal que duram mais de 30 anos, é onde brinquei, estudei, chorei e fui acalentada por tias, tios e primos que nenhum laço sanguíneo me daria. A feira me ensinou a valorizar o que eu tenho e a trabalhar duro pelos meus objetivos. Para mim, a feira é muito mais que um local de comércio e geração de renda, é um lugar democrático onde todos convivem em igualdade e harmonia. Fico feliz de hoje em dia ver meus sobrinhos

(que a feira me deu) trabalhando lá e aprendendo lições que levarão para toda a vida. (Relato filha de mercadora, 15 de agosto de 2024)

“A praça para mim é família estendida, conheço várias pessoas que trabalham nas barracas, são amigos. É lugar de encontrar pessoas, de dar um abraço. Sei que eles fazem churrasco de Natal juntos, é lugar de comunidade, é importante ter essas coisas no centro das cidades” (Relato 15 de agosto de 2024).

No entanto, diferentes são as perspectivas sobre o MPU em Franca, sendo esse, inclusive, muitas vezes alvo de críticas. Como apresentado por Sato (2012, p.58), “Situações que detonam a polêmica que se instaura a partir das diversas visões que esse tipo de comércio sucinta por utilizar o espaço público, mesmo quando regulamentando pelo poder municipal”. O MPU de Franca tem sido frequentemente alvo de críticas, incluindo propostas sugerindo o encerramento de suas atividades no âmbito das discussões a respeito do planejamento urbano e ordenamento do centro da cidade.

A título de exemplo, no âmbito do poder público municipal, há uma proposta de retirada do MPU das dependências das praças. A seguir, é possível verificar uma ideia neste sentido, por meio da entrevista concedida pelo prefeito municipal de Franca, em 14 de maio de 2024:

Entrevistadora: *O Senhor frequenta ou já frequentou o MPU? Quais suas impressões sobre a área?*

Entrevistado: *Sim, eu frequento. Não para comprar, mas vou lá de vez em quando. A área precisava ser melhorada [...] Para isso vamos ter que tirá-los para reformar, repaginar [...]*

Entrevistadora: *Quais suas considerações acerca da infraestrutura da praça? Considera adequada?*

Entrevistado: *Não, não considero não, por isso estamos fazendo a reforma.*

Entrevistadora: *Você possui propostas/projetos para a melhoria do MPU? Quais?*

Entrevistado: *A gente já tem a proposta, tem o projeto de melhoria da praça. Estamos organizando um terreno no centro de quase 4mil metros². A previsão é cobrir, colocar banheiro para deficiente, banheiro normal para público e conversar com as pessoas que trabalham no Mercado Popular e ver se elas aceitam ir para lá [...]*

Entrevistadora: *Quais os impactos sociais do Mercado Popular Urbano?*

Entrevistado: *Lá tem muita gente que depende daquilo, tem família. Por outro lado, tem também gente ali que não precisa daquilo, gente que comprou o espaço do outro [...] Tem muita invasão, hoje não mais, mas já tivemos muitas, invadiram a barraca do outro meio que a força, colocando eles para fora. Não é que foi apertando, foi “você não volta aqui se não vou*

te agredir”. Mas, se eventualmente, acabar com o MPU, vai ter um impacto negativo pois você tem lá 40/50/60 famílias que dependem daquilo, daquele comércio [...]

Entrevistadora: *Você acredita que tenha um vínculo afetivo com o lugar de trabalho?*

Entrevistado: *Não, tem vínculo comercial mesmo [...] A moça do pastel, por exemplo se ela montar uma pastelaria do lado vai vender o tanto quanto, mas é que fora ela vai ter que pagar o aluguel e ela não quer pagar o aluguel, então é vantagem ficar ali, paga pouco por mês. Aquilo é o negócio da pessoa, não tem nada de vínculo afetivo é profissional.*

O MPU de Franca tem sido alvo de uma crescente pressão por parte da gestão pública, que defende a necessidade de sua transferência para um espaço fechado, sob o argumento de que essa mudança proporcionaria melhores condições de funcionamento. Segundo as autoridades, a nova localização ofereceria uma estrutura mais adequada, garantindo maior segurança, conforto e organização, tanto para os comerciantes quanto para os consumidores. Verifica-se uma visão alinhada à “modernização” do centro ao tratar sobre as melhorias necessárias para a infraestrutura do MPU, sem considerar os aspectos sociais que ele representa.

A proposta de realocação suscita discussões e preocupações entre os envolvidos. Ao dialogar com os trabalhadores, nota-se que esses não querem migrar para outro local: “*vamos resistir, se não vai acabar (relato de um mercador, dezembro de 2023)*. Além disso, mesmo destacando que haverá um diálogo com os comerciantes, não fica claro até que ponto os trabalhadores terão influência real sobre a decisão final de se manter ou não na atual localização.

Outro ponto de destaque refere-se aos impactos sociais, pois fica reconhecido a importância do MPU para muitas famílias, inclusive para manutenção e geração de emprego. Para muitos, os aspectos simbólicos e afetivos envolvidos no âmbito do MPU de Franca é ignorado, levando em consideração apenas uma visão pragmática que resume tudo apenas a partir de um vínculo puramente comercial e econômico.

Portanto, neste tópico, para além dessa visão limitada do MPU de Franca apenas à dimensão da atividade econômica em si, procurou-se estabelecer e compreender as relações simbólicas e afetiva com o lugar. Ficou constatado, por meio dos relatos, que o MPU é repleto de significados, tanto para os que trabalham, quanto para os que frequentam o local.

Além disso, ficou constatado as diferentes visões existentes sobre a área estudada, ao exibir as considerações do poder público municipal, que percebe o espaço de forma pragmática, sem apego emocional ou que leve em consideração aspectos históricos e simbólicos. Esse contraste revela a importância deste estudo. No último subitem, buscaremos compreender de

forma mais aprofundada as fragilidades e necessidades infraestruturais do Mercado Popular Urbano de Franca.

4. Elementos de caráter estrutural

Para iniciar as análises sobre a infraestrutura das praças que abrigam o MPU, é necessário compreender um pouco de sua história. Sendo assim, neste item, será tratado a história das praças Dom Pedro II e Nove de Julho, sua disposição geográfica e, por fim, as fragilidades e necessidades referentes a estrutura física para abrigar o MPU de Franca.

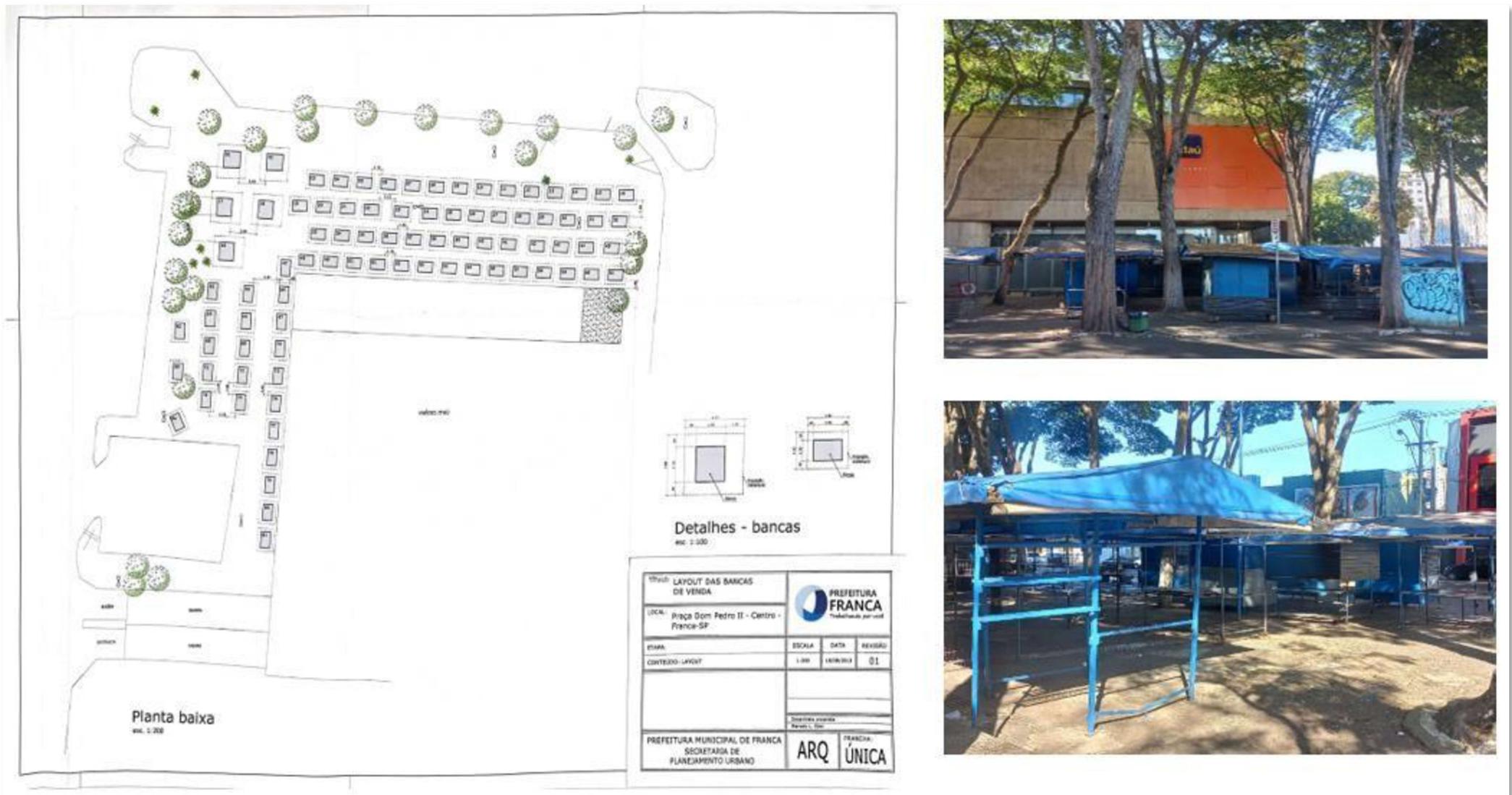
4.1 História e disposição geográfica – Praça Dom Pedro II e Nove de Julho

Foi na Praça Dom Pedro II, em setembro de 1928, que se realizou a inauguração do Hotel Francano S/A, transformando-se em um símbolo de modernização urbana da cidade de Franca no contexto do início do século XX. A construção do hotel deu-se graças ao apoio da Prefeitura e da Câmara Municipal, visando atender aos interesses dos cafeicultores que exerciam grande influência na economia e política da cidade. No entanto, com o passar do tempo, o hotel encerrou suas atividades e, apesar de esforços para sua preservação e tombamento, a edificação da Praça Dom Pedro II foi demolida, dando lugar a uma agência bancária, inaugurada em 1982 (Piccinato, 2014).

No que se refere à sua localização, está situada em uma área limitada pelas ruas Campos Sales, Voluntários da Franca, Júlio Cardoso e Marechal Deodoro. Hoje em dia, o local abriga o prédio do banco Itaú, um estacionamento destinado aos funcionários da Santa Casa de Franca, um ponto de táxi e 46 comerciantes que fazem parte do MPU. Para melhor compreensão, a Figura 4 apresenta a disposição geográfica desse espaço e inclui algumas fotografias que ajudam a ilustrar a área.

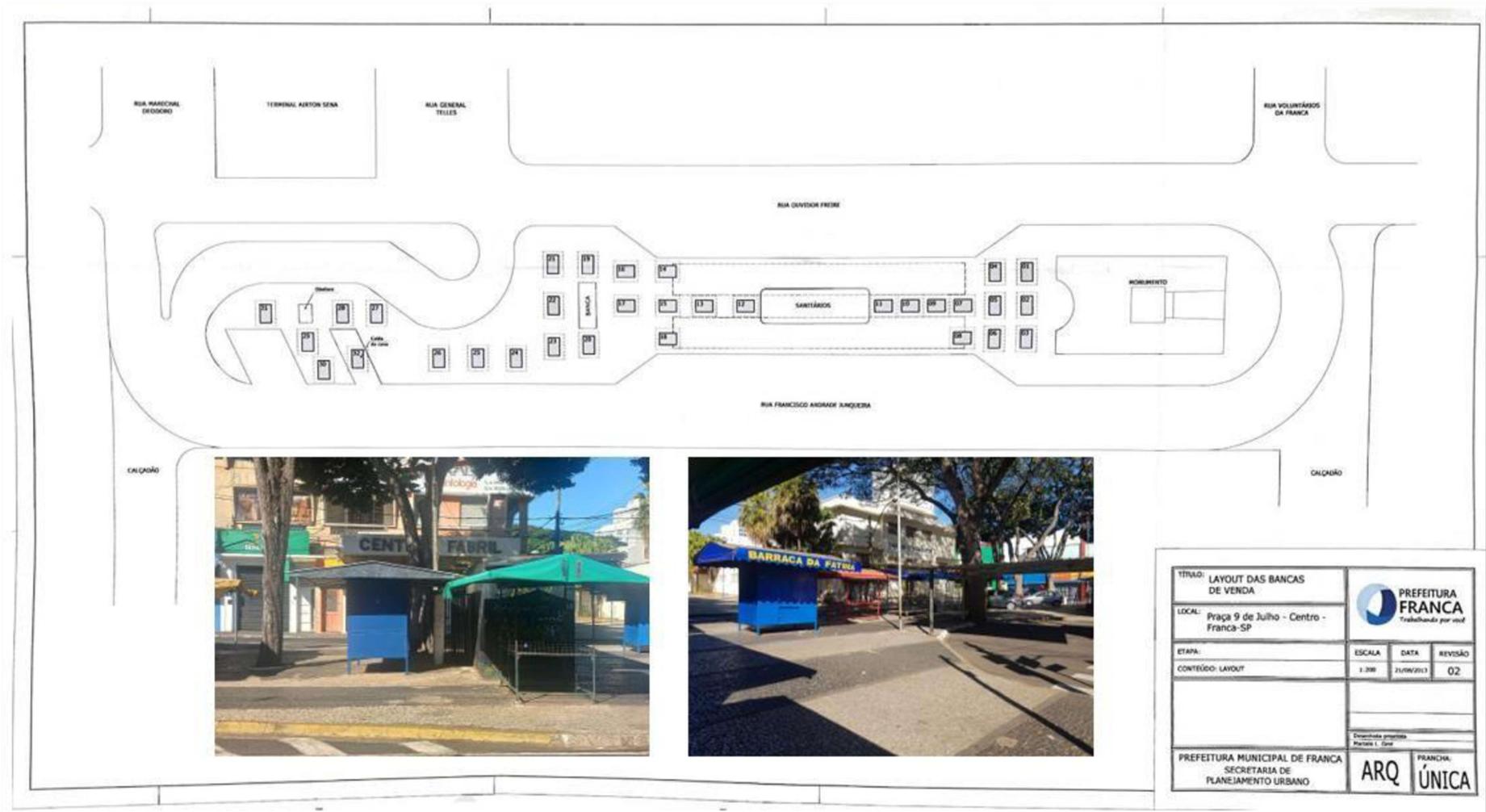
Já em relação à Praça Nove de Julho, poucos são os registros e documentos de sua história. Sabe-se que, até meados da década de 1930, era considerada um largo, ou seja, “local aberto, de passagem, que não apresenta construções, equipamentos ou obstáculos” (Nunes, 2011). No entanto, foi uma das beneficiadas com os investimentos destinados aos arranjos paisagísticos da cidade. O destaque para esse ponto foi a construção de um monumento em homenagem aos combatentes francanos da Revolução Constitucionalista de 1932, inaugurado em 1938 (Follis, 2007).

Figura 4. Planta e fotografias - Praça Dom Pedro II, Franca-SP (2024)



Fonte: Setor de Posturas Municipais de Franca; Rodrigues, 2024

Figura 5. Planta e fotografias – Praça Nove de Julho, Franca-SP (2024)



Fonte: Setor de Posturas Municipais de Franca; Rodrigues, 2024.

Atualmente, abriga 15 mercadores do Mercado Popular Urbano e um ponto de táxi. A praça está localizada entre as ruas Ouvidor Freire e Coronel Francisco de Andrade Junqueira, em uma área próxima ao terminal central da cidade e à agência dos correios. A Figura 5 ilustra a distribuição geográfica dessa praça, fornecendo uma visão detalhada do espaço.

4.2 Fragilidades e necessidades na Infraestrutura do Mercado Popular

Neste item, são apresentados os resultados dos questionários realizados com os trabalhadores do MPU. Para compreender a percepção dos comerciantes em relação à infraestrutura do Mercado Popular de Franca, optou-se pela aplicação de um questionário com opções de resposta graduadas como: ótima, boa, regular e ruim. Esse tipo de escala permite capturar nuances nas avaliações dos participante e medir a satisfação dos usuários referente a uma determinada estrutura. Inicialmente, a tabela 4 tratará dos dados referentes a avaliação do piso da área estudada.

Tabela 4. Análise do piso do Mercado Popular

Opções	Ótima	Boa	Regular	Ruim
Mercadores	1 (1,85%)	1 (1,85%)	15 (27,78%)	37 (68,52%)

Fonte: Rodrigues, 2024. Org. Rodrigues, 2024

É possível notar, por meio dos dados apresentados, que mais da metade dos trabalhadores não estão satisfeitos com as condições do piso das praças. Ao realizar os trabalhos de campo, foi possível perceber que muitas são as preocupações referentes a essa questão, tais como: acessibilidade, desnível e irregularidades. A Figura 7 ilustra as deficiências referente ao calçamento.

Figura 6. Piso do Mercado Popular Urbano



Fonte: Rodrigues, 2024.

Para realizar as análises referente às barracas, é necessário compreender que essas se dividem em duas categorias, sendo essas: as barracas abertas, onde os comerciantes realizam montagem e desmontagem das mercadorias todos os dias, colocando em carrinhos e levando para os estacionamentos conveniados; e as barracas fechadas, que lembram as antigas bancas de jornal, nessas, as mercadorias não são desmontadas, pois possuem porta e fechaduras, no entanto, ficam propícias a possíveis roubos, uma vez que as praças do MPU não possuem sistema de segurança. A figura 7 mostra as principais diferenças entre essas estruturas.

Figura 7. Diferenças entre os modelos de barracas



Fonte: Rodrigues, 2024

As tabelas 5 e 6 apresentam as opiniões dos mercadores referentes a essas estruturas.

Tabela 5. Análise das barracas abertas

Opções	Ótima	Boa	Regular	Ruim
Mercadores	5 (9,25%)	17 (31,48%)	20 (37,03%)	12 (22,22)

Fonte: Rodrigues, 2024. **Org.** Rodrigues, 2024

Tabela 6. Análise das barracas fechadas “banca de jornal”

Opções	Ótima	Boa	Regular	Ruim
Mercadores	17 (31,48%)	19 (35,19%)	13 (24,07%)	5 (9,25%)

Fonte: Rodrigues, 2024. **Org.** Rodrigues, 2024

Por meio dos dados apresentados, verifica-se que 40,70% dos trabalhadores consideram a estrutura das barracas abertas como ótima ou boa, enquanto 60,67% têm a mesma percepção em relação às barracas fechadas. Essas porcentagens refletem as diferentes preferências dos mercadores, que se justificam a partir de suas experiências cotidianas.

Durante as conversas com os comerciantes, são diversos os motivos para a preferência por um tipo de barraca em relação a outra. Por exemplo, a maior visibilidade dos produtos nas barracas abertas é frequentemente apontada como uma vantagem significativa, como destaca um dos trabalhadores: “*A exposição fica mais aparente, a outra é muito fechada.*” Esse aspecto pode favorecer a atração de clientes, já que a exposição mais ampla facilita a visualização dos produtos, impactando diretamente nas vendas.

Por outro lado, as barracas fechadas são vistas como práticas para o dia a dia, especialmente no que diz respeito à montagem e desmontagem, conforme mencionado por outro mercador: “*Facilita na hora de montar e desmontar, aqui é só fechar a porta e está tudo pronto.*”

Outro fator investigado foi referente aos banheiros e as lixeiras disponíveis. Durante o campo, verificou-se a existência de dois banheiros sendo um feminino e o outro masculino na praça Dom Pedro e o mesmo na praça Nove de Julho. A tabela 7 apresenta a percepção dos comerciantes frente a problemática dos banheiros.

Tabela 7. Análise do banheiro

Opções	Ótima	Boa	Regular	Ruim
Mercadores	2 (3,70%)	8 (14,81)	18 (33,33%)	26 (48,14%)

Fonte: Rodrigues, 2024. **Org.** Rodrigues, 2024.

Destaca-se que 81,47% dos trabalhadores consideram a instalação sanitária regular ou ruim. A ausência de mais banheiros, a precariedade e a falta de acessibilidade em um banheiro, especialmente em locais como o MPU, representam fatores de desconforto dos trabalhadores, além de evidenciar uma negligência nas políticas de acessibilidade e de atendimento às necessidades básicas dos usuários. Uma situação averiguada foi a proximidade do banheiro da Praça Dom Pedro II com a área das barracas de alimentação, o que torna o ambiente menos atraente e inclusive podendo envolver questões sanitárias.

No que tange a questão das lixeiras, estas estão distribuídas ao longo da praça em pequenos tambores de metal, para atender à demanda de quem circula por ali, garantindo, manutenção da limpeza do ambiente.

Além disso, cada praça conta também com três caçambas de maior capacidade, que têm a função de receber uma quantidade mais significativa de resíduos do comércio local e do público em geral. A tabela 8 expõe os resultados obtidos nessa questão.

Tabela 8. Análise das lixeiras

Opções	Ótima	Boa	Regular	Ruim
Mercadores	1 (1,85%)	6 (11,11%)	11 (20,37)	36 (66,66%)

Fonte: Rodrigues, 2024. Org. Rodrigues, 2024.

A tabela revela que a grande maioria dos mercadores, classificou as condições das lixeiras como ruins, indicando uma insatisfação generalizada com a infraestrutura destinada à gestão de resíduos. A figura 8 apresenta imagens dos banheiros e das lixeiras disponíveis.

Figura 8. Os banheiros e as lixeiras do Mercado Popular



Fonte: Rodrigues, 2024

Durante o trabalho de campo, foi possível observar que as lixeiras estão localizadas de forma predominante na entrada das praças que abrigam o MPU. Essa disposição, causa uma impressão visual desfavorável, especialmente para os frequentadores que vão ao local realizar suas compras, passear e se deparam imediatamente com a presença das lixeiras, causando uma percepção negativa de desorganização e falta de cuidado com o espaço.

Além disso, a concentração dessas na entrada resulta em um acúmulo excessivo de resíduos, conforme visualizado nas imagens. Para tanto, outras carências foram observadas ao longo dos trabalhos de campo, tais como: iluminação precária que torna o ambiente não só menos atrativo para os clientes, principalmente em horários de final de tarde e noite, como também aumenta a sensação de insegurança entre comerciantes e frequentadores. A falta de iluminação adequada, também é outra problemática, visto que a um maior risco de furtos e vandalismos, especialmente durante a noite ou períodos em que o MPU não está em pleno funcionamento. Essa situação é agravada quando pensamos nas barracas que permanecem com mercadorias no local.

No entanto, apesar das avaliações negativas referentes à infraestrutura do local, especialmente no que se refere à organização e manutenção do espaço, as considerações a respeito da localização do Mercado Popular foram positivas, conforme apresentado na tabela 9.

Tabela 9. Avaliação da localização do Mercado Popular

Opções	Ótima	Boa	Regular	Ruim
Mercadores	42 (77,78%)	12 (22,22)	0	0

Fonte: Rodrigues, 2024. **Org.** Rodrigues, 2024.

Analisando os dados apresentados sugere-se que a localização atual do Mercado Popular é amplamente satisfatória para os comerciantes. Esse resultado ocorre devido o fácil acesso aos consumidores e boa visibilidade, por estar localizado bem no núcleo do centro da cidade, o que favorece as dinâmicas comerciais. Porém, tal cenário também é concedido, devido a discussão realizada anteriormente sobre as relações afetivas dos comerciantes com o espaço de trabalho, refletindo mais uma vez o fator simbólico do lugar.

Neste sentido, os mercadores concordam que é necessária uma revitalização das áreas apresentadas, conforme indicado na tabela 10.

Tabela 10. Necessidade de adequações na infraestrutura do MPU

Opções	Sim	Não
Mercadores	50 (92,60%)	4 (7,40%)

Fonte: Rodrigues, 2024. **Org.** Rodrigues, 2024.

Por meio dos dados obtidos, nota-se que os comerciantes reconhecem as fragilidades na infraestrutura do seu local de trabalho. A tabela nos apresenta que 92,60% desejam por adequações que possibilitariam um melhor funcionamento de suas barracas, um visual mais atrativo do MPU de Franca como um todo e principalmente garantiria condições mínimas para realização de suas atividades.

Todavia, ao conversar com os mesmos, observa-se uma resistência a mudanças, pois temem ficar meses sem trabalhar para realização das obras de melhoria, ou ainda, serem transferidos para outro espaço e não retornarem, visto que o poder público municipal tem apresentado propostas que visam a mudanças desses comerciantes para um recinto fechado em forma de camelódromos, conforme apresentado na entrevista do item anterior.

Pensando no conjunto de informações apresentadas e nas análises realizadas, considera-se que algumas adequações simples realizadas pelo poder municipal atenderiam as necessidades dos mercadores. Inicialmente, o aumento da iluminação nas praças que compõe o Mercado Popular, objetivando acolher melhor a população e os trabalhadores sobretudo no período noturno e oferecendo uma maior segurança.

Em relação aos banheiros, sugere-se uma reforma para maior acessibilidade. Essa adequação já foi considerada pela prefeitura municipal no ano de 2020, no entanto, não foi levada adiante.

Quanto ao calçamento das praças, propõe-se uma obra de reparo e nivelamento, facilitando o trânsito de clientes e mercadores. Somado a isso, para otimizar a circulação dos clientes, sugere-se um maior espaçamento entre as barracas. Para sanar os problemas referente as lixeiras, sugere-se a construção de um depósito fechada para que os resíduos não fiquem expostos causando a sensação de desorganização.

Essas adequações, embora simples, podem contribuir de forma significativa para a melhorias do Mercado Popular, tanto do ponto de vista funcional quanto estético, favorecendo uma melhor convivência entre os comerciantes e seus clientes, sem que seja necessário interromper as atividades comerciais ou promover grandes mudanças estruturais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho teve como objetivo investigar o papel e a relevância do Mercado Popular Urbano de Franca/SP, com ênfase em três pontos principais: compreender os aspectos socioeconômicos e simbólicos do mercado, entender sua inserção no circuito econômico e avaliar a infraestrutura física das praças que o compõem.

Os resultados obtidos revelaram que o MPU está inserido no circuito inferior da economia urbana, apresentada por Santos (2004), em um contexto econômico caracterizado pela baixa renda da maioria dos trabalhadores, que buscam a sobrevivência através do comércio informal.

As observações realizadas no contexto desta pesquisa, bem como a interação com os comerciantes e frequentadores do mercado, foram especialmente enriquecedoras, sendo essenciais para construir as compreensões sobre o vínculo afetivo com o lugar. Ficou evidenciado uma forte conexão emocional dos trabalhadores que compreendem o espaço como uma extensão de sua própria casa, onde compartilham alegrias, tristezas e diferentes momentos da vida cotidiana.

A análise da infraestrutura revelou a precariedade das condições de trabalho e a falta de infraestrutura adequada, fatores esses preocupantes e que necessitam de políticas públicas que promovam melhorias do espaço. Considerando, todavia, que os mercadores não querem ser transferidos para outros espaços. Com base nas observações realizadas, espera-se que o estudo da infraestrutura possam ser efetivados, contribuindo para a elevação da qualidade dos serviços prestados pelos trabalhadores do Mercado Popular Urbano de Franca.

As contribuições deste estudo são significativas, pois oferecem uma compreensão aprofundada das dinâmicas que envolvem estudada. Para pesquisas futuras, recomenda-se a ampliação do estudo para incluir, por exemplo, outros mercados em diferentes contextos urbanos, permitindo comparações que possam enriquecer a análise. Além disso, investigações sobre o impacto de políticas públicas específicas nesse local seriam de grande relevância.

Por fim, ressalta-se a profunda gratidão por todas as experiências, aprendizados e reflexões sobre o tema estudado, incluindo a importância de valorizar e respeitar o trabalho informal, que muitas vezes é invisibilizado. Realizar um estudo sobre “as barraquinhas do centro” não apenas ampliou meu conhecimento acadêmico, mas também me permitiu compreender a complexidade desse local, que sempre fez parte da vida desta pesquisadora. Crescer no Mercado Popular foi uma experiência que moldou identidade e valores, desde a infância. Foi a vivência no âmbito do MPU de Franca que possibilitou a compreensão a respeito da importância do trabalho, da solidariedade e da convivência em comunidade.

REFERÊNCIAS

- ACHUTTI, Luiz Eduardo R. **Fotoetnografia: um estudo de antropologia visual sobre cotidiano, lixo e trabalho**. Porto Alegre: Tomo Editorial/Palmarica, 1997.
- ALMEIDA, Catarina Pinto de. **Espaço Público: Flexibilidade e Apropriação**. 2014. Dissertação (Pós-graduação em Arquitetura) – Universidade de Lisboa, Lisboa, 104 p.
- AMARAL, Pedro Henrique Marani. **A praça e a cidade: um estudo sobre as praças centrais em Orlandia - SP**. 2023. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Geografia) – Universidade Federal de Uberlândia, Ituiutaba, 2023.
- BARATA-SALGUEIRO, Teresa. Novas formas de comércio. *Finisterra*, v. 24, n. 48, 1989.
- BARATA-SALGUEIRO, Teresa; CACHINHO, Herculano. *As relações cidade-comércio: dinâmicas de evolução e modelos interpretativos*. 2006.
- BARATA-SALGUEIRO, Teresa; CACHINHO, Herculano. *Comércio, consumo e (re)produção do espaço urbano*. 2002.
- BENEDET, Michelle Souza et al. *Apropriação de praças públicas centrais em cidades de pequeno porte*. 2008.
- BORASCHI, Gabriel Ribeiro. **Circuitos da economia urbana em cidades médias: os camelódromos de Presidente Prudente (SP) e Londrina (PR)**. 2018.
- BOVO, Marcos Clair. *Áreas verdes urbanas, imagem e uso: um estudo geográfico sobre a cidade de Maringá-PR*. 2009.
- CHAVES, Celma; GONÇALVES, Ana Paula Claudino. *O Mercado Público em Belém: Arquitetura e inserção urbanística*. In: IV Colóquio Internacional Sobre Comércio e Cidade: Uma Relação de Origem, Uberlândia, 2013.
- CISOTTO, Mariana Ferreira. *Sobre Topofilia, de Yi-Fu Tuan*. *Geografia*, v. 3, n. 2, pág. 94-97, 2013.
- CLEPS, Geisa Daise Gumiero. *Comércio informal e produção do espaço urbano em Uberlândia (MG)*. *Sociedade & Natureza*, v. 327-339, 2009.
- CORDEIRO, Helena Kohn. *O centro da metrópole paulistana*. São Paulo: USP-IG, 1980.
- CORRÊA, Roberto L. *Espaço: um conceito-chave da Geografia*. In: CASTRO, Iná (org.). *Geografia: conceitos e temas*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003. p. 15-47.
- CUNHA, Rita Dione Araújo. **Os usos, funções e tratamentos das áreas de lazer da área central de Florianópolis**. 2002. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2002.
- DA COSTA GOMES, Paulo César. *Espaço público, espaços públicos*. *GEOgrafia*, v. 44, pág. 115-119, 2018.

DA COSTA GOMES, Paulo César. **A condição urbana**. Ensaios de Geopolítica da Cidade. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.

DE SOUZA, Christian Yago Vieira; PEREIRA, Fábio da Silva Gonçalves. Geografia: relações científicas e análise de métodos. Revista Cerrados (Unimontes), v. 2, pág. 347-367, 2017.

DURANDO, Vanessa. Balôn: um mercado popular. Curitiba, 2010. Dissertação.

FOLLIS, Fransérgio. Cidade e cidadania: Franca (1890-1996). 2007.

FRANCA. Lei nº 5.100 de novembro de 1998. Institui o mercado popular urbano de Franca. Câmara Municipal de Franca.

GÓES, Eda Maria; SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão. Práticas espaciais, cotidianas e espaço público: o consumo como eixo de análise do calçadão de Presidente Prudente-SP. Revista da ANPEGE, v. 19, pág. 39-65, 2016.

HARVEY, David. **A produção capitalista do espaço**. São Paulo: Annablume, 2005.

HOLZER, Werther. O conceito de lugar na geografia cultural-humanista: uma contribuição para a geografia contemporânea. GEOgraphia, Rio de Janeiro, ano V, n. 10, pág. 113-123, 2003.

KOPPER, Moisés. DE CAMELÔS A LOJISTAS: a transição do mercado de rua para um shopping em Porto Alegre. Caderno CRH, v. 75, pág. 591-605, 2015.

LIMA, Pablo Corrêa; BRIDA, Frederico. CAMELÓDROMOS: CONSIDERAÇÕES SOBRE A TIPOLOGIA ARQUITETÔNICA. In: Desvendando a arquitetura: sua abrangência e multidisciplinaridade. Editora Científica Digital, 2023. p. 59-74.

LOBODA, Carlos Roberto. Espaço público e práticas socioespaciais: uma articulação necessária para análise dos diferentes usos da cidade. Caderno Prudentino de Geografia, v. 31, pág. 32-54, 2020. Disponível em: <https://revista.fct.unesp.br/index.php/cpg/article/view/7439>. Acesso em: 4 conjuntos. 2024.

MONTessoro, Cláudia Cristina Lopes. Centralidade urbana e comércio informal: os novos espaços de consumo no centro de Anápolis-GO. 2006.

MOREIRA, Ângela. Mercados Populares ou Camelódromos: nascimento e variações de um objeto atual. In: Colóquio Internacional Sobre Comércio e Cidade: Uma Relação De Origem, v. 0-8, 2008.

NUNES, José Horta. Praças públicas na contemporaneidade: história, multidão e identidade. Cadernos de Estudos Linguísticos, v. 2, pág. 157-168, 2011.

PICCINATO JÚNIOR, Dirceu. A construção da cidade burguesa em Franca (SP) entre os anos de 1890-1930. São Paulo, 2014.

PIRENNE, Henrique. História econômica e social da Europa medieval. 1936.

SANTOS, Milton. **O espaço dividido: os dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos**. São Paulo: Edusp, 2004.

SATO, Leny. Feira Livre: Organização, Trabalho e Sociabilidade. São Paulo: Edusp, 2012. 240 p.

SOILO, Andressa Nunes. Margens, tecnologias de controle e (i) legibilidades: etnografia sobre a produção do Estado e do comércio popular no camelódromo de Porto Alegre/RS. 2015.

TUAN, Yi-Fu. **Topoilia: um estudo da percepção, atitudes e valores do meio ambiente.** Tradução de Livia de Oliveira. Londrina: Eduel, 2012.

APÊNDICE A – MODELO QUESTIONÁRIO

DADOS PESSOAIS:

Nome:

Idade:

Sexo () Fem. () Masc.

Escolaridade: () Não Alfabetizado () Ens. Fundamental Inc. () Ens. Fundamental Completo ()
Ens. Médio Inc. () Ens. Médio Completo () Graduado

Estado Civil:

Ocupação:

Endereço:

Telefone:

E-mail:

QUESTÕES SOCIOECONÔMICAS

Você reside em Franca-SP? () Sim () Não – Onde?

Quantos filhos você tem? () Nenhum () 1 () 2 () 3 ou mais

Como você se autodeclara? () Preto () Pardo () Indígena () Branco () Amarelo

Possui casa própria? () Sim () Não

Você é o provedor da residência () Sim () Não

Quantas pessoas moram na sua casa? () 2 () 3 () 4 () 5 ou mais

Você recebe aposentadoria? () Sim () Não

É contribuinte do INSS? () Sim () Não

A quanto tempo trabalha no Mercado Popular Urbano de Franca?

Quanto você recebe por mês? () 1 salário-mínimo () 2 salários-mínimos () 3 salários-mínimos
() 4 salários-mínimos () 5 salários-mínimos () 6 ou mais salários-mínimos

Que tipo de mercadoria você vende?

O MPU é sua principal fonte de renda? () Sim () Não, é uma renda complementar

Você é o proprietário da Barraca? () Sim () Não, sou funcionário.

EM RELAÇÃO A INFRAESTRUTURA DO MERCADO POPULAR URBANO

Legenda: MPU – Mercado Popular Urbano?

Como você avalia a condição do piso do MPU? () Ótima () Boa () Regular () Ruim

Como você avalia a infraestrutura da barraca? (barraca aberta) () Ótima () Boa () Regular () Ruim

Como você avalia a infraestrutura da barraca? (banca de jornal) () Ótima () Boa () Regular () Ruim

Como você avalia o banheiro do MPU? () Ótima () Boa () Regular () Ruim

Como você avalia as lixeiras do MPU? () Ótima () Boa () Regular () Ruim

Como você avalia a área de alimentação do MPU? () Ótima () Boa () Regular () Ruim

Como você avalia a localização do MPU? () Ótima () Boa () Regular () Ruim

Em uma escala de 1 a 5, onde 1 é péssimo e 5 excelente, como você avalia a atuação da prefeitura no MPU? () 1 () 2 () 3 () 4 () 5

Você acredita ser necessário uma revitalização do MPU? () Sim () Não

Como você avalia o Futuro do MPU? (Questão Aberta)

APÊNDICE B– ROTEIRO DE ENTREVISTA

Data da Entrevista: ____/____/____

DADOS PESSOAIS – (Para entrar em contato caso necessário)

Nome:

Idade:

Sexo () Fem. () Masc.

Escolaridade: () Não Alfabetizado () Ens. Fundamental Inc. () Ens. Fundamental Completo ()

Ens. Médio Inc. () Ens. Médio Completo () Graduado

Área de atuação:

Setor de trabalho:

Endereço:

Telefone:

E-mail:

QUESTÕES ORIENTADORAS

Você frequenta ou já frequentou o MPU? Quais suas impressões sobre a área?

Você está ciente sobre a lei municipal 5.100/98 de que regulamenta as atividades do MPU?

Quais suas considerações acerca da infraestrutura da praça? Considera adequada?

Você possui propostas/projetos para a melhoria do MPU? Quais?

Você acredita ser necessário uma revitalização do MPU? De que forma você acredita ser possível realizar essa melhoria?

Em sua visão, quais estruturas poderiam ser construídas ou melhoradas no MPU?

Específica V.S: Como funciona a regulamentação dos comerciantes?

Específica V.S: Como funciona a fiscalização do local?

Específica V.S: Quais os pré-requisitos para possuir uma barraca no MPU?

Específica M.A: Como é realizado os cuidados de poda e manutenção das áreas verdes do MPU?

Específica Prefeito: Qual o setor responsável por realizar a fiscalização e os cuidados referentes ao MPU? Como você verifica a eficiência do trabalho prestado?

Quais os impactos econômicos do MPU na cidade? E em relação aos impactos sociais?

Como você enxerga o futuro do MPU?

Você gostaria de manifestar mais alguma questão a respeito do MPU?

APÊNDICE C– TERMO DE CONSENTIMENTO DE ENTREVISTA

TERMO DE CONSENTIMENTO

Eu, _____, concordo em participar de uma entrevista sobre o Mercado Popular Urbano de Franca/SP, conduzida na data ____ de _____ de 2024.

Entendo que o propósito desta entrevista é coletar informações sobre o Mercado Popular Urbano de Franca para fim de produção de Trabalho de Conclusão de Curso. Ao assinar este termo, autorizo explicitamente a gravação e o uso das informações fornecidas por mim durante a entrevista para os seguintes fins:

Pesquisa acadêmica.

Publicações científicas.

Apresentações em conferências.

Outros fins educacionais e informativos relacionados ao tema da entrevista.

Compreendo que minha participação é voluntária e que tenho o direito de interromper a entrevista a qualquer momento, sem penalização. Declaro também que todas as informações fornecidas por mim durante a entrevista são verdadeiras.

Estou ciente dos termos deste consentimento e dos usos pretendidos das informações fornecidas durante a entrevista.

Local e Data

Assinatura