

“Minhas queridas, a feira mudou-se para o Facebook”

Feirantes reproduzem nas redes sociais as vendas que antes faziam na rua, em **emissões live com milhares de visualizações** que estão a salvar o negócio

Textos **DINA MARGATO**

A pandemia forçou os feirantes a reinventarem o negócio, e uma das alternativas tem passado pela realização de vendas em direto nas redes sociais, que estão a gerar milhares de visualizações. A banca transferiu-se para a sala de estar, onde são colocados os expositores de roupa. Durante as emissões *live* no Facebook, que se prolongam por várias horas, as vendedoras chamam “minhas queridas” às clientes virtuais que vão surgindo, conversam e entretêm, respondem aos apelos e apontam as referências vendidas, que depois são enviadas pelo correio.

As feiras são uma das atividades comerciais que tem sido mais afetada pela pandemia. No passado sábado, o Governo anunciou a proibição de feiras e mercados de levante nos 121 concelhos considerados de risco máximo, mas, perante os protestos, acabou por recuar e entregar a decisão aos municípios. Nos últimos dias, várias autarquias comunicaram a intenção de permitir a realização de feiras, fazendo estes comerciantes respirar de alívio. Ainda assim, mantêm-se muito preocupados e temem os efeitos de um segundo confinamento.

O impacto dos três meses de paragem do negócio na primavera — durante o primeiro estado de emergência — foi devastador para muitas famílias, que perderam a única fonte de rendimento. Jorge Miguel Gabarras, 36 anos, que vendia nas múltiplas feiras da região do Porto, foi um dos que viu a vida desmoronar-se. “Ficou um caos”, diz. Vendeu a carrinha, esgotou as poupanças, pediu ajuda a familiares. Ele e a mulher perderam o sustento e empacotaram os artigos. Até que, há cerca de três meses, resolveram experimentar a venda *online*. Foi Rute que escolheu o nome para a página: “Feirão Ru-Ru”. Na altura, o marido achou pouco indicado para uma loja *online*, mas hoje reconhece que é fora do comum e fica no ouvido.

Durante algumas semanas, Jorge ainda conjugou a presença nas feiras — em Espinho, Famalicão, entre outras — com os diretos *online*. Mas hoje, apesar de manter dois lugares cativos para montar tendas, não os utiliza. Concentra-se totalmente no projeto digital: prepara os anúncios na página, as encomendas, os envios pelo correio, a comunicação com clientes. “Não



Rute Gabarras e a filha Maiara montaram a banca na sala de estar e fazem vendas em direto três vezes por semana. Na última tiveram 3,4 mil visualizações FOTO RUI DUARTE SILVA

quero que comprem apenas, quero que se tornem amigos”, afirma.

Os diretos, feitos duas a três vezes por semana a partir da sala de estar do apartamento onde habitam, são conduzidos pela mulher e pela filha e chegam a durar quatro horas, prolongando-se até à meia-noite. Uma edição recente reuniu oito mil comentários e mais de 3,4 mil visualizações. “Chegamos a ter 300 pessoas em simultâneo”, conta.

As emissões em direto chegam a durar quatro horas. O negócio está a revelar-se mais rentável do que o tradicional

Durante o vídeo, a família incentiva a partilha da emissão e no final sorteia uma peça extra. Também para cada compra enviada pelo correio segue um “miminho”. Quando se desliga a câmara, voltam a arrumar as peças nos caixotes tal e qual como faziam no mercado ao ar livre.

O negócio “está a correr bem”, admite. A protagonista de uma página de vendas semelhante, residente na zona norte, que prefere não ser identificada, acrescenta que

a feira virtual está até a revelar-se mais rentável do que a tradicional, gerando ganhos que chegam para sustentar a sua família e a do filho. Depois do registo nas Finanças como comércio *online*, apostou nos vídeos em direto e na angariação de clientela. Para ela, que antes nem sequer frequentava o Facebook, foi como entrar num mundo novo.

A timidez foi sendo substituída pelo à-vontade e em pouco tempo a tarimba dos anos de feira sobressaiu. “Algumas clientes já me conheciam e confiavam em mim. Gostam de me ouvir. No outro dia, uma disse-me que o bebé adormecia ao colo a ouvir a minha voz”, conta. Entretanto, fez uma pausa nas feiras ao ar livre. Confessa que está com medo do contacto com muitas pessoas.

Pelas páginas das muitas feirinhas *online* com sessões em direto que surgiram na sequência da covid-19 as clientes são tratadas por “meus amores”, “minhas queridas”, brindadas com descontos e saldos anunciados com ênfase e provocação e edições especiais destinadas a prendas para o Natal.

Vera Teixeira, de Odivelas, também transferiu o negócio para a rede social. A venda de artesanato em feiras era a única fonte de sustento que tinha para alimentar os três filhos

que cria sozinha, depois do abandono do marido. Com a paragem das feiras na primeira vaga da pandemia, foi obrigada a reinventar-se. Agora vende em direto obras suas e de colegas e construiu uma rede de amigos que se entreajuda.

Para Delfim Almeida, presidente da Associação de Feirantes das Beiras, as vendas *online* não são uma novidade, ele próprio vende a partir da internet há 12 anos. “O que é novo é o direto feira”, que está a conquistar grandes audiências. Conhece também feirantes que alargaram a atividade com iniciativas de vendas porta a porta e quem tenha começado a fazer entregas ao domicílio de roupa e hortícolas.

Rodrigo Ribeiro Saturnino, investigador do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho, explica que a pandemia tornou o uso da internet mais popular, fazendo muitos setores descobrir a potencialidade da economia da partilha. “Estamos a assistir a uma nova utilização da internet por um grupo que não a entendia como coadjuvante para o negócio, mas apenas como meio para socializar ou entreter. Agora perceberam que providência uma forma de ganhar dinheiro”, diz.

sociedade@expresso.imprensa.pt